

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ЮРИДИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ



УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета

В.В. Гошуляк

2016 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.2.10 Разработка рекламных и презентационных фильмов

Направление/специальность подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Квалификация (степень) выпускника бакалавр

Форма обучения : очная, заочная

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения учебной дисциплины Б1.2.10 «Разработка рекламных и презентационных фильмов» - формирование базовых знаний и навыков создания рекламной или имиджевой видеопродукции, освоения современных технических средств, аппаратуры, необходимой для производства различной видеопродукции.

2. МЕСТО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВО

Учебная программа дисциплины «Разработка рекламных и презентационных фильмов» относится к вариативной части (Б1.2.10), формирует знания для освоения профессиональных компетенций, опирается на знания, полученные в ходе изучения курсов «Информационные и телекоммуникационные технологии в рекламе и связях с общественностью» (Б1.1.31), «Компьютерный дизайн» (Б1.2.4), «Разработка и технологии производства рекламного продукта» (Б1.1.30), «Креативные технологии в рекламе» (Б1.2.8), «Основы брендинга» (Б1.1.37).

В процессе обучения осуществляется взаимодействие с такими дисциплинами как: «Основы проектной деятельности в рекламе и связях с общественностью» (Б1.1.38), «Продвижение в социальных медиа» (Б1.2.7), «Рекламный дизайн» (Б1.2.6).

Компетенции приобретенные в ходе изучения «Разработка рекламных и презентационных фильмов» готовят студента к успешному прохождению практик по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности и преддипломной практики, подготовке выпускной квалификационной работы.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению:

Коды компетенции	Наименование компетенции	Структурные элементы компетенции (в результате освоения дисциплины обучающийся должен знать, уметь, владеть)
1	2	3
ПК-8	способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	Знать: основные производственно-технологические этапы создания рекламного фильма, функции и обязанности основных участников его производства, взаимодействие служб и цехов обеспечивающих производство телевизионной рекламы
		Уметь: разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы; организовывать съемочный процесс, работу на съемочной площадке
		Владеть: навыками выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного и презентационного фильма
ПК-16	- способность под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы	Знать: основы кинокомпозиции, способы и принципы монтажа видеоматериалов, технику и технологию производства видеоматериалов
		Уметь: осуществлять видеосъемку для производства рекламного продукта, использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации.
		Владеть: практическими навыками создания рекламного ролика, презентационного фильма.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Структура дисциплины

Очная форма обучения

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа.

№ п/п	Наименование разделов и тем дисциплины (модуля)	Семестр	Недели семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)									Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра)			
				Аудиторная работа				Самостоятельная работа					Оценка сообщений	Оценка выступления, презентации	Защита лабораторных работ	Проверка тестов
				Всего	Лекция	Практические занятия	Лабораторные занятия	Всего	Подготовка к аудиторным занятиям	Реферат, сообщения, доклады, эссе и др.	Подготовка к тестированию	Курсовая работа				
1.	Тема 1. Разработка рекламного ролика	7	1	4	2		2	10	8	2			1		1	
2.	Тема 2. Основные этапы подготовительного (предпостановочного) процесса	7	2-5	10	4		6	15	11			4			5	
3.	Тема 3. Съёмочный процесс	7	6-9	12	4		8	15	9	2		4	7		9	
4.	Тема 4. Видеомонтаж, кадр и монтаж	7	10-13	12	4		8	25	17	2		6	11		13	
5.	Тема 5. Оформление материала	7	14-16	10	2		8	10	8			2			14	
6.	Тема 6. Монтажно-тонировочный период	7	17-18	6	2		4	15	8		4	3		18	18	17
	Общая трудоемкость, в часах			54	18		36	90								
													Промежуточная аттестация			
													Форма	Семестр		
													Диф. зачет	7		

Заочная форма обучения

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц, 144 часов.

