

2. Основы маркетинга: учебник / Филип Котлер. – Москва: Вильямс, 2007. – 429 с.

УДК 338.101.5

## **ЭКОНОМИКА И КИНЕМАТОГРАФ**

Маскалевич Н.В., Романчук К.Г., студенты 1-го курса  
Научный руководитель – Курегян С.В. д-р эконом. наук,  
профессор кафедры «Экономика и право»

Белорусский национальный технический университет  
г. Минск, Беларусь

Мировая индустрия кино за последние десятилетия претерпела большие качественные изменения. Благодаря глобализации экономических отношений и появлению новых информационных технологий кинобизнес стал значительно более масштабным и массовым, сложным и многоплановым. Ныне это крупный бизнес, сопоставимый по своему значению с крупнейшими отраслями производственной деятельности. Интерес к кино как к бизнесу в последнее время возрастает во многих сегментах рынка.

Говоря о самом развитом кинематографе, у нас сразу же появляется представление о Голливуде, он закрепил свое право именно на то, чтобы являться самым известным и развитым кинематографом мира. Становление же российского кино происходило тяжело и долго, так как оно родилось уже при развитом кино в других странах. Развитие киноиндустрии в России, очень актуальна для нашего времени. В России кино сейчас находится на подъеме, особенно по сравнению с 90-и гг.

### Литература

1.Галкин В.В. [Электронный ресурс] – 2011. – Режим доступа:<http://vadim-galkin.ru/articles/movie-business-articles/films-as-business/>. – Дата доступа: 26.02.2017.