

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о государственном аккредитованном некоммерческом частном образовательном учреждении высшего образования

ФИО: Агабекян Раиса Левоновна

образования

Должность: ректор «Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ»

Дата подписания: 28.09.2023 12:55:34

(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 **заочная**

Программу составил(и): кфн, доцент Чумичева Нелли Викторовна

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	3		4		Итого	
	УП	РП	УП	РП		
Лекции	2	2	4	4	6	6
Практические			10	10	10	10
Контактная работа на аттестации (в период экз. сессий)			0,2	0,2	0,2	0,2
Итого ауд.	2	2	14	14	16	16
Контактная работа	2	2	14,2	14,2	16,2	16,2
Сам. работа	34	34	54	54	88	88
Часы на контроль			3,8	3,8	3,8	3,8
Итого	36	36	72	72	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 имиджологии
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 видеосъемок 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;