|  |  |
| --- | --- |
| Министерство науки и высшего образования Российской Федерации | |
| Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение | |
| высшего образования | |
| «Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина | |
| (Технологии. Дизайн. Искусство)» | |
|  | |
| Институт | Социальной инженерии |
| Кафедра | Журналистики и телевизионных технологий |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**  **УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ** | | |
| **Аудиовизуальная реклама** | | |
| Уровень образования | бакалавриат | |
| Направление подготовки | 42.03.04 | Телевидение |
| Профиль | Режиссура телевизионных и мультимедийных проектов | |
| Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения | 4 года | |
| Форма обучения | Очная | |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Рабочая программа учебной дисциплины «Аудиовизуальная реклама» основной профессиональной образовательной программы высшего образования, рассмотрена и одобрена на заседании кафедры, протокол № 11 от 30.06.2021 г. | | | |
| Разработчики рабочей программы учебной дисциплины «Драматургия рекламного ролика»: | | | |
|  | Преподаватели | А.В. Мурашкевич | |
|  |  |  | |
| Заведующий кафедрой: | | О.В. Мурзина |

# ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

* + - 1. Учебная дисциплина «Аудиовизуальная реклама» изучается в четвёртом семестре.
      2. Курсовая работа/Курсовой проект – не предусмотрены.

## Форма текущей аттестации: зачёт.

## Форма промежуточной аттестации: зачёт.

## Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

* + - 1. Учебная дисциплина «Аудиовизуальная реклама» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, и является элективной дисциплиной.
      2. Основой для освоения дисциплины являются результаты обучения по предыдущему уровню образования в части сформированности универсальных компетенций.
      3. Результаты обучения по учебной дисциплине используются при прохождении всех видов практик, предусмотренных ОПОП и выполнении ВКР.

# ЦЕЛИ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

* + - 1. Целями освоения дисциплины «Аудиовизуальная реклама» являются:
    - стимулирование интереса студентов к профессиональной деятельности;
    - формирование у обучающихся представления о телевизионной рекламе;
    - формирование у студентов практических навыков создания рекламных роликов;
    - стимулирование творческой деятельности студентов в создании мультимедийных рекламных проектов;
    - формирование у обучающихся компетенции(-й), установленной(-ых) образовательной программой в соответствии с ФГОС ВО по данной дисциплине.
      * 1. Результатом обучения по данной дисциплине является овладение обучающимися знаниями, умениями, навыками и опытом деятельности, характеризующими процесс формирования компетенций и обеспечивающими достижение планируемых результатов освоения учебной дисциплины

## Формируемые компетенции, индикаторы достижения компетенций, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Код и наименование компетенции | Код и наименование индикатора достижения компетенции | Планируемые результаты обучения по дисциплине |
| ПК-1  Способен технологически обеспечить процесс создания телевизионного и  мультимедийного продукта | ИД-ПК-1.1  Определение тематики материала телевизионного и  мультимедийного продукта;  ИД-ПК-1.2  Организация и обеспечение съемки и монтажных работ по созданию телевизионного и мультимедийного продукта;  ИД-ПК-1.3  Организация творческого процесса аудиомонтажа и видеомонтажа создания телевизионного и мультимедийного продукта и обеспечение его необходимыми ресурсами  ИД-ПК-1.4  Контроль процесса аудиомонтажа и видеомонтажа телевизионного и мультимедийного продукта | Обучающийся:  - способен организовывать процесс создания телевизионного и  мультимедийного продукта;  - способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере телевидения и других экранных масс-медиа. |

# СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ/МОДУЛЯ

Общая трудоёмкость учебной дисциплиныпо учебному плану составляет:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Очная форма обучения | **3** | **з.е.** | **108 час.** |

## Структура учебной дисциплины для обучающихся по видам занятий

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Структура и объем дисциплины** | | | | | | | | | |
| **Объем дисциплины по семестрам** | **форма промежуточной /итоговой аттестации** | **всего, час** | **Контактная аудиторная работа, час** | | | | **Самостоятельная работа обучающегося, час** | | |
| **лекции, час** | **практические занятия, час** | **лабораторные занятия, час** | **практическая подготовка, час** | ***курсовая работа/***  ***курсовой проект*** | **самостоятельная работа обучающегося, час** | **промежуточная аттестация, час** |
| 4 семестр очная форма | Зачёт | 108 | 36 |  | 36 |  |  | 36 |  |
| Всего: | Зачёт | 108 | 36 |  | 36 |  |  | 36 |  |

