

БРЕНДУВАННЯ КІНОПРОЕКТІВ

Мета курсу – опанування студентами основ брендування кінопроектів.

Міжпредметні зв'язки. Курс «Брендування кінопроектів» має безпосередній зв'язок з такими дисциплінами, як «Трансмедійний сторітеллінг», «Стратегування та ризики медіапродюсінгу», «Медіакультура», «Світоглядна і художня специфіка телебачення та кінематографа» тощо.

Процес вивчення дисципліни спрямований на формування таких компетенцій: ознайомити студентів із тенденціями і особливостями брендування кінопроектів у сучасній кіно і телевізійній практиці, визначити пріоритети, сформулювати основні критерії професійної діяльності, ознайомитися з досвідом брендування українськими та світовими кіно телекомпаніями та продакшнами. **Програмні результати навчання: знати:** основи брендування повнометражного ігрового кіно; основи реклами та PR. **вміти:** створити стратегію брендування, таргетування та нативності бренду у кіно.

володіти: знаннями про специфіку створення кіно-бренду; знаннями фахової термінології; умінням створити кіно бренд для представлення на пітчінгу; нестандартними прийомами продукт-плейсенту.

Змістове наповнення навчальної дисципліни:

Потенційна аудиторія бренду в кіно і на телебаченні. Спонсорство; Брендований контент; Дистрибуція кінопроекту;

Основні фактори успішного брендування. Продакт-плейсмент; Нативність; Парадигми традиційного сюжету кіно.

Обсяг вивчення навчальної дисципліни: 3,5 кредити ЄКТС, загальний обсяг 105 годин, у тому числі 34 годин аудиторних навчальних занять і 71 години самостійної та індивідуальної роботи.

Форма семестрового контролю: 4 семестр – іспит.