Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:
https://stuservis.ru/nauchno-issledovatelskaya-rabota/368013

Тип работы: Научно-исследовательская работа

Предмет: Реклама и PR

ВВЕДЕНИЕ 2
Глава 1. Обзор научной литературы по теме исследования 4
1.1. Актуальность и выбор темы научно-исследовательской работы 4
1.2. Ознакомление с тематикой научно-исследовательских работ по теме исследования 7
Глава 2. Обоснование выбора и описание применённых методов исследования 9
2.1. Анализ литературных источников 9
2.2. Описание применённых методов исследования 13
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ 17
Приложение 1 20

Голливуд доминирует в мировой киноиндустрии со времен первой половины 20 века. Американская киноиндустрия разработала инновационные кинематографические технологии. Также они выделяют большие бюджеты для фильмов и привлекают к работе много профессионалов, которые работают в киноиндустрии и в рекламном бизнесе.
Так, стоит отметить, что бурное развитие американского массового кино объясняется определенными социально-историческими причинами.
Во-первых, кинорынок США, в отличие от европейского, однородный. В языковом, территориальном и идеологическом смысле. Он почти сразу стал самым крупным в мире, был сориентирован на охват массовых зрительских аудиторий и значительную прибыль .
Во-вторых, благодаря быстрому экономическому развитию Соединенные Штаты к моменту изобретения кино уже были государством с большим количеством крупных городов, что стимулировало строительство кинотеатров и создание кинотеатральных сетей, приспособленных к быстрому обновлению кинопродукции и работе с различными социальными группами индустриальных мегаполисов.
В-третьих, начавшаяся первая мировая, а затем и вторая мировая война приостановили развитие кинематографа в Европе и разрушили европейские инфраструктуры кинопроизводства и кинопоказа. Для кинематографа Америки эти глобальные войны, не затронувшие ее территорию, напротив, дали существенную фору в развитии не только внутреннего рынка, но и в борьбе за внимание гигантской международной зрительской аудитории.
Данные мировой статистики свидетельствуют о том, что на сегодняшний день кино как массовый продукт без продвижения существовать уже не может. Об этом пишут исследователи в работе «продвижение кинопродукции как важнейший фактор обеспечения эффективности системы сбыта предприятия киноиндустрии» .
Актуальность темы рекламы и PR в продвижении американской киноиндустрии заключается в следующем:
1. Конкуренция на рынке. Киноиндустрия США является одной из самых конкурентных в мире. Каждый год на экраны выходит несколько сотен фильмов, и каждый из них нуждается в мощной рекламной кампании, чтобы привлечь внимание зрителей.
2. Финансовые потоки. Киноиндустрия США является одной из важнейших отраслей экономики США. Десятки миллиардов долларов вложены в кино производство и рекламу фильмов. Каждый год фильмы из США собирают миллиарды долларов по всему миру.
3. Глобализационные процессы. Современная культура всё более международна, и американская киноиндустрия является важным культурным экспортом США. Реклама и PR фильмов играют ключевую роль в распространении американской культуры по всему миру и формировании имиджа США в глазах зрителей .
4. Технологические возможности. С развитием интернета и социальных сетей, киноиндустрия получила новые возможности рекламировать фильмы и взаимодействовать с зрителями. PR-динамически создают глобальные кампании, которые обеспечивают легкую взаимодействие между зрителем и фильмом.
Всё вышеперечисленное доказывает, что актуальность темы рекламы и PR в продвижении американской киноиндустрии сегодня не стоит под сомнением.

1.2. Ознакомление с тематикой научно-исследовательских работ по теме исследования
Перед непосредственным написанием научно-исследовательской работы необходимо тщательно ознакомиться с тематикой исследований.
В первую очередь, необходимо ознакомиться с изучением и анализом рекламных и PR-стратегий. Реклама (промоушн) - одна из составляющих 4P в маркетинге: product (товар или услуга), place (месторасположение), price (цена) и promotion (продвижение, реклама). Реклама важна для всех предприятий, потому что с ее помощью потенциальный потребитель узнает о товарах и услугах, предоставляемых компаниями. Выбор рекламных стратегий зависит от рынка и индустрии, на котором фигурирует компания, а также от миссии самой компании. Промоушн включает в себя три различных способа рекламирования, а именно: ATL (над чертой), BTL (под чертой) и TTL (сквозь черту) .
Одна из самых эффективных стратегий маркетинга для киноиндустрии - это реклама и PR. Киностудии потратили миллиарды долларов на рекламу фильмов в США, чтобы привлечь внимание зрителей, и увеличить продажи.
Согласно некоторым исследованиям, реклама и PR имеют значительное влияние на продажи в киноиндустрии. Исследования показывают, что кино, которое получало большую рекламную поддержку, имеет значительный успех в прокате.
Исследования также показывают, что в киноиндустрии реклама не только помогает привлечь новых зрителей, но также удерживает старых. Например, когда фильм продвигается в онлайн-среде или на экранах ТВ, это может привести к тому, что люди, которые уже посетили кино, вернутся еще раз .
Следует отметить, что успешный фильм также должен быть интересным и соответствующим запросам аудитории. В отсутствии привлекательного продукта реклама не сможет спасти положение. На увеличение продаж большое влияние оказывает сам качественный продукт.
В заключение можно сказать, что реклама и PR играют важную роль в киноиндустрии. Они помогают привлечь внимание зрителей к фильмам, увеличивая объемы продаж и охват аудитории. Однако, в общем успехе существуют и другие факторы, такие как качество фильма, ожидания и интересы аудитории. Анализ данных рекламных и PR-стратегий, а также следующих за ними результатов, является важным элементом оценки эффективности действий. Рекламные и PR-стратегии очень важны и критически важны для успешного запуска любого фильма в кинотеатрах.
Необходимо отметить, что в отечественной научной литературе существует достаточно большое количество качественных исследований, посвященных тематике выбранной проблемы. Таким образом, можно сделать вывод, что теоретической базы для проведения исследования в отечественной научной литературе достаточно для проведения исследования автором.