## Структура учебной дисциплины для обучающихся по разделам и темам дисциплины: (очная форма обучения)

| **Планируемые (контролируемые) результаты освоения:**  **код(ы) формируемой(ых) компетенции(й) и индикаторов достижения компетенций** | **Наименование разделов, тем;**  **форма(ы) промежуточной аттестации** | **Виды учебной работы** | | | | **Самостоятельная работа, час** | **Виды и формы контрольных мероприятий, обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости;**  **формы промежуточного контроля успеваемости** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Контактная работа** | | | |
| **Лекции, час** | **Практические занятия, час** | **Лабораторные работы/ индивидуальные занятия, час** | **Практическая подготовка, час** |
|  | **Четвёртый семестр** | | | | | | |
| ПК-1  ИД-ПК-1.1  ИД-ПК-1.2  ИД-ПК-1.3  ИД-ПК-1.4 | **Лекция 1**  Телевидение как носитель рекламной информации. | 2 | х | х | х | х | Контроль посещаемости. |
| ПК-1  ИД-ПК-1.1  ИД-ПК-1.2  ИД-ПК-1.3  ИД-ПК-1.4 | **Лекция 2**  Специфика рекламно-коммуникационной деятельности телевидения. | 2 | х | х | х | х | Контроль посещаемости. |
| ПК-1  ИД-ПК-1.1  ИД-ПК-1.2  ИД-ПК-1.3  ИД-ПК-1.4 | **Лекция 3.**  Телевизионная реклама как феномен массовой культуры. | 2 | х | х | х | х | Контроль посещаемости. |
| ПК-1  ИД-ПК-1.1  ИД-ПК-1.2  ИД-ПК-1.3  ИД-ПК-1.4 | **Лекция 4**  Телевизионная реклама и мотивация. | 2 | х | х | х | х | Контроль посещаемости. |
| ПК-1  ИД-ПК-1.1  ИД-ПК-1.2  ИД-ПК-1.3  ИД-ПК-1.4 | **Лекция 5**  Основные аспекты сценарно-драматургической основы рекламного видеосюжета. | 2 | х | х | х | х | Контроль посещаемости. |
| ПК-1  ИД-ПК-1.1  ИД-ПК-1.2  ИД-ПК-1.3  ИД-ПК-1.4 | **Лекция 6**  Авторская аннотация рекламного сюжета. | 2 | х | х | х | х | Контроль посещаемости. |
| ПК-1  ИД-ПК-1.1  ИД-ПК-1.2  ИД-ПК-1.3  ИД-ПК-1.4 | **Лекция 7**  Идея, тема, сценарно- режиссёрский ход. | 2 | х | х | х | х | Контроль посещаемости. |
| ПК-1  ИД-ПК-1.1  ИД-ПК-1.2  ИД-ПК-1.3  ИД-ПК-1.4 | **Лекция 8**  Сценарий как вид драматургии. | 2 | х | х | х | х | Контроль посещаемости. |
| ПК-1  ИД-ПК-1.1  ИД-ПК-1.2  ИД-ПК-1.3  ИД-ПК-1.4 | **Лекция 9**  Специфика рекламной драматургии и её композиционное построение. Выразительные средства рекламного видео. | 2 | х | х | х | х | Контроль посещаемости. |
| ПК-1  ИД-ПК-1.1  ИД-ПК-1.2  ИД-ПК-1.3  ИД-ПК-1.4 | **Лекция 10**  Режиссура рекламного ролика. | 2 | х | х | х | х | Контроль посещаемости. |
| ПК-1  ИД-ПК-1.1  ИД-ПК-1.2  ИД-ПК-1.3  ИД-ПК-1.4 | **Лекция 11**  Режиссура и организация съёмок. | 2 | х | х | х | х | Контроль посещаемости. |
| ПК-1  ИД-ПК-1.1  ИД-ПК-1.2  ИД-ПК-1.3  ИД-ПК-1.4 | **Лекция 12**  Драматургия и монтаж. | 2 | х | х | х | х | Контроль посещаемости. |
| ПК-1  ИД-ПК-1.1  ИД-ПК-1.2  ИД-ПК-1.3  ИД-ПК-1.4 | **Лекция 13**  Особенности художественного монтажа в производстве рекламного видео. | 2 | х | х | х | х | Контроль посещаемости. |
| ПК-1  ИД-ПК-1.1  ИД-ПК-1.2  ИД-ПК-1.3  ИД-ПК-1.4 | **Лекция 14**  От кадра к целостному произведению. | 2 | х | х | х | х | Контроль посещаемости. |
| ПК-1  ИД-ПК-1.1  ИД-ПК-1.2  ИД-ПК-1.3  ИД-ПК-1.4 | **Лекция 15**  Рекламная кампания. | 2 | х | х | х | х | Контроль посещаемости. |
| ПК-1  ИД-ПК-1.1  ИД-ПК-1.2  ИД-ПК-1.3  ИД-ПК-1.4 | **Лекция 16**  Театрализованные рекламные шоу. | 2 | х | х | х | х | Контроль посещаемости. |
| ПК-1  ИД-ПК-1.1  ИД-ПК-1.2  ИД-ПК-1.3  ИД-ПК-1.4 | **Лекция 17**  Менеджмент шоу-бизнеса. | 2 | х | х | х | х | Контроль посещаемости. |
