

**Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Институт кино и телевидения (ГИТР)»**

УТВЕРЖДАЮ
Ректор
Ю.М. Литовчин

СОГЛАСОВАНО
Зав.кафедрой режиссуры
кино, телевидения и мультимедиа
А.И.Капков

30 августа 2024 г.

30 августа 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«РЕЖИССУРА РЕКЛАМЫ»

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА

профессиональной переподготовки

Образовательная программа - Режиссура кино и телевидения

Квалификация выпускника - Режиссер клипа и рекламы

Форма обучения - очно-заочная

МОСКВА - 2024

1. Аннотация

Дисциплина дает понимание творческой и производственной специфики создания короткого рекламного фильма (ролика), помогает выявить основные потребительские качества продукта, разработать концепцию, драматургию и создать образное решение рекламируемого продукта на экране.

2. Место дисциплины

Базируется на знаниях дисциплин «Режиссура клипа», «Кинодраматургия», «Основы телевизионного мастерства», является основой для создания выпускной квалификационной работы.

3. Планируемые результаты

В результате освоения дисциплины обучающийся должен знать:

- теорию и практику мастерства кинорежиссёра, режиссера клипа и рекламы
- основы современной компьютерной графики, монтажа и дизайна
- технологию, экономику и организацию производства клипа и рекламы.

4. Объем дисциплины

3 зачетные единицы (108 академических часов).

Из них:

Контактная работа с педагогическим работником					Самостоятельная работа	Контроль – подготовка к промежуточной аттестации
Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Консультации	Промежуточная аттестация	Всего		
14	14	1	0,3	29,3	42,7	36

5. Содержание дисциплины

Раздел, форма аттестации	Тема №№	Всего часов	Контактная работа с педагогическим работником					Самостоятельная работа	Контроль-подготовка к ПА
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Консультации	Промежуточная аттестация (ПА)	Всего		
Реклама как социальный институт и социальная организация	1	10	2	2			4	6	
Реклама продуктов и товаров, ее специфика	2	10	2	2			4	6	
Реклама как общественное явление	3	10	2	2			4	6	
Субъекты рекламы. Классификация рекламы	4	10	2	2			4	6	
Виды рекламных видеороликов	5	10	2	2			4	6	
Графические видеоролики	6	10	2	2			4	6	
Бриф	7	10,7	2	2			4	6,7	
Экзамен	8	37,3			1	0,3	1,3		36
Итого:		108	14	14	1	0,3	29,3	42,7	36

Тематическое содержание занятий см. по ссылке <https://sdo.gitr.ru/>

6. Методические рекомендации (материалы) для обучающегося

- Регулярно посещать занятия.
- Работать с учебниками и учебными пособиями.
- Конспектировать учебную литературу.
- Выполнять задания.
- Исследовать текущую ситуацию на рекламном рынке России и мира.
- Изучать профильные данные ведущих фестивалей и конкурсов.
- Проводить мониторинг специализированных интернет-изданий и площадок.

Методические рекомендации по выполнению заданий см. по ссылке <https://sdo.gitr.ru/>

7. Образовательные технологии

Занятия лекционного типа - формирование системы ориентирующих знаний об этапах, принципах и методах создания рекламного продукта и клипа в целом.

Занятия семинарского типа - практические занятия, обеспечивающие развитие у обучающихся навыков командной работы, в процессе создания рекламного ролика.

Текущий контроль успеваемости - выполнение практических заданий.

Консультации - консультации к экзамену.

Промежуточная аттестация - практическое задание.

Самостоятельная работа - выполнение практических заданий, изучение специальной литературы.