№ п/п	Наименование разделов и тем дисциплины (модуля)	Семестр	Недели семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)								Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра)			
				Аудиторная работа				Самостоятельная работа				Проверка сообщений	Защита лабораторных работ	Проверка тестов	Оценка выступления, презентации
				Всего	Лекция	Практические занятия	Лабораторные занятия	Всего	Самостоятельное изучение материала	Реферат, сообщение, эссе и др.	Курсовая работа				
1.	Тема 1. Разработка рекламного ролика	9		1			1	15	13	2		+	+		
2.	Тема 2. Основные этапы подготовительного (предпостановочного) процесса	9		3	1		2	20	16		4		+		
3.	Тема 3. Съёмочный процесс	9		3	1		2	20	14	2	4	+	+		
4.	Тема 4. Видеомонтаж, кадр и монтаж	9		2	1		2	35	27	2	6	+	+		
5.	Тема 5. Оформление материала	9		2			2	20	18		2		+		
6.	Тема 6. Монтажно-тонировочный период	9		2	1		1	20	17		3		+	+	+
	Общая трудоемкость, в часах			14	4		10	130							
											Промежуточная аттестация				
											Форма			Семестр	
											Диф. зачет			9	

4.2. Содержание дисциплины «Разработка рекламных и презентационных фильмов»

Содержание лекционного курса:

Тема 1. Разработка рекламного ролика

Рекламная история. Жанровые особенности рекламного ролика. Социальная аудитория. Направленность, использование приемов демонстрационно – визуальной символизации. Территория товара. Драматургия рекламного ролика, цели и задачи сюжета, «Манок», «провокационные ситуации» в рекламном ролике

Тема 2. Основные этапы подготовительного (предпостановочного) процесса

Съемочная площадка: взаимодействие режиссера, съемочной группы и персонала студии. Осуществление видеосъемки для производства рекламного продукта. Организация и оформление съемочного производства. Осуществление видеосъемки для производства рекламного продукта. Видео и фото пробы. Подготовка сценария, эскизов декорации и костюмов.

Тема 3. Съемочный процесс

Основные методы съемки, принятые в кинопроизводстве. Постановочный репортажный метод съемки. Техника и приемы съемки (многокамерный способ съемки, панорама, съемка движения и др.). Разнообразие съемочной аппаратуры, операторская техника и приспособления. Точка съемки, ракурс, движение камеры, характер движения, ритм. Построение и композиция кадра. Стилль съёмки, размер экрана, крупность планов. Стандартные съёмки. Запоминание кадра. «Субъективная» обработка изображения. Значение объекта съёмки. Баланс композиции изображения, влияние цвета на восприятие. Значение и поведение объекта, постоянство центров внимания

Тема 4. Видеомонтаж, кадр и монтаж

Суть монтажа. Монтажные программы. Монтажное оборудование (мониторы, микшеры, компьютеры и др.).

Понятие «кадр», кадр как единица пространства, времени и действия. Монтаж, монтажная фраза. Монтаж по направлению во времени, по ориентации в пространстве. Виды монтажа, творческие возможности. Монтажный переход. Спецэффекты, порядок кадров, длительность эпизода, сюжета, монтажный ритм. Временной код. Прямой и черновой монтажи.

Разновидности съемочных приемов, способ организации действия межкадровым монтажом. Монтажная съемка изображения в сцене. Признаки монтажного сочетания в кадре. Монтаж по крупности планов, по направлению движения и ориентации в пространстве. Монтаж по композиции кадра, тону, цвету. Монтажный ритм в сцене. Этическая сторона монтажа.

Тема 5. Оформление материала

Титры, графика, фон для титров. Виды надписей, шрифты.

Формы графики, спецэффекты. Обработка кадра, изображения, пространства. Инструменты и методы их выбора. «Естественное» появление искусственных элементов. Электронные эффекты, временные эффекты.

Тема 6. Монтажно-тонировочный период

Режиссер и монтажер, звукорежиссер. Монтажный цех, студия озвучивания. Звуковой баланс, типы записей, обработка звука, качество звука, звуковой образ. Обработка звуковых эффектов. Фонотека. Текст. Интервью. Музыка и музыкальные эффекты, шумы. Синтетический звук. Типы записей. Звуковые дорожки. Оборудование для звукозаписи.

План лабораторных работ:

Лабораторная работа 1. Изучение социальной аудитории при осуществлении видеосъемки для производства рекламного продукта.

Лабораторная работа 2. Осуществление видеосъемки для производства рекламного продукта. Видео и фото пробы.

