

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о государственном аккредитованном некоммерческом частном образовательном учреждении высшего
ФИО: Агабекян Раиса Левоновна образования
Должность: ректор «Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ»
Дата подписания: 28.09.2023 12:52:35 (г. Краснодар)
Уникальный программный ключ: (НАН ЧОУ ВО Академия ИМСИТ)
4237c7ccb9b9e111bbaf1f4fcd9201d015c4dbaa123ff774747307b9b9fbcbe

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе,
доцент Севрюгина Н.И.
17 апреля 2023

Б1.В.03

Техника и технология рекламного видео

Анотация к рабочей программе дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **Кафедра рекламы и дизайна**
Учебный план 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Квалификация **бакалавр**
Форма обучения **очная**
Программу составил(и): к.ф.н., доцент Чумичева Н.В.

Распределение часов дисциплины по семестрам

| Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>) | 5 (3.1) | | Итого | |
|--|---------|------|--------|------|
| | Неделя | | 16 5/6 | |
| Вид занятий | УП | РП | УП | РП |
| Лекции | 16 | 16 | 16 | 16 |
| Практические | 32 | 32 | 32 | 32 |
| Контактная работа на аттестации | 0,2 | 0,2 | 0,2 | 0,2 |
| Итого ауд. | 48 | 48 | 48 | 48 |
| Контактная работа | 48,2 | 48,2 | 48,2 | 48,2 |
| Сам. работа | 59,8 | 59,8 | 59,8 | 59,8 |
| Итого | 108 | 108 | 108 | 108 |

| 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ | |
|------------------------------------|---|
| 1.1 | Цель освоения дисциплины «Техника и технология рекламного видео» - приобретение обучающимися знаний о видах, способах производства и применения, особенностях композиции и восприятия рекламной фотографии. |
| 1.2 | Дисциплина «Техника и технология рекламного видео» входит в перечень обязательных дисциплин вариативной части образовательной программы бакалавра по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Дисциплина складывается из системы аудиторных лекций, лекционных занятий и практических упражнений самостоятельной работы. Дисциплиной предусмотрено формирование представлений о композиции, восприятии фотоснимка, особенностях применения фотографии в рекламе. |
| 1.3 | Дисциплина «Техника и технология рекламного видео» нацелена на решение широкого круга задач, основными из которых являются: развитие у обучающихся практических навыков работы с рекламной фотографией, построения композиции рекламного фотоснимка и изучение особенностей восприятия фотографии. |
| 1.4 | В соответствии с учебным планом направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью предусмотрены следующие виды деятельности: коммуникационная, рекламно-информационная , информационно-технологическая. |

| 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП | |
|--|--|
| Цикл (раздел) ООП: | Б1.В |
| 2.1 | Требования к предварительной подготовке обучающегося: |
| 2.1.1 | Изучение данной дисциплины базируется на дисциплинах: «Теория и практика массовой коммуникации», «Основы теории коммуникации», «Психология массовых коммуникаций»; знание дисциплины оказывает поддержку в учебно-исследовательской работе, при выполнении курсовых работ и выпускной квалификационной работы. |
| 2.1.2 | Пороговый (входной) уровень знаний, умений, опыта деятельности, требуемый для формирования компетенции необходимых для освоения программы дисциплины «Техника и технология рекламного видео» связан с дисциплинами и междисциплинарными связями, обеспечивающими формирование компетенций, необходимыми для освоения программы дисциплины «Техника и технология рекламного видео». |
| 2.1.3 | |
| 2.1.4 | Интегрированные коммуникации |
| 2.1.5 | Техника и технология рекламной фотографии |
| 2.1.6 | Цифровые коммуникации |
| 2.1.7 | Теория и практика медиакоммуникаций |
| 2.1.8 | История рекламы и связей с общественностью |
| 2.1.9 | Основы теории коммуникации, включая деловые и межличностные коммуникации |
| 2.1.10 | Учебная практика: профессионально-ознакомительная практика |
| 2.1.11 | Компьютерные технологии и информатика |
| 2.2 | Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее: |
| 2.2.1 | Интегрированные коммуникации |
| 2.2.2 | Техника и технология рекламной фотографии |
| 2.2.3 | Цифровые коммуникации |
| 2.2.4 | Медиаанализ и медиапланирование |
| 2.2.5 | Организация и проведение коммуникационных кампаний |
| 2.2.6 | Психология рекламы и связей с общественностью |
| 2.2.7 | Интернет-технологии в связях с общественностью |
| 2.2.8 | Социология рекламы и связей с общественностью |
| 2.2.9 | Создание рекламы с использованием компьютерных технологий |
| 2.2.10 | Основы имиджелогии |
| 3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) | |
| ПК-4: Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций | |
| Планируемые результаты обучения (показатели освоения индикаторов компетенций) | |
| ПК-4.1: При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде | |
| Знать: | |
| — методы разработки концептуальных идей видеороликов, | |

