

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

УТВЕРЖДАЮ  
Ректор  
Ю.М. Литовчин

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

30 августа 2024 г.

30 августа 2024 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**«КЛИП И РЕКЛАМА»**

Направление подготовки 42.03.04 Телевидение

Направленность (профиль) – режиссура телевидения

Форма обучения – очно-заочная

Автор: [Елена Калиберда](#)

МОСКВА – 2024

## **1. Аннотация**

Дисциплина дает понимание творческой и производственной специфики создания рекламы и музыкального клипа, формирует основные навыки работы с данными формами аудиовизуального продукта.

## **2. Место дисциплины**

Относится к обязательной части Блока 1, базируется на знаниях дисциплин «Теория и практика создания телепроектов», «Основы телевизионного мастерства», «Сценарное мастерство», «Теория экранного искусства», является основой для создания выпускной квалификационной работы.

## **3. Планируемые результаты**

*В результате освоения дисциплины обучающийся должен:*

### **Знать**

- основы построения рабочего процесса над созданием музыкального видео и рекламы, структуру подготовки литературного и режиссёрского сценария
- структуру продакшн-компаний; Способы взаимодействия и координации между основными участниками производства: клиентом, креативом, рекламным продакшн, ТВ-каналом
- основные этапы производства видео-рекламы: тендер – препродакшн – съемка – постпродакшн

### **Уметь**

- определять целевую аудиторию, проводить анализ полученных данных для формирования верного рекламного сообщения, формировать концепцию, исходя из набора доступных материалов, самостоятельно подготавливать рабочую версию аудиовизуального произведения, учитывать запросы и общества и аудитории в процессе разработки рекламного ролика
- использовать средства художественной выразительности для формирования аудиовизуального произведения, использовать дополнительные приемы и компьютерные эффекты для создания аудиовизуального проекта
- моделировать рекламные сообщения в соответствии с концепцией социальной рекламной кампании, учитывать особенности региона, страны и мира в процессе режиссёрской работы над клипом и рекламой
- решать нетрадиционные задачи, используя приобретенные предметные, интеллектуальные и общие знания, умения и навыки, креативно мыслить и самостоятельно инициировать творческие решения

### **Владеть**

- технологией создания музыкальных клипов и рекламных сообщений, применяя в

работе над ними разнообразные выразительные средства, навыками разработки режиссерского сценария клипа и рекламы

- практическими навыками планирования и организации производства видео
- базовыми навыками создания документов, используемых в сфере производства видеорекламы, навыками создания логистики съемочного процесса
- навыками творческого процесса монтажа клипа и рекламы.

*Формируются поэтапно следующие компетенции и индикаторы их достижения:*

Компетенции	Индикаторы
ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1. умеет работать с материалами социологических опросов и выстраивать социальное взаимодействие; ОПК-4.2. учитывает запросы и общества и аудитории в процессе разработки аудиовизуального продукта; ОПК-4.3. определяет потребности аудитории в процессе создания телевизионных программ;
ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1. владеет навыками работы с правовыми документами в процессе профессиональной деятельности; ОПК-5.3. учитывает особенности региона, страны и мира в процессе режиссёрской работы над медиапродуктом;
ПК-2. Способен обеспечить высокий художественный уровень медиапродукта	ПК-2.14. владеет навыками разработки режиссерского сценария
ПК-3. Способен осуществлять творческий процесс видеомонтажа кино-, теле-, видеофильма или телевизионной программы всех видов и жанров	ПК-3.7. способен креативно мыслить и самостоятельно инициировать творческие решения; ПК-3.23. способен непосредственно осуществить творческий процесс монтажа

#### 4. Объем дисциплины

7 зачетных единиц (252 академических часа).

Из них:

Контактная работа с педагогическим работником					Самостоятельная работа	Контроль – подготовка к промежуточной аттестации
Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Консультации	Промежуточная аттестация	Всего		
10	54	1	0,3	65,3	150,7	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		
Введение в дисциплину	1-2	13	0,5	3,5			4	9	
Организация производственного процесса	3-4	13	0,5	3,5			4	9	
Особенности производства рекламных роликов для различных товаров	5-6	13	0,5	3,5			4	9	
Особенности социальной рекламы	7-8	13	0,5	3,5			4	9	
Виды рекламной деятельности	9-12	26,7	1	7			8	18,7	
Механизмы оценки рекламы	13-17	35	2	10			12	23	
История развития музыкального клипа	18-19	13	0,5	3,5			4	9	
Разнообразие музыкального контента	20-21	17	0,5	7,5			8	9	
Технология создания музыкального клипа	22-33	71	4	12			16	55	
Экзамен		37,3			1	0,3	1,3		36
Итого:		252	10	54	1	0,3	65,3	150,7	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, опрос.

**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>
  8. Макки Р. Сториномика. Маркетинг, основанный на историях, в пострекламном мире <https://disk.yandex.ru/i/EXSJn6uwzRZDBw>

## **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**

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

4 - 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.

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

2 - 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/>