Лабораторная работа 3. Постановочный и репортажный метод съемки.

Лабораторная работа 4. Техника и приемы съемки.

Лабораторная работа 5. Выполнение прямого и чернового монтажа видеофильма.

Лабораторная работа 6. Применение спецэффектов, монтажных переходов.

Лабораторная работа 7. Титры, графика, фон для титров.

Лабораторная работа 8. Обработка кадра, изображения, пространства.

Лабораторная работа 9. Обработка звуковых эффектов.

5. Образовательные технологии

В соответствии с требованиями ФГОС ВО при реализации компетентного подхода предусматривается использование в учебном процессе разнообразных образовательных технологий:

1. Чтение лекций с использованием активных методов обучения (25% от общего количества занятий) и применением мультимедийных технологий: лекция-визуализация, лекция-диалог, лекция с разбором конкретных ситуаций.

2. Проведение лабораторных работ, в том числе в активных и интерактивных формах (50% от количества аудиторных занятий).

К таким формам при изучении данного курса можно отнести:

- анализ и обсуждение тенденций развития видеорекламы;
- решение проблемных ситуаций;
- выполнение лабораторных работ в группах;
- мозговой штурм.

5.1 Особенности учебно-методического обеспечения для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

В целях реализации индивидуального подхода к обучению студентов, осуществляющих учебный процесс по собственной траектории в рамках индивидуального рабочего плана, изучение данной дисциплины базируется на следующих возможностях: обеспечение внеаудиторной работы со студентами в том числе в электронной образовательной среде с использованием соответствующего программного оборудования, дистанционных форм обучения, возможностей интернет-ресурсов, индивидуальных консультаций и т.д.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.

Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.

Организация текущего контроля знаний студентов осуществляется следующими методами: выполнения домашних заданий, качественной оценки сообщений, докладов, защита лабораторных работ, дифференцированный зачет.

6.1 План самостоятельной работы студентов по дисциплине «Разработка рекламных и презентационных фильмов»

Неделя	Тема	Вид самостоятельной работы	Задание	Рекомендуемая литература	Кол-во часов сам.работы
1	2	3	4	5	6

1-2	Тема 1. Разработка рекламного ролика	Подготовка к аудиторным занятиям.	Изучить теоретический материал и ответить на контрольные вопросы. Оформить отчет по лабораторной работе. Разработка учебного рекламного сюжета. Подготовить сообщение об истории рекламного ролика.	Интернет-источники. Список литературы [2]	10/15
3-6	Тема 2. Основные этапы подготовительного (предпостановочного) процесса	Подготовка к аудиторным занятиям.	Изучить теоретический материал и ответить на контрольные вопросы. Оформить отчет по лабораторной работе. Подготовка сценария, эскизов декорации и костюмов.	Интернет-источники. Список литературы [2, 3].	15/20
7-10	Тема 3. Съемочный процесс	Подготовка к аудиторным занятиям.	Изучить теоретический материал и ответить на контрольные вопросы. Оформить отчет по лабораторной работе. Изучение операторских приемов. Сообщение на тему ««Субъективная» обработка изображения»	Список литературы [2, 3], Интернет-источники	15/20
11-12	Тема 4. Видеомонтаж, кадр и монтаж	Подготовка к аудиторным занятиям.	Изучить теоретический материал и ответить на контрольные вопросы. Оформить отчет по лабораторной работе. Подготовить сообщение на тему: "Разновидности съемочных приемов, способ организации действия межкадровым монтажом". Монтаж рекламного ролика.	Интернет-источники. Список литературы [1,2,3]	25/35
13-14	Тема 5. Оформление материала	Подготовка к аудиторным занятиям.	Изучить теоретический материал и ответить на контрольные вопросы. Оформить отчет по лабораторной работе. Подготовить текст для титров.	Список литературы [1], интернет-источники.	10/20
15-18	Тема 6. Монтажно-тонировочный период	Подготовка к аудиторным занятиям.	Изучить теоретический материал и ответить на контрольные вопросы. Оформить отчет по лабораторной работе. Подготовить звуковой ряд. Оформить курсовую работу.	Список литературы [1, 3]	15/20
Всего					36 / 130 часов

6.2. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа студентов наряду с аудиторной представляет одну из форм учебного процесса и является существенной его частью. Она предназначена не только для овладения знаниями по определенным дисциплинам, но и для формирования навыков самостоятельной работы вообще, в учебной, научной и профессиональной деятельности, способности самостоятельно решать возникающие проблемы.

