

Негосударственное аккредитованное некоммерческое частное образовательное учреждение высшего образования  
Информация о владельце: **«Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ»**  
ФИО: Агабекян Раиса Левонидовна (г. Краснодар)  
Должность: ректор (НАН ЧОУ ВО Академия ИМСИТ)  
Дата подписания: 03.04.2024 12:46:49  
Уникальный программный ключ:  
4237c7ccb9b9e111bbaf1f4fcd9201d015c4dbaa123ff774747307b9b9fbcbe

УТВЕРЖДАЮ  
Проректор по учебной работе,  
доцент Севрюгина Н.И.  
25.12.2023

**Б1.В.03**

## **Техника и технология рекламного видео**

### **Аннотация 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):

**Распределение часов дисциплины по курсам**

Курс	3		4		Итого	
	УП	РП	УП	РП		
Лекции	2	2	4	4	6	6
Практические			8	10	8	10
Контактная работа на аттестации (в период экз. сессий)			0,2	0,2	0,2	0,2
Итого ауд.	2	2	12	14	14	16
Контактная работа	2	2	12,2	14,2	14,2	16,2
Сам. работа	34	34	56	54	90	88
Часы на контроль			3,8	3,8	3,8	3,8
Итого	36	36	72	72	108	108

<b>1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
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.

<b>2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП</b>	
Цикл (раздел) ООП:	Б1.В
<b>2.1</b>	<b>Требования к предварительной подготовке обучающегося:</b>
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
<b>2.2</b>	<b>Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:</b>
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
<b>3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>	
<b>ПК-4: Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций</b>	
<b>Планируемые результаты обучения (показатели освоения индикаторов компетенций)</b>	

**В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен**

<b>3.1</b>	<b>Знать:</b>
<b>3.2</b>	<b>Уметь:</b>

<b>3.3 Владеть:</b>
---------------------