| ПК-1  ИД-ПК-1.1  ИД-ПК-1.2  ИД-ПК-1.3  ИД-ПК-1.4 | **Лекция 18**  Продвижение на рынке шоу-бизнеса. | 2 | х | х | х | х | Контроль посещаемости. |
| ПК-1  ИД-ПК-1.1  ИД-ПК-1.2  ИД-ПК-1.3  ИД-ПК-1.4 | **Лабораторная работа 1.** | х | х | 2 | х | 2 | Контроль посещаемости.  **Дискуссия.** |
| ПК-1  ИД-ПК-1.1  ИД-ПК-1.2  ИД-ПК-1.3  ИД-ПК-1.4 | **Лабораторная работа 2.** | х | х | 2 | х | 2 | Контроль посещаемости.  **Практическое задание 1 - упражнение.** |
| ПК-1  ИД-ПК-1.1  ИД-ПК-1.2  ИД-ПК-1.3  ИД-ПК-1.4 | **Лабораторная работа 3.** | х | х | 2 | х | 2 | Контроль посещаемости.  **Практическое задание 2 – написание сценария.** |
| ПК-1  ИД-ПК-1.1  ИД-ПК-1.2  ИД-ПК-1.3  ИД-ПК-1.4 | **Лабораторная работа 4.** | х | х | 2 | х | 2 | Контроль посещаемости.  **Практическое задание 1 - упражнение.** |
| ПК-1  ИД-ПК-1.1  ИД-ПК-1.2  ИД-ПК-1.3  ИД-ПК-1.4 | **Лабораторная работа 5.** | х | х | 2 | х | 2 | Контроль посещаемости.  **Дискуссия.** |
| ПК-1  ИД-ПК-1.1  ИД-ПК-1.2  ИД-ПК-1.3  ИД-ПК-1.4 | **Лабораторная работа 6.** | х | х | 2 | х | 2 | Контроль посещаемости.  **Практическое задание 1 - упражнение.** |
| ПК-1  ИД-ПК-1.1  ИД-ПК-1.2  ИД-ПК-1.3  ИД-ПК-1.4 | **Лабораторная работа 7.** | х | х | 2 | х | 2 | Контроль посещаемости  **Практическое задание 1 - упражнение.** |
| ПК-1  ИД-ПК-1.1  ИД-ПК-1.2  ИД-ПК-1.3  ИД-ПК-1.4 | **Лабораторная работа 8.** | х | х | 2 | х | 2 | Контроль посещаемости.  **Практическое задание 1 - упражнение.** |
| ПК-1  ИД-ПК-1.1  ИД-ПК-1.2  ИД-ПК-1.3  ИД-ПК-1.4 | **Лабораторная работа 9.** | х | х | 2 | х | 2 | Контроль посещаемости.  **Практическое задание 1 - упражнение.** |
| ПК-1  ИД-ПК-1.1  ИД-ПК-1.2  ИД-ПК-1.3  ИД-ПК-1.4 | **Лабораторная работа 10.** | х | х | 2 | х | 2 | Контроль посещаемости.  **Практическое задание 1 - упражнение.** |
| ПК-1  ИД-ПК-1.1  ИД-ПК-1.2  ИД-ПК-1.3  ИД-ПК-1.4 | **Лабораторная работа 11.** | х | х | 2 | х | 2 | Контроль посещаемости.  **Практическое задание 2 – написание сценария.** |
| ПК-1  ИД-ПК-1.1  ИД-ПК-1.2  ИД-ПК-1.3  ИД-ПК-1.4 | **Лабораторная работа 12.** | х | х | 2 | х | 2 | Контроль посещаемости.  **Практическое задание 2 – написание сценария.** |
| ПК-1  ИД-ПК-1.1  ИД-ПК-1.2  ИД-ПК-1.3  ИД-ПК-1.4 | **Лабораторная работа 13.** | х | х | 2 | х | 2 | Контроль посещаемости.  **Практическое задание 2 – написание сценария.** |
| ПК-1  ИД-ПК-1.1  ИД-ПК-1.2  ИД-ПК-1.3  ИД-ПК-1.4 | **Лабораторная работа 14.** | х | х | 2 | х | 2 | Контроль посещаемости.  **Практическое задание 3 – разработка режиссёрского сценария.** |
| ПК-1  ИД-ПК-1.1  ИД-ПК-1.2  ИД-ПК-1.3  ИД-ПК-1.4 | **Лабораторная работа 15.** | х | х | 2 | х | 2 | Контроль посещаемости.  **Практическое задание 2 – написание сценария.**  **Практическое задание 3 – разработка режиссёрского сценария.** |
| ПК-1  ИД-ПК-1.1  ИД-ПК-1.2  ИД-ПК-1.3  ИД-ПК-1.4 | **Лабораторная работа 16.** | х | х | 2 | х | 2 | Контроль посещаемости.  **Практическое задание 2 – написание сценария.**  **Практическое задание 3 – разработка режиссёрского сценария.** |
| ПК-1  ИД-ПК-1.1  ИД-ПК-1.2  ИД-ПК-1.3  ИД-ПК-1.4 | **Лабораторная работа 17.** | х | х | 2 | х | 2 | Контроль посещаемости.  **Практическое задание 4 – стратегия рекламной кампании.** |
| ПК-1  ИД-ПК-1.1  ИД-ПК-1.2  ИД-ПК-1.3  ИД-ПК-1.4 | **Лабораторная работа 18.** | х | х | 2 | х | 2 | Контроль посещаемости.  **Практическое задание 4 – стратегия рекламной кампании.** |
|  | Текущая аттестация – зачет |  |  |  |  |  | Письменное задание |
|  | Промежуточная аттестация - зачёт |  |  |  |  |  | Зачет |
|  | **ИТОГО за первый семестр** | **36** |  | **36** |  | **36** | Зачет |