Самостоятельная работа выступает в формах анализа и обобщения студентом прочитанного на лекциях учебного материала, подготовки к лабораторным занятиям, проработки вопросов и тем, подготовки докладов, рефератов, устных сообщений, подготовка к участию в научно-практических конференциях, выполнение творческих заданий, оформление мультимедийных презентаций учебных разделов и тем, подбор и изучение литературных источников и др.

Самостоятельная работа проводится студентом в свободное от аудиторных занятий время. В процессе самостоятельной работы закрепляются и совершенствуются умения и навыки студентов, более глубоко прорабатывается учебный материал, осмысливаются полученные на лекциях знания. Самостоятельная работа является важным составным элементом будущей профессиональной деятельности студента.

Самостоятельная работа студентов в рамках данной дисциплины предусматривает следующие виды деятельности:

- чтение специальной научной литературы – монографий, сборников статей, журнальных статей, иных публикаций, рекомендованных рабочей программой дисциплины, в том числе размещенных на Интернет-сайтах;
- поиск и знакомство с сайтами специализированных учреждений и организаций, получение сведений, необходимых для углубленного изучения отдельных аспектов темы, для подготовки к лабораторным занятиям;
- выполнение заданий;
- подготовка к зачету.

Методические рекомендации для подготовки сообщения.

Структура устного сообщения: Структурными элементами сообщения являются: титульный лист, содержание, введение, основная часть, заключение, библиографический список. Содержание должно включать перечень основных структурных элементов сообщения. Во Введении четко формулируется цель выполнения сообщения и средства достижения ее, актуальность и социальную значимость темы. Основная часть – главный содержательный раздел, разбитый на подразделы и пункты в соответствии с составленным планом. Заключение содержит обобщающие выводы по теме и личные оценки автора. Библиографический список использованных источников должен содержать перечень источников, использованных при выполнении сообщения. Источники следует располагать по алфавиту. Порядок представления и защиты письменного сообщения: Завершенное письменное сообщение представляется студентом преподавателю в срок, определенный преподавателем. Преподаватель анализирует текст, формулирует вопросы по содержанию. Рекомендуемый план защиты доклада:

Название темы.

Краткое изложение наиболее интересной информации по теме.

Способы и результаты поиска информации для выполнения сообщения.

Анализ трудностей, с которыми встретились при выполнении работы.

Ваше личное отношение к выполненной работе.

Методические указания по оформлению курсовой работы.

Требования к оформлению курсовой работы.

Рекомендуемый объем курсовой работы от 25 до 40 страниц. В этом объеме учитываются титульный лист, содержание, введение, заключение и список литературы. Рекомендуемые объемы введения и заключения от 2 до 4 страниц. Приложения в указанный объем не входят.

К тексту курсовой работы предъявляются следующие требования: материалы представляются в формате MicrosoftWord, шрифт - TimesNewRoman, кегль - 14, межстрочный интервал – полуторный, поля стандартные. Оформление списка литературы выполняется по ГОСТу 7.1-84 «Библиографическое описание документа». При необходимости делаются ссылки. Ссылки в тексте работы указываются в квадратных скобках: номер позиции списка и номер страницы (например: [9, с. 25]). Постраничные сноски не допускаются.

Заголовки «СОДЕРЖАНИЕ», «ВВЕДЕНИЕ», «РАЗДЕЛ», «ЗАКЛЮЧЕНИЕ», «ПРИЛОЖЕНИЯ» печатаются на новой странице прописными буквами без каких-либо выделений, подчеркиваний, в кавычки не заключаются. Точка в конце любого из указанных заголовков не ставится. Записываются наименования с абзацного отступа. Первая буква в наименовании раздела должна быть прописной, а остальные – строчные.

Наименование следующего за уже изложенным раздела (содержание, введение, раздел, заключение и т.д.) печатается на новой странице. Заголовки на новую страницу не выносятся и печатаются на той же странице, где помещено название раздела.