| |
|--|
| определяемых назначением, способствующих раскрытию художественного (рекламного) образа, соответствующих эмоциональным запросам общества; |
| - технические и программные средства для компьютерной обработки |
| концептуальную проектную идею; как возможно синтезировать набор возможных решений и научно обосновать свои предложения при проектировании дизайн-объектов, удовлетворяющих утилитарные и эстетические потребности человека (техника и оборудование, транспортные средства, интерьеры, среда, полиграфия, товары народного потребления); выдвигать и реализовывать креативные идеи |
| Уметь: |
| формулировать и излагать изобразительными средствами раскадровки и операторской экспликации концептуальную идею, образ будущего видеоролика; создавать эскизы сцен, создавать эскизы сцен, |
| героев (персонажей), локаций; — создавать и воплощать режиссерский замысел; |
| использовать технические и программные средства для компьютерной обработки |
| Владеть: |
| методами стимуляции творческих идей при синтезе возможных художественных идей и замыслов |
| — приемами аргументации и обоснования состоятельности разработанных концепций; |
| навыками создания видеороликов; |
| ПК-4.2: При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде |
| Знать: |
| концептуальные основы разработки и создания видео-контента; — современные материалы и технологии, производственные ресурсы, технические базы, аппаратные средства, сопутствующие производству и монтажу видеороликов; |
| принципы создания маркетинговых коммуникаций на визуальных платформах социальных сетей instagram, tiktok, youtube, facebook |
| концептуальную и художественно-техническую разработку, подготовку проектной документации в области дизайна объектов, среды и систем |
| Уметь: |
| руководить съемочной группой; организовывать креативные и художественно-производственные процессы видеосъемки и видеомонтажа; |
| разрабатывать и воплощать операторскую экспликацию на основе режиссерского постановочного сценария, изобразительно-декорационного оформления локаций, сцен и героев; |
| — обрабатывать видеоматериал цифровыми программными средствами; создавать спецэффекты; |
| Владеть: |
| навыками создания видеороликов; |
| навыками внедрения видео-контента в другие виды аудиовизуального искусства; |
| методами решения маркетинговых задач, путём размещения видео-контента на визуальных платформах социальных сетей instagram, tiktok, youtube, facebook |

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен

| |
|-------------------|
| 3.1 Знать: |
|-------------------|

| |
|--|
| — методы разработки концептуальных идей видеороликов, определяемых назначением, способствующих раскрытию художественного (рекламного) образа, соответствующих эмоциональным запросам общества; |
| концептуальные основы разработки и создания видео-контента; — современные материалы и технологии, производственные ресурсы, технические базы, аппаратные средства, сопутствующие производству и монтажу видеороликов; |
| 3.2 Уметь: |
| формулировать и излагать изобразительными средствами раскадровки и операторской экспликации концептуальную идею, образ будущего видеоролика; создавать эскизы сцен, |
| руководить съемочной группой; организовывать креативные и художественно-производственные процессы видеосъемок и видеомонтажа; |
| 3.3 Владеть: |
| методами стимуляции творческих идей при синтезе возможных художественных идей и замыслов |
| навыками создания видеороликов; |