

М.И. Косинова

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ПРОДВИЖЕНИЯ АУДИОВИЗУАЛЬНЫХ ПРОДУКТОВ

Монография

RU
science
RUS-SCIENCE.RU

Содержание

Введение	4
Глава 1. Анализ последних тенденций в российской киноиндустрии.....	6
Глава 2. Теоретические основы киномаркетинга.....	16
Глава 3. Стратегия продвижения аудиовизуальных проектов на разных стадиях производства.....	28
Глава 4. Инструменты продвижения аудиовизуальной продукции	35
4.1. Роль рекламы в процессе продвижения аудиовизуальной продукции	35
4.2. Роль PR-мероприятий в процессе продвижения аудиовизуальной продукции	37
4.3. Product placement в процессе продвижения аудиовизуальной продукции	66
4.4. Использование интернет- и мобильных технологий для продвижения аудиовизуальной продукции.....	95
4.5. Кинофестивали как инструмент продвижения аудиовизуальной продукции	117
Глава 5. Разработка маркетинговой стратегии фильма в соответствии с ценностями и принципами поколений миллениалов и центиниалов	148
Глава 6. Особенности маркетинговой стратегии, направленной на зарубежный рынок.....	175
Глава 7. Фильмы с альтернативными поворотами сюжета как инструмент продвижения аудиовизуальной продукции	214
Заключение	281
Библиография	283
Приложения.....	292