## Краткое содержание учебной дисциплины

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№ пп** | **Наименование раздела и темы дисциплины** | **Содержание раздела (темы)** |
| **Лекции** | | |
| 1 | **Лекция 1**  Телевидение как носитель рекламной информации. | Влияние телевизионной рекламы на сознание зрителя. Значимость телерекламы. Виды и классификация телевизионной рекламы. Методы воздействия рекламы на потенциального потребителя. |
| 2 | **Лекция 2**  Специфика рекламно-коммуникационной деятельности телевидения. | Рекламно - коммуникационная политика в системе маркетинга на ТВ. Реклама как специфическая область социальных массовых коммуникаций между рекламодателями и различными аудиториями рекламных обращений с целью активного воздействия на эти аудитории, которое должно способствовать решению определенных маркетинговых задач рекламодателя. |
| 3 | **Лекция 3**  Телевизионная реклама как феномен массовой культуры. | Реклама вызывает противоречивые эмоции, доводит до абсолюта проблемы, зачастую выявляет пороки и так далее. Реклама преследует нас везде: в магазине, в школе, на работе, едем ли мы, летим ли, слушаем ли радио, смотрим ли телевизор или просто разговариваем. |
| 4 | **Лекция 4**  Телевизионная реклама и мотивация. | Структура мотивов А. Маслоу. Способы мотивации людей: прекрасное будущее в результате действий человека, ужасающие картины. Реклама-убеждение, информативный характер рекламы. |
| 5 | **Лекция 5**  Основные аспекты сценарно-драматургической основы рекламного видеосюжета. | Бессюжетные и сюжетные рекламные ролики. Ролики, построенные по мотивам фильмов или известных произведений экранного творчества. Драматургическая основа как фундамент любого творчества. Конфликт как идейно-тематическая основа драмы. |
| 6 | **Лекция 6**  Авторская аннотация рекламного сюжета. | Аннотация - это краткие сведения о предмете рекламы, пояснения, на чем должен быть сделан рекламный акцент. Задача автора аннотации - собрать данные и распределить по степени значимости, а затем выстроить логический ход. |
| 7 | **Лекция 7**  Идея, тема, сценарно- режиссёрский ход. | Концепции идеи. Тема, понятие. Идейно-тематическая основа сценария. Декоративно-образный, музыкально-образный и образно-игровой сценарно-режиссёрский ход. |
| 8 | **Лекция 8**  Сценарий как вид драматургии. | Литературный сценарий. Драма-действие-конфликт. Литературный анализ сценария – тема, идея, жанр, обоснование выбора темы, адресность тематики. Композиция, развитие конфликта. |
| 9 | **Лекция 9**  Специфика рекламной драматургии и её композиционное построение. Выразительные средства рекламного видео. | Приёмы демонстрации товара. Категории рекламных роликов на основе учёта интерактивных взаимоотношений между коммуникатором и реципиентом. Выявление недостатков товара. Специфика композиционного построения в рекламе. Экспозиция – завязка – слом – развязка – вывод. |
| 10 | **Лекция 10**  Режиссура рекламного ролика. | Феномен клик-поведения или заппинг. Кино и театр, специфика режиссуры. Мизансцена, атмосфера, темпо-ритм. Режиссёрский сценарий. Раскадровка в анимационной рекламе. |
| 11 | **Лекция 11**  Режиссура и организация съёмок. | Подготовительный период в деятельности съёмочной группы как залог успешной работы на монтаже.. |
| 12 | **Лекция 12**  Драматургия и монтаж. | Драматургия как виртуальный монтаж.  Все начинается с драматургии, все подчиняется ее задачам: монтаж межкадровый и внутрикадровый, и монтаж звука, и звукозрительный, то есть все— от композиции кадра до шума ветра. |
| 13 | **Лекция 13**  Особенности художественного монтажа в производстве рекламного видео. | Художественный монтаж в кино. Основные функции и приёмы монтажа. Виды художественного монтажа. |
| 14 | **Лекция 14**  От кадра к целостному произведению. | Мизанкадр, глубинный кадр, стоп-кадр, внутрикадровый монтаж. Сцена, эпизод. Плановость. Правила плавных переходов внутри одной сцены. Черновой монтаж. Параллельный монтаж и последовательный. Специфика аудиомонтажа. |
| 15 | **Лекция 15**  Рекламная кампания. | Виды рекламных кампаний. Цели, этапы и стратегии рекламной кампании. Участники процесса. Успех и эффективность. Роль и значение рекламы в шоу-бизнесе. |
| 16 | **Лекция 16**  Театрализованные рекламные шоу. | Виды и формы рекламного шоу. Промо-акции, выставки, презентации, фестивали. Дегустации, подарки, листовки, игровые детские программы. Имиджевая реклама. |
| 17 | **Лекция 17**  Менеджмент шоу-бизнеса. | Маркетинг и мерчандайзинг в концертной деятельности. Розничный мерчандайзинг. Виды рекламы, наиболее часто используемые в шоу-бизнесе. |
| 18 | **Лекция 18**  Продвижение на рынке шоу-бизнеса. | Грамотная маркетинговая политика фирмы. Специфические особенности рынка шоу-бизнеса. Реклама как основное направление продвижения артиста. |
| **Лабораторные работы** | | |
| 1 | **Лабораторная работа 1** | Авторский анализ литературного сценария.  Студентам предлагается изучить литературный сценарий рекламного ролика и определить его тему, идею, жанр, актуальность. |
