**Курсовая работа «Кинотеатр»**

Содержание

[Введение 4](#_Toc116649738)

Введение

С развитием Интернета каждая организация стала создавать свои веб-страницы. На это повлияло множество факторов, как то, что разработка обходится не очень дорого, как и то, что у бизнес-проектов без информации в интернете появился риск забыться.

Раньше для предпринимателя необходимо было больше работать самостоятельно и вкладывать деньги в рекламу. Онлайн-маркетинг значительно упрощает работу в этом плане. Отсутствие же веб-сайта может сигнализировать, с точки зрения потенциального клиента, о ненадежности организации и перейти к конкурентам.

Здание кинотеатра ограниченно своим географическим расположением, вследствие этого не каждый потенциальный клиент может знать о всех киноновинках, а изучение цен и вариантов происходит уже в самом кинотеатре. Веб-сайт позволяет клиентам приступить к этой стадии вдали от кинотеатра, что оставляет приятное ощущение от организации и создает у человека психологическую установку на повторный заказ услуг.

Веб-сайт работает круглосуточно, что упростит потенциальным клиентам взаимодействие с услугами. Поскольку график работы кинотеатра ограничен, данное веб-страница создает преимущество в отношении тех, кто сайта не имеет.

Сайт является реальным и эффективным инструментом ведения бизнеса. На нем будет представлена вся важная архивная информация, которая может понадобиться клиентам, партнерам и поставщикам. На сайте можно разместить информацию о бизнесе в любом объеме и структуре — и показать то, что важно узнать пользователю, например, чтобы принять решение, работать ли с компанией. Рамок нет, сейчас можно разработать любой интерфейс и функциональность, а для большинства типовых задач есть готовые решения и модули.

Интернет страница позволяет автоматизировать оплату и оформление документов. Данный фактор облегчает учет продаж.

Данные преимущества предоставляет веб-сайт для бизнеса. В век высоких технологий и глобализации, когда каждый человек находится в сети интернета, просто необходимо продвигать себя на данной площадке.

Но данные преимущества нивелируются, если за разрабатывать проект будут некомпетентные разработчики. Множество интересных стартапов и компаний закрылись или так и не увидели свет из-за ошибок в выборе исполнителей. Ошибка в подборе команды грозит потерей денег, времени и необходимостью собирать или переделывать проект заново.

Для разработки небольшого проекта достаточно нанять фрилансеров, но нужно помнить, что на больших проектах они склонны не доводить задачу до конца или и вовсе пропасть.

Создание готового сайта с нестандартными решениями и уникальным дизайном может растянутся как минимум на полгода, потому команда должна работать над проектом полный рабочий день. Для этого подойдет агентство, так как там команда разработчик разной специализации, которые умеют работать сообща.

Виды кинотеатров:

* Цифровой кинотеатр. Цифровая фильмокопия, в отличие от киноплёнки, не подвержена механическому износу и количество сеансов с неизменным качеством с одной копии почти не ограничено. Кроме того, цифровой кинопоказ позволяет мгновенно выбирать любой язык фонограммы и субтитров на одной и той же копии фильма. Современные технологии защиты от видеопиратства надежно защищают цифровой кинофильм от несанкционированного копирования. По данным компании «Нева-фильм», на 1 декабря 2010 года в России насчитывалось 713 кинозалов, оборудованных цифровой проекцией, а на 1 ноября 2013 года — 970 кинотеатров с 2662 цифровыми залами;
* Кинотеатр 3D. Специально оборудованные кинотеатры приспособлены для демонстрации трёхмерного кино. Большинство современных цифровых кинотеатров проектируются и строятся в расчёте на демонстрацию стереофильмов. При трехмерном кинопоказе, в зависимости от конкретной технологии, используется один или два кинопроектора (пленочных или цифровых). При этом каждый глаз зрителя видит свою часть стереопары, проецируемой на экран. В результате изображение воспринимается объемным. Из существующих на сегодняшний день технологий трёхмерного показа наибольшее распространение в России получила Dolby 3D, из-за дешевизны пассивных очков и пригодности обычного матового экрана, значительно более дешёвого, чем посеребрённые, требующиеся для некоторых других систем с поляризацией;
* Кинотеатр IMAX. Отдельная категория кинотеатров, специально проектирующихся для демонстрации кинофильмов в формате IMAX. От обычных отличается размерами экрана, многократно превосходящими традиционные. Зрительный зал рассчитывается таким образом, что зрители располагаются близко к экрану, который в результате перекрывает все поле зрения. Это увеличивает эффект присутствия и обеспечивает полное погружение в сцену.
* Кинотеатр Drive-in. Система кинотеатров под открытым небом, рассчитанных на кинопоказ для зрителей, находящихся в автомобилях. Впервые технология появилась в США. Как правило, представляет собой парковочную площадку с организованными въездами и выездами и установленным экраном больших размеров. Звуковое сопровождение передается маломощной радиостанцией в стандартном FM-диапазоне для прослушивания на автомагнитолах зрителей или при помощи акустических систем, установленных вокруг парковочных мест. Из-за особенностей кинопоказа под открытым небом, работа таких кинотеатров носит сезонный характер и все сеансы начинаются после захода солнца;
* Кинотеатры с детскими залами. Сеть кинотеатров Cinépolis реализовала идею размещения детских игровых площадок непосредственно в кинозале. Среди игровых развлечений — горки, гимнастические джунгли, батуты, кресла-мешки и ковровое покрытие, имитирующее искусственный газон. Такое решение, нацеленное на привлечение семей в кинотеатры, принесло компании успех в Мексике, Коста-Рике, Гватемале и Испании.