Заголовок не должен быть последней строкой на странице. Точка в конце заголовков разделов не ставится. Перенос слов в заголовках не допускается. Расстояние между последней строкой текста и последующим заголовком раздела должно равняться 3 межстрочным интервалам.

Расстояние между наименованием раздела и подраздела должно равняться 1,5 межстрочному интервалу, а расстояние от всех заголовков до текста должно равняться 3 межстрочным интервалам.

Все страницы курсовой работы (включая приложения) нумеруются по порядку от титульного листа до последней страницы. Первой страницей считается титульный лист, но на нем цифра «1» не ставится, а на следующей странице (СОДЕРЖАНИЕ) проставляется цифра «2» и т.д. Порядковый номер печатается в середине нижнего поля страницы не ниже 15 мм от нижнего среза бумаги.

В содержании работы обязательно указываются страницы, на которых помещен материал введения, каждого раздела, заключения, приложений.

Таблицы, рисунки, приложения в работе должны носить тематические названия. Каждое приложение начинается с новой страницы с указанием наверху посередине листа слова «ПРИЛОЖЕНИЕ» (без кавычек). Если приложений несколько, то они обозначаются заглавными буквами русского алфавита, начиная с А, кроме букв Ё, З, Й, О, Ч, Ь, Ы, Ъ.

Отпечатанный текст отчета необходимо тщательно выверить. Сроки сдачи реферата устанавливаются преподавателем в соответствии с календарным планом.

Структура курсовой работы включает в себя:

- титульный лист;
- задание на курсовую работу;
- содержание по пунктам;
- введение (включая объект, предмет, цели и задачи работы);
- основную часть;
- заключение;
- список источников и литературы.
- протокол проверки работы в системе Антиплагиат.ВУЗ.
- приложение.

Методические указания по подготовке презентаций.

При подготовке тематической презентации следует помнить, что существуют требования к созданию и предъявлению слайдов. Слайды в презентации должны быть простыми и не содержать более, чем семь строчек текста в каждом. Перегрузка текстом приводит к тому, что слайды становятся трудночитаемыми, особенно для тех, кто сидит далеко: это вызывает у людей разочарование и антипатию к докладчику или его выступлению.

1. Требования к тексту

- не пишите длинно;
- разбивайте текстовую информацию на слайды;
- используйте заголовки и подзаголовки;
- для повышения удобочитаемости используйте: форматирование, списки, подбор шрифтов.

2. Требования к фону

Рекомендуется использовать следующее сочетание цветов: синий на белом, черный на желтом, зеленый на белом, черный на белом, белый на синем, черный на красном.

3. Требования к иллюстрациям

- чем абстрактнее материал, тем действеннее иллюстрация.
- что можно изобразить, лучше не описывать словами.
- изображать то, что трудно или невозможно описать словами.
- используйте анимацию, как одно из эффективных средств привлечения внимания пользователя и управления им.
- используйте видеоинформацию, позволяющую в динамике демонстрировать информацию в режиме реального времени, что недоступно при традиционном обучении.

Структура презентации:

- титульный лист;
- цель и описание проекта;
- основное содержание (полученные результаты, разработанные материалы)
- вывод по проделанной работе.

6.3. Материалы для проведения текущего и промежуточного контроля знаний студентов

Контроль освоения компетенций

№ п\п	Вид контроля	Контролируемые темы (разделы)	Компетенции, компоненты которых контролируются
1	Текущий. Проверка сообщений/докладов.	Тема 1. Разработка рекламного ролика Тема 3. Съёмочный процесс Тема 4. Видеомонтаж, кадр и монтаж	ПК-8
2	Текущий. Проверка ответов на контр. вопросы.	Тема 1. Разработка рекламного ролика Тема 2. Основные этапы подготовительного (предпостановочного) процесса Тема 3. Съёмочный процесс Тема 4. Видеомонтаж, кадр и монтаж Тема 5. Оформление материала Тема 6. Монтажно-тонировочный период	ПК-8, ПК-16
3	Текущий. Проверка тестов	Тема 1. Разработка рекламного ролика Тема 2. Основные этапы подготовительного (предпостановочного) процесса	ПК-8, ПК-16