| 2 | **Лабораторная работа 2** | Композиционное построение сценарного материала. Упражнение – написать небольшой рассказ, в котором событийную основу составят пять слов, соответствующих пяти композиционным событиям: исходное событие, основное, центральное, финальное, главное событие.  Примеры:  - веер – пылесос – ящик – труба – мечта /  - море – кольцо – утюг – ссора – вальс /  - заяц – маяк – Париж – ненависть - телефон.  Определить тему и идею. |
| 3 | **Лабораторная работа 3** | Лента киновидения. Сюжет строится вокруг главного события.  Темы: человеческая жестокость, в недрах России, радость семейного уюта, жизнь – это театр.  Написать сценарий рекламного ролика на заданную тему с указанием крупности. |
| 4 | **Лабораторная работа 4** | Упражнение на сценарную фантазию рекламного сюжета. Сохранив сюжетную заданность классического литературного произведения, выйти на рекламную идею. Например, сюжет сказки «Колобок» может быть реализован в рекламе ферментов для более эффективной работы ЖКТ, в социальной рекламе о беспризорниках, в рекламе бильярдных шаров. |
| 5 | **Лабораторная работа 5** | Рекламные видеоролики с участием известных персонажей. ( на примере Ромео Джульетты).  Используя образы из трагедии Шекспира, придумать коммерческую и социальную рекламу на тему:  - оперативная курьерская доставка;  - сотовая связь;  - мир без войны. |
| 6 | **Лабораторная работа 6** | Пластическое решение кадра – мизансцена. Упражнение – в 2-5 кадрах образно отразить, не используя закадровый или внутрикадровый текст, следующую тему (на выбор):  - прерванная свадьба;  - увезли больного;  - скандал в семье. |
| 7 | **Лабораторная работа 7** | Создание атмосферы кадра. Упражнение – описать аудиоряд, раскрывающий одну из тем:  - любовная ссора на берегу моря;  - моё утро;  - сегодня праздник. |
| 8 | **Лабораторная работа 8** | Сценарный монтаж. Упражнение – студентам даётся 5 литературных отрывков из 2-4 фраз разной смысловой и жанровой формы, из которых необходимо составить рекламное сообщение по законам драматургической композиции из пяти событий: исходное (экспозиция) – основное (завязка) – центральное (слом) – финальное (развязка) – главное (вывод). Разрешается использовать всю фразу или определённые слова, но из всех пяти. |
| 9 | **Лабораторная работа 9** | Приёмы художественного монтажа, составляющие композицию кадра с выходом на его главное событие – авторскую идею. Упражнение – студентам необходимо предварительно принести набор из 5-6 цветных иллюстраций, вырезанных из журналов и газет на самые разные темы. На листе А4 скомпоновать иллюстрации в 1 кадр таким образом, чтобы он имел смысловую направленность и подкреплялся слоганом. |
| 10 | **Лабораторная работа 10** | Сценарии коммерческой рекламы. Реклама солнцезащитных и очков с диоптриями. Предоставляются идеи на выбор:  - «Оптика+» выполнит Ваше желание и это реально;  - Ноги, хвост…главное – очки;  - Очнись и посмотри на мир сквозь новые очки;  - Салон оптики «Очкарик». |
| 11 | **Лабораторная работа 11** | Сценарии коммерческой рекламы. Реклама мебели.  Предоставляются идеи на выбор:  - «Мебель, на которой удобно везде»;  - Шкаф-купе сделает Вашу квартиру просторней, а жизнь комфортней;  - Вместительность – главное достоинство шкафов IKEA. |
| 12 | **Лабораторная работа 12** | Сценарии коммерческой рекламы. Реклама губной помады.  Предоставляются идеи на выбор:  - создание образа губной помады как средства, способного изменить что-то вокруг себя, удивляя окружающих;  - соблазн поцелуя;  - детская губная помада. |
| 13 | **Лабораторная работа 13** | Сценарии коммерческой рекламы. Реклама кондитерских изделий.  Предоставляются идеи на выбор:  - создать для пирожных фирмы «Черёмушки» красивый запоминающийся образ, используя тёплую цветовую гамму и запоминающуюся мелодию;  - показать конфеты «Степ» на уровне произведений мирового кондитерского искусства;  - Восточная магия – самый волшебный шоколад. |
| 14 | **Лабораторная работа 14** | Сценарии социальной видеорекламы различной тематики.  Анимационный ролик. Раскадровка. Разработка режиссёрского сценария, условие – не больше трёх кадров. |
| 15 | **Лабораторная работа 15** | Сценарии социальной видеорекламы различной тематики.  Тема: за дверью. Написать литературный сценарий, определить исходное событие, основное событие, центральное событие, финальное событие, главное событие. Сделать режиссёрский сценарий. |
| 16 | **Лабораторная работа 16** | Сценарии социальной видеорекламы различной тематики.  Тема: животные должны находиться в естественной среде обитания. Написать литературный сценарий, определить исходное событие, основное событие, центральное событие, финальное событие, главное событие. Сделать режиссёрский сценарий. |
| 17 | **Лабораторная работа 17** | Рекламная кампания продакшн-студии.  Продумать стратегию рекламной кампании новой студии для выхода на рынок киноиндустрии. |
| 18 | **Лабораторная работа 18** | Рекламная кампания продукта, который не продаётся.  Продумать стратегию рекламной кампании для новой продукции, не пользующейся спросом у потребителей. Основная задача – стимулирование интереса потребителя. |