Статьи

1. Артамонова У. З. Американский кинематограф как инструмент публичной дипломатии США // Анализ и прогноз. Журнал ИМЭМО РАН. 2020. №2. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/amerikanskiy-kinematograf-kak-instrument-publichnoy-diplomatii-ssha (дата обращения: 30.05.2023).
2. Булавина Е.Ю., Темнова Д.И. Productplacement и его влияние на репутацию фильмов отечественного и зарубежного рынков // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2021. №8-1. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/product-placement-i-ego-vliyanie-kak-pr-instrumenta-na-reputatsiyu-filmov-otechestvennogo-i-zarubezhnogo-rynkov (дата обращения: 30.05.2023).
3. Булочников П. А., Сазонова Е. В., Фатова С. А. Продвижение кинопродукции как важнейший фактор обеспечения эффективности системы сбыта предприятия киноиндустрии // Петербургский экономический журнал. 2019. №4. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/prodvizhenie-kinoproduktsii-kak-vazhneyshiy-faktor-obespecheniya-effektivnosti-sistemy-sbyta-predpriyatiya-kinoindustrii (дата обращения: 30.05.2023).
4. Баранов В.С., Бутымова Д.Е. Конкурентные преимущества стриминговых платформ на основе искусственного интеллекта для развития киноиндустрии (на примере компанииnetflix) // МНИЖ. 2021. №8-4 (110). URL:https://cyberleninka.ru/article/n/konkurentnye-preimuschestva-strimingovyh-platform-na-osnove-iskusstvennogo-intellekta-dlya-razvitiya-kinoindustrii-na-primere (дата обращения: 30.05.2023).
5. Белова, Е. Д. Киноиндустрия стран Иберо-Америки: особенности региональной интеграции / Е. Д. Белова // Латинская Америка. – 2022. – № 2. – С. 79-91.
6. Воронцова А. А. Особенности продвижения американских фильмов в современном медиапространстве / Проблемы массовой коммуникации: новые подходы. Материалы Всероссийской научно-практической конференции аспирантов и студентов (26-27 октября 2018 г.) / отв. ред. В.В. Тулупов. - Воронеж: Факультет

журналистики ВГУ, 2018 - С. 85-87.
7. Косинова, М. И. Зарубежная киноиндустрия: производство, прокат, показ / М. И. Косинова. – Москва: Общество с ограниченной ответственностью "Русайнс", 2021. – 192 с.
8. Плеханова, О. В. Продвижение кинопродукции средствами рекламы и PR / О. В. Плеханова // Тенденции развития науки и образования. – 2021. – № 77-3. – С. 96-99.
9. Порошина А. С. Особенности влияния отдельных современных общественно-политических движений на киноиндустрию в США (на примере blacklivesmatter) // Русская политология. 2020. №4 (17). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-vliyaniya-otdelnyh-sovremennyh-obschestvenno-politicheskih-dvizheniy-na-kinoindustriyu-v-ssha-na-primere-black-lives (дата обращения: 30.05.2023).
10. Сакаева Л. Р., Ермоленко А. Ю., Яхин М. А. К вопросу выражения национально-культурных ценностей американского кинематографа посредством кинозаглавий // Казанский лингвистический журнал. 2022. №2. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-vyrazheniya-natsionalno-kulturnyh-tsennostey-amerikanskogo-kinematografa-posredstvom-kinozaglaviy (дата обращения: 30.05.2023).
11. Тихонова С. В. Как кино меняет социальную реальность: Thesocialimpactentertainment// Изв. Сарат. ун-та Нов. сер. Сер. Философия. Психология. Педагогика. 2022. №2. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/kak-kino-menyaet-sotsialnuyu-realnost-the-social-impact-entertainment (дата обращения: 30.05.2023).
Электронные ресурсы

12. От бумажных афиш до VR: как кинокомпании продвигают фильмы[электронный ресурс]. - URL: https://netology.ru/blog/01-2022-film-marketing.
13. Реклама фильмов - сравнительное исследование американских и российских стратегий [электронный ресурс]. - URL: https://otherreferats.allbest.ru/marketing/00598214_0.html.
14. Мировые тенденции продвижения кинопродукции на примере США [электронный ресурс]. - URL: https://studwood.net/1135899/marketing/mirovye_tendentsii_prodvizheniya_kinoproduktsii_primere.
15. Кинобрендинг в США: механизмы продвижения кинокомпаний на примере развития американской киноиндустрии [электронный ресурс]. - URL: https://www.turboreferat.ru/advertising/kinobrending-v-ssha-mehanizmy-prodvizheniya/237279-1199065-page6.html.
16. Брендинг в сфере американской киноиндустрии [электронный ресурс]. - URL: https://www.stud24.ru/advertising/brending-v-sfere-amerikanskoj-kinoindustrii/112212-330271-page2.html.
17. Реклама фильмов в США [электронный ресурс]. - URL: https://vuzlit.com/1840406/reklama_filmov.
18. История американского кино [электронный ресурс]. - URL: https://americanbutler.ru/ru/polezno/istoriya/istoriya-amerikanskogo-kino.
19. Американская индустрия массового кино и её отличительные особенности [электронный ресурс]. - URL: https://dzen.ru/a/YK_XEdYG9mbECP8Z.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:
https://stuservis.ru/nauchno-issledovatelskaya-rabota/368013