8. Ресурсное обеспечение

Учебная литература

1. Щепилова Г.Г. Основы рекламы [Электронный ресурс]: учебник / Г.Г. Щепилова, К.В. Щепилов. – М.: Директ-Медиа, 2019. – Доступ из ЭБС «Университетская библиотека онлайн». – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=500663>
2. Моуат Д. Видеомаркетинг: стратегия, контент, производство [Электронный ресурс] / Д. Моуат. – М.: АП, 2019. – Доступ из ЭБС «Университетская библиотека онлайн». – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=570421>
3. Голядкин Н.А. Творческая телереклама: учеб. пособие / Н.А. Голядкин. – М.: Аспект Пресс, 2005. – 50 экз.
4. Цвик В.Л. Телевизионная журналистика [Электронный ресурс]: учеб. пособие / В.Л. Цвик. – М.: Юнити-Дана, 2015. – Доступ из ЭБС «Университетская библиотека онлайн». – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=446404>
5. Оуэнс Д. Телевизионное производство: учеб. пособие / Д. Оуэнс, Д. Миллерсон. – М.: ГИТР, 2012. – 423 экз.
6. Шестов Н.П. Сценарий рекламного ролика как часть рекламной стратегии [Электронный ресурс] / Н.П. Шестов. – М.: Лаборатория книги, 2011. – Доступ из ЭБС «Университетская библиотека онлайн». – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=142520>
7. Бернадская Ю.С. Звук в рекламе [Электронный ресурс]: учеб. пособие / Ю.С. Бернадская. – М.: Юнити, 2015. – Доступ из ЭБС «Университетская библиотека онлайн». – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436693>

Программное обеспечение

1. Mac OS 11.0.1
2. Keynote
3. Numbers
4. Pages
5. 7z
6. Safari
7. Google Chrome
8. Yandex Browser
9. Adobe Acrobat Reader DC
10. Adobe Creative Cloud
11. Final Cut Pro X
12. OBS Studio
13. Zoom
14. Skype
15. Web-модуль для заказа оборудования "Заявки на оборудование и классы", Rusolf

Информационно-справочные системы и профессиональные базы данных

1. Park Production - <https://parkproduction.ru/>
2. Трехмер - <http://www.trehmer.ru/>
3. Информационно-справочный портал "Индустрия рекламы" - <http://adindustry.ru/doc/995>
4. Реклама на телевидении России - <http://www.startmarketing.ru/media/tv/article/13>
5. AdVesti - <http://www.advesti.ru/publish/video/tvrec2/>
6. Электронный каталог библиотеки ГИТР - <https://sdo.gitr.ru:8090/MegaPro/Web>

7. Электронная библиотечная система «Университетская библиотека онлайн»
- <http://www.biblioclub.ru/>
8. Универсальная база данных периодических изданий компании «Ист Вью»
- <https://dlib.eastview.com/browse/udb/12>

Материально-техническая база

1. Учебная аудитория
2. Помещение для самостоятельной работы с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в ЭИОС ГИТРа.
3. Состав оборудования и технических средств обучения определен в приложении № 3.

9. Оценочные материалы

9.1 Критерии оценивания результатов освоения дисциплины

отлично - сформированные и систематизированные знания предмета, сформированные умения и навыки применения методов и подходов изучаемой дисциплины при решении учебных и практических задач.

хорошо - в целом, сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания предмета, умение применять методы и подходы изучаемой дисциплины при решении учебных и практических задач с минимальным количеством ошибок не принципиального характера, наличие навыков применения методов и подходов изучаемой дисциплины при решении учебных и практических задач.

удовлетворительно - несистематизированные знания предмета, частично сформированные умения и навыки применения методов и подходов изучаемой дисциплины при решении учебных задач.

неудовлетворительно - фрагментарное знание предмета, отсутствие умений и навыков применения методов и подходов изучаемой дисциплины при решении учебных задач.

9.2 Материалы к текущему контролю

Полный перечень вопросов, тестов и заданий см. по ссылке <https://sdo.gitr.ru/>

9.3 Материалы к промежуточной аттестации

Полный перечень вопросов, тестов и заданий см. по ссылке <https://sdo.gitr.ru/>