## Организация самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа студента – обязательная часть образовательного процесса, направленная на развитие готовности к профессиональному и личностному самообразованию, на проектирование дальнейшего образовательного маршрута и профессиональной карьеры.

Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине организована как совокупность аудиторных и внеаудиторных занятий и работ, обеспечивающих успешное освоение дисциплины.

Аудиторная самостоятельная работа обучающихся по дисциплине выполняется на учебных занятиях под руководством преподавателя и по его заданию*.* Аудиторная самостоятельная работа обучающихся входит в общий объем времени, отведенного учебным планом на аудиторную работу, и регламентируется расписанием учебных занятий.

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся – планируемая учебная, научно-исследовательская, практическая работа обучающихся, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия, расписанием учебных занятий не регламентируется.

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихсявключает в себя:

подготовку к лекциям и лабораторным, зачету;

изучение специальной литературы;

изучение разделов/тем, не выносимых на лекции и практические занятия самостоятельно;

выполнение домашних заданий;

подготовку к лабораторным работам*.*

Самостоятельная работа обучающихся с участием преподавателя в форме иной контактной работы предусматривает групповую и (или) индивидуальную работу с обучающимися и включает в себя:

проведение индивидуальных и групповых консультаций по отдельным темам/разделам дисциплины;

консультации по организации самостоятельного изучения отдельных разделов/тем, базовых понятий учебных дисциплин бакалавриата, которые формировали УК, в целях обеспечения преемственности образования.

## Применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий

При реализации программы учебной дисциплины возможно применение электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Реализация программы учебной дисциплины с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий регламентируется действующими локальными актами университета.

