

Документ подписан простой электронной подписью

Информационно-образовательное учреждение высшего образования
Негосударственное аккредитованное некоммерческое частное образовательное учреждение высшего образования

ФИО: Агабекян Раиса Левоновна

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

Дата подписания: 13.12.2023 14:15:23

(г. Краснодар)

Уникальный программный ключ:

(НАН ЧОУ ВО Академия ИМСИТ)

4237c7ccb9b9e111bbaf1f4fcd9201d015c4dbaa123ff774747307b9b9fbcbe

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе,

доцент Севрюгина Н.И.

20 ноября 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):	

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	5 (3.1)		Итого	
	уп	рп	уп	рп
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 медиакommunikаций
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 образительными 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, образительно-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;