Существуют четыре бизнес-модели работы кинотеатров:

* AVoD (Advertising Video on Demand) – бесплатный контент за счет большого количества рекламы во время просмотра;
* SVoD (Subscription Video on Demand) – платный контент по подписной модели. Пользователь оформляет подписку и просматривает весь контент, который в неё входит;
* TVoD (Transactional Video on Demand) – аренда контента на определенный временной период или на определённое количество просмотров;
* EST (Electronic Sell-Through) – покупка контента для просмотра без ограничений по времени или количеству просмотров.

Актуальность создания сайта для кинотеатра обуславливается необходимостью представлять конкурентоспособность перед другими кинотеатрами, упрощением документооборота и создание комфортной обстановки для заказа билетов клиентами.

Цель курсовой работы - разработать сайт кинотеатра и размесить его на хостинге.

Для достижения цели необходимо решить ряд задач:

* исследовать изучаемую область и ее особенности;
* провести анализ аналогичных сайтов других кинотеатров;
* составить систему требований;
* изучить технологии создания веб сайта;
* провести UML – проектирование сайта;
* разработать дизайн-макет сайта;
* спроектировать базу данных и диаграммы «Сущность - связь»;
* разработать ИС кинотеатра;
* произвести верстку и программирование;
* наполнить сайт информацией и контентом;
* протестировать сайт;
* составить программную документацию.

Роль разработчика заключается в разработке документации, дизайна, схем, базы данных, самого сайта, его запуска, сопровождении и презентации.

Практическая значимость разрабатываемого сайта заключается в его использовании в качестве сайта кинотеатра и увеличении круга клиентов. Поскольку другие способы не имеют достаточно большого охвата аудитории, как например газеты. В существующих социальных сетях невозможно опубликовать большие блоки информации по фильмам и не будет удобной навигации, в то время как на сайте все данные компоненты возможно реализовать. Веб-сайт облегчает клиенту бронирование и покупку билетов онлайн.

Список источников:

* Martin Loiperdinger. Film & Schokolade: Stollwercks Geschäfte mit lebenden Bildern : [нем.]. — Basel : Stroemfeld/Roter Stern, 1999. — S. 97. — 344 S. — ISBN 3878777647. — ISBN 978-3878777649.
* Сим. Р. Барбанель, Сол. Р. Барбанель, И. К. Качурин, Н. М. Королёв, А. В. Соломоник, М. В. Цивкин. Глава II. Основные этапы развития кинотехники // Кинопроекционная техника / С. М. Проворнов. — 2-е изд.. — М.: «Искусство», 1966. — С. 22—26. — 636 с. Архивная копия от 13 ноября 2014 на Wayback Machine
* Борис Сорокоумов. Современный российский кинотеатр // «Техника и технологии кино» : журнал. — 2010. — № 6. — С. 22—29. Архивировано 16 октября 2012 года.