Применяются следующий вариант реализации программы с использованием ЭО и ДОТ.

В электронную образовательную среду, по необходимости, могут быть перенесены отдельные виды учебной деятельности:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **использование**  **ЭО и ДОТ** | **использование ЭО и ДОТ** | **объем, час** | **включение в учебный процесс** |
| смешанное обучение | лекции | 36 | в соответствии с расписанием учебных занятий |
| лабораторные работы | 36 |

# РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПОДИСЦИПЛИНЕ. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ, СИСТЕМА И ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ

## Соотнесение планируемых результатов обучения с уровнями сформированности компетенций.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Уровни сформированности компетенции(-й)** | **Итоговое количество баллов**  **в 100-балльной системе**  **по результатам текущей и промежуточной аттестации** | **Оценка в пятибалльной системе**  **по результатам текущей и промежуточной аттестации** | **Показатели уровня сформированности** | | |
| **универсальной(-ых)**  **компетенции(-й)** | **общепрофессиональной(-ых) компетенций** | **профессиональной(-ых)**  **компетенции(-й)** |
|  |  | **ПК-1**  **ИД-ПК-1.1**  **ИД-ПК-1.2**  **ИД-ПК-1.3**  **ИД-ПК-1.4** |
| высокий |  | зачтено |  |  | Обучающийся:  - воплощает авторский и режиссерский замысел аудиовизуальными средствами;  - осуществляет авторскую деятельность с учётом специфики телевидения и других экранных масс-медиа, практики современной экранной культуры;  - активно участвует в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере телевидения и других экранных масс-медиа. |
| повышенный |  | зачтено |  |  | Обучающийся:  - воплощает авторский и режиссерский замысел аудиовизуальными средствами;  - осуществляет авторскую деятельность с учётом специфики телевидения и других экранных масс-медиа, практики современной экранной культуры;  - участвует в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере телевидения и других экранных масс-медиа. |
| базовый |  | зачтено |  |  | Обучающийся:  - воплощает авторский и режиссерский замысел аудиовизуальными средствами;  - участвует в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере телевидения и других экранных масс-медиа. |
| низкий |  | не зачтено | Обучающийся*:*  - не владеет терминологией и теоретическим материалом;  - не владеет практическими навыками написания литературного, режиссёрского сценария, раскадровки;  - не знает принципы и особенности драматургического построения в рекламе;  - не участвует в разработке коллективного или индивидуального рекламного продукта;  - не осуществляет авторскую деятельность в рамках практических занятий. | | |

# ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ, ВКЛЮЧАЯ САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

* + - 1. При проведении контроля самостоятельной работы обучающихся, текущего контроля и промежуточной аттестации по учебной дисциплине «Драматургия рекламного ролика» проверяется уровень сформированности у обучающихся компетенций и запланированных результатов обучения по дисциплине, указанных в разделе 2 настоящей программы.

## 5.1.Формы текущего контроля успеваемости, примеры типовых заданий:

| **№ пп** | **Формы текущего контроля** | * + - 1. **Примеры типовых заданий** |
| --- | --- | --- |
|  | **Дискуссия**(сообщения о представлении культурной картины мира) | Студентам предварительно предлагается изучить литературный сценарий рекламного ролика и определить его тему, идею, жанр, актуальность. Обсуждение результатов с преподавателем. |
|  | **Практическое задание 1 - упражнение.** | Написать небольшой рассказ, в котором событийную основу составят пять слов, соответствующих пяти композиционным событиям: исходное событие, основное, центральное, финальное, главное событие.  Примеры:  - веер – пылесос – ящик – труба – мечта /  - море – кольцо – утюг – ссора – вальс /  - заяц – маяк – Париж – ненависть - телефон.  Определить тему и идею. |
|  | **Практическое задание 2 – написание сценария.** | Написать сценарий коммерческой рекламы. Реклама солнцезащитных и очков с диоптриями. Предоставляются идеи на выбор:  - «Оптика+» выполнит Ваше желание и это реально;  - Ноги, хвост…главное – очки;  - Очнись и посмотри на мир сквозь новые очки;  - Салон оптики «Очкарик». |
|  | **Практическое задание 3 – разработка режиссёрского сценария.** | Придумать анимационный рекламный ролик. По нему создать раскадровку и разработать режиссёрский сценарий. Условие – не больше трёх кадров. Предоставляются темы на выбор:  - жестокое обращение с животными;  - здоровый образ жизни;  - любовь и сострадание;  - насилие в семье;  - безопасность на дорогах. |
|  | **Практическое задание 4 – стратегия рекламной кампании.** | Рекламная кампания продукта, который не продаётся.  Продумать стратегию рекламной кампании для новой продукции, не пользующейся спросом у потребителей. Основная задача – стимулирование интереса и спроса потребителя. |
|  | **Письменное задание** | Написать сценарий рекламного ролика, используя образы из серии книг Яна Флеминга о приключениях Джеймса Бонда. Герои – Джеймс Бонд и его девушка. Придумать коммерческую или социальную рекламу на тему:  - здоровое питание;  - современные технологии;  - парфюмерия и косметика. |