		Тема 3. Съёмочный процесс Тема 4. Видеомонтаж, кадр и монтаж Тема 5. Оформление материала Тема 6. Монтажно-тонировочный период.	
4	Текущий. Проверка отчетов по лабораторным работам	Тема 1. Разработка рекламного ролика Тема 2. Основные этапы подготовительного (предпостановочного) процесса Тема 3. Съёмочный процесс Тема 4. Видеомонтаж, кадр и монтаж Тема 5. Оформление материала Тема 6. Монтажно-тонировочный период	ПК-8, ПК-16
5	Текущий. Защита доклада и презентации.	Тема 3. Съёмочный процесс Тема 4. Видеомонтаж, кадр и монтаж Тема 5. Оформление материала Тема 6. Монтажно-тонировочный период.	ПК-16

Примерные контрольные вопросы

1. Специфика драматургии телевизионного рекламного ролика.
2. Идеино-тематическая основа драматургический фундамент любого рекламного сюжета.
3. Понятие образно-смыслового хода сценария видеорекламы.
4. Последовательность работы над сценарием рекламного видеоролика (характеристика этапов).
5. Понятие литературного и режиссерского сценариев рекламного видеоролика.
6. Специфика композиционного построения сценария видеорекламы.
7. Понятие технического монтажа (современные технологии).
8. Понятие ВТК (организация, состав, управление).
9. Функции и приемы художественного монтажа видеорекламы.
10. Выразительные средства режиссуры рекламного видеоролика.
11. Режиссерско-постановочная экспликация рекламного сценария (понятие, разделы).
12. Составление сметы расходов производства рекламного видеоролика (разделы, примерные расценки на производимые работы)
13. Специфика телевизионной рекламы (роль, цели и задачи).
14. Развитие визуальной рекламы в России-динамика содержания.
15. Понятие литературно-авторского замысла рекламного видеосюжета.
16. Специфика рекламного сценария.
17. Роль музыки и шумов аудиоряда в реализации рекламной идеи.
18. Пластическое решение кинокадра рекламного фильма («мизанкадр»).
19. Характеристика основных этапов производства рекламного фильма.
20. Аудиоряд рекламного фильма, выразительные средства.
21. Режиссерско-операторские планы рекламного видеоролика (характеристика и возможности).
22. Современные компьютерные технологии производства рекламного фильма.
23. Методы и приемы составления слогана и его роль в рекламном фильме.

Демонстрационный вариант тестового задания

I. Исключите лишнее в данном смысловом ряду

1. Монтажный лист –

- 1) лист, на котором напечатаны прямоугольники в виде телеэкрана;
 - 2) лист, содержащий полное и точное описание каждого кадра фильма от первого до последнего плана;
 - 3) лист с режиссерской экспликацией рекламного ролика.
2. *Композиция сценария* –
- 1) последовательность сюжета;
 - 2) организация событийного действия и соответствующее расположение материала в развитии конфликтной ситуации;
 - 3) общепринятый порядок построения режиссерско-сценарного замысла.

II. Определите правильную последовательность

1. Порядок написания сценария рекламного видеосюжета:

- | | |
|--------------------------|------------------------------|
| 1) образно-смысловой ход | 4) редактирование |
| 2) тема | 5) композиционное построение |
| 3) идея | 6) утверждение |

2. Последовательность работы над рекламным видеосюжетом:

- | | |
|------------------------|---|
| 1) режиссерский монтаж | 6) режиссерская экспликация |
| 2) написание сценария | 7) съемка видеосюжета |
| 3) технический монтаж | 8) подбор готового видео и аудио материала. |
| 4) создание ВТК | |
| 5) утверждение сметы | |

III Выберите правильный ответ (нужное отметить V)

1. Специфика рекламного видеоклипа:

- | | |
|---|-----------------------------|
| 1) анекдотичность ситуации | 6) благопристойность |
| 2) юмор по отношению к товару | 7) непохожесть |
| 3) неожиданность развязки | 8) внутренний темпо-ритм |
| 4) лаконичность | 9) образность |
| 5) стремление выразить авторскую оригинальность | 10) внешний темпо-ритм |
| | 11) простота изложения темы |

2. Кульминация (слом) рекламного видеоклипа

- 1) резкий поворот событийного действия, где демонстрируется основное свойство товара
- 2) введение зрителя в ситуацию, в предлагаемые обстоятельства дальнейшего действия

Примерные вопросы для подготовки к зачету

Вопросы для проверки уровня обученности «Знать»:

1. Основные методы съемки, принятые в фильмопроизводстве.
2. Техника и приемы съемки.
3. Точка съемки, ракурс, движение камеры, характер движения, ритм.
4. Стилль съёмки, размер экрана, крупность планов.
5. Стандартные съёмки.
6. Понятие «кадр».
7. Построение и композиция кадра.
8. Монтажные программы.
9. Монтаж, монтажная фраза. Монтажный переход.
10. Спецэффекты, порядок кадров, длительность эпизода, сюжета, монтажный ритм.
11. Прямой и черновой монтажи.
12. Монтажная съемка изображения в сцене.
13. Монтаж по крупности планов.
14. Монтаж по композиции кадра, тону, цвету.

15. Монтажный ритм в сцене.
16. Крупный план, массовые сцены, грим.
17. Звуковые элементы.
18. Фокусировка внимания, нагнетание напряжения, раздражающие приемы.
19. Сетки, думы, подвижные элементы дстройки.
20. Масштабные совмещения.
21. Рир - и фронтпроекции, «Хромокей».
22. Титры, графика, фон для титров.
23. Виды надписей, шрифты.
24. Формы графики, спецэффекты.
25. Обработка кадра, изображения, пространства.
26. Электронные эффекты, временные эффекты.
27. Звуковой баланс, типы записей, обработка звука, качество звука, звуковой образ.
28. Музыка и музыкальные эффекты, шумы.

Вопросы для проверки уровня обученности «Уметь»:

1. Выделите цели и задачи сюжета рекламного ролика.
2. Выделите жанровые особенности рекламного ролика.
3. Выделите жанровые особенности презентационного видео.
4. Выделите особенности разработки сценария рекламного видео.
5. Выделите особенности разработки сценария презентационного видео.
6. Опишите характеристики постановочный метод съемки.
7. Опишите характеристики репортажный метод съемки.
8. Этическая сторона монтажа.
9. Выбор актеров первого, второго планов.
10. Декорации и элементы их составляющие, частичные декорации.
11. Взаимодействие режиссера, съёмочной группы и персонала студии.
12. Подготовка сценария, отбор натур.
13. Проанализируйте «провокационные ситуации» в рекламном ролике.

Задания для проверки уровня обученности «Владеть»:

1. Составить киносценарий документального или видового фильма с событийной основой внутри. (Выбор темы и жанра свободный: это может быть лирическая зарисовка, детектив, мелодрама и т. д.)
2. Написать небольшой рассказ, в котором событийную основу составят пять слов, соответствующих пяти композиционным событиям рекламного сценария.
3. Сохранив сюжетную заданность классического литературного произведения, выйти на рекламную идею.
4. Написать литературный и режиссёрский сценарий коммерческой рекламы.
5. Разработать сценарий социальной видеорекламы.
6. Разработать сценарий имиджевой видеорекламы.
7. Разработать сценарий презентационного видео.
8. Осуществить монтаж предложенного видео по направлению во времени в программе обработки видеофайлов.
9. Осуществить монтаж предложенного видео по ориентации в пространстве в программе обработки видеофайлов.
10. Осуществить обработку звуковых эффектов в программе обработки видеофайлов.

11. Создайте титры и, фон для титров в программе обработки видеофайлов.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) Основная литература

1. Анашкина, Н. А. Режиссура телевизионной рекламы [Электронный ресурс]: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 032401 (350700) «Реклама», 080111 «Маркетинг», 080301 «Коммерция (торговое дело)» / Н. А. Анашкина; под ред. Л. М. Дмитриевой. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 208 с. - (Серия «Азбука рекламы»). - ISBN 978-5-238-01317-6. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=390887>

2. Теория и практика рекламы: Учебное пособие / Н.В. Шишова, А.С. Подопригора, Т.В. Акулич. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 299 с.: 60x90 1/16. (обложка) ISBN 978-5-16-004794-2, 500 экз. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=362871>

3. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Поляков, А. А. Романов. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 502 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00728-2. <https://www.biblio-online.ru/book/1BF53170-0D1A-43E0-A621-D5AD21B3C08E>

б) Дополнительная литература

4. Бернадская, Ю. С. Звук в рекламе [Электронный ресурс] : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 032401 (350700) «Реклама» / Ю. С. Бернадская. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 135 с. - (Серия «Азбука рекламы»). - ISBN 978-5-238-01245-2. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=391136>

5. Васильев, Г. А. Основы рекламы [Электронный ресурс] : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлениям 080100 «Экономика», 080300 «Коммерция», 080500 «Менеджмент» / Г. А. Васильев, В. А. Поляков. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 719 с. - ISBN 5-238-01059-1. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=377209>

6. Дизайн и рекламные технологии: Учебное пособие / О.Н. Ткаченко; Под ред. проф. Л.М. Дмитриевой. - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 176 с.: 60x88 1/16. - (Бакалавриат). (обложка) ISBN 978-5-9776-0288-4, 200 экз. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=474525>

7. Макарова, Т. В. Основы информационных технологий в рекламе [Электронный ресурс]: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 032401 «Реклама» / Т. В. Макарова, О. Н. Ткаченко, О. Г. Капустина; под ред. Л. М. Дмитриевой. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 271 с. - (Серия «Азбука рекламы»). - ISBN 978-5-238-01526-2 Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=376989>

8. Ткаченко, Н. В. Креативная реклама. Технологии проектирования [Электронный ресурс] : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Реклама» / Н. В. Ткаченко, О. Н. Ткаченко; под ред. Л. М. Дмитриевой. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 335 с. - (Серия «Азбука рекламы»). - ISBN 978-5-238-01568-2. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=376898>

9. Щепилова, Г. Г. Реклама : учебник для академического бакалавриата / Г. Г. Щепилова, К. В. Щепилов. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 381 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-01220-0. <https://www.biblio-online.ru/book/5B5AE353-53DD-40E6-AEE5-60670F5234CE>

в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы

1. Текстовый редактор MS Word, программа презентационной графики MS PowerPoint, программа видеомонтажа Avidemux, аудиоредактор Audacity

2. Ресурсы для образовательных учреждений : Учебные материалы. <http://www.adobe.com/ru/education/resources.html>

3. Комплексные сайты о маркетинге, рекламе и связях с общественностью:
4. Интернет-проект «AdMe» - <http://www.adme.ru>
5. Информационный портал «Реклама. Маркетинг. PR. Sostav.ru»-
<http://www.sostav.ru>
6. Журнал «Реклама. Теория и практика» - <http://www.advertising.ru>
7. Информационный портал «Advertology.ru» - <http://www.advertology.ru>
8. РБК. Магазин исследований - <http://marketing.rbc.ru>
9. Интернет проект «Marketer.ru» Статьи про рекламу, маркетинг, public relations, интернет - <http://www.marketer.ru>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины «Разработка рекламных и презентационных фильмов»

В учебном процессе для освоения дисциплины «Разработка рекламных и презентационных фильмов» необходимо:

1. Учебные аудитории для проведения лекционных занятий, практических, лабораторных занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации аудитории.

2. Помещения для самостоятельной работы обучающихся должны быть оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронно-образовательную среду организации.

Рабочая программа дисциплины «Продвижение в социальных медиа» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Программу составили:
к.э.н., доцент
старший преподаватель



Е.С. Егорова
Е.В. Мурунова

Настоящая программа не может быть воспроизведена ни в какой форме без предварительного письменного разрешения кафедры-разработчика программы.

Программа одобрена на заседании кафедры «ФСК»

Протокол № 1

от «31» августа 2016 года

Зав. кафедрой
д. филос. н., доцент



Н.В. Розенберг

Программа одобрена методической комиссией Юридического факультета

Протокол № 1

от «06» сентября 2016 года

Председатель методической комиссии
Юридического факультета
д. ю.н., проф.



Г.Б. Романовский

**Сведения о переутверждении программы на очередной учебный год
и регистрации изменений**

Учебный год	Решение кафедры (№ протокола, дата, подпись зав. кафедрой)	Внесенные изменения	Номера листов (страниц)		
			заменен- ных	новых	аннулиро- ванных