## Промежуточная аттестация:

|  |  |
| --- | --- |
| **Форма промежуточной аттестации** | **Типовые контрольные задания и иные материалы**  **для проведения промежуточной аттестации:** |
| Зачет. Устный опрос. | Вопросы к зачёту:  1.Классификация телевизионной рекламы.  2. Методы воздействия телевизионной рекламы на потребителя.  3. Запоминающаяся, интересная, раздражающая реклама.  … |

## Критерии, шкалы оценивания промежуточной аттестации учебной дисциплины/модуля:

| **Форма промежуточной аттестации** | **Критерии оценивания** | **Шкалы оценивания** | |
| --- | --- | --- | --- |
| **Наименование оценочного средства** | **100-балльная система** | **Зачтено/не зачтено** |
| Зачет | Обучающийся знает основные определения, последователен в изложении материала, демонстрирует базовые знания дисциплины, владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, умеет аргументированно отстоять свою точку зрения. |  | зачтено |
| Обучающийся не знает основных определений, непоследователен и сбивчив в изложении материала, не обладает определенной системой знаний по дисциплине, не в полной мере владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий; не умеет аргументированно отстоять свою точку зрения. |  | не зачтено |

# ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

* + - 1. Реализация программы предусматривает использование в процессе обучения следующих образовательных технологий:
    - проблемная лекция;
    - групповые дискуссии;
    - поиск и обработка информации с использованием сети Интернет;
    - дистанционные образовательные технологии;
    - использование на лекционных занятиях видеоматериалов и наглядных пособий.

# ПРАКТИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА

* + - 1. Образовательная деятельность в форме практической подготовки реализуется при проведении лабораторных занятий, выполнении домашних заданий, всех видов практики и иных видов учебной деятельности.
      2. Практическая подготовка дисциплины «Драматургия рекламного ролика» предусматривает демонстрацию практических навыков, выполнение, моделирование обучающимися определенных видов работ для решения практических задач, связанных с будущей профессиональной деятельностью в условиях, приближенных к реальным производственным.

# ОРГАНИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

* + - 1. При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидовиспользуются подходы, способствующие созданию безбарьерной образовательной среды: технологии дифференциации и индивидуального обучения, применение соответствующих методик по работе с инвалидами, использование средств дистанционного общения, проведение дополнительных индивидуальных консультаций по изучаемым теоретическим вопросам и лабораторным работам, оказание помощи при подготовке к промежуточной и итоговой аттестации.
      2. При необходимости рабочая программа дисциплины может быть адаптирована для обеспечения образовательного процесса лицам с ограниченными возможностями здоровья, в том числе для дистанционного обучения.
      3. Учебные и контрольно-измерительные материалы представляются в формах, доступных для изучения студентами с особыми образовательными потребностями с учетом нозологических групп инвалидов:
      4. Для подготовки к выполнению лабораторной работы, студентам с ограниченными возможностями здоровья среднее время увеличивается по сравнению со средним временем подготовки обычного студента.
      5. Для студентов с инвалидностью или с ограниченными возможностями здоровья форма проведения текущей, промежуточной и итоговой аттестации устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.).
      6. Промежуточная аттестация по дисциплине может проводиться в несколько этапов в форме рубежного контроля по завершению изучения отдельных тем дисциплины. При необходимости студенту предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете или экзамене.
      7. Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся создаются, при необходимости, фонды оценочных средств, адаптированные для лиц с ограниченными возможностями здоровья и позволяющие оценить достижение ими запланированных в основной образовательной программе результатов обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе.

# МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

* + - 1. Характеристика материально-технического обеспечения дисциплины соответствует требованиям ФГОС ВО.
      2. Материально-техническое обеспечение дисциплины при обучении с использованием традиционных технологий обучения.

| **Наименование учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортзалов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.** | **Оснащенность учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортивных залов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.** |
| --- | --- |
| **119071 г. Москва, ул. Малая Калужская, дом 1.** | |
| Аудитории для проведения занятий лекционного типа | комплект учебной мебели,  технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории:   * ноутбук; * проектор; * экран. |
| Аудитории для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, по практической подготовке, групповых и индивидуальных консультаций, лабораторных работ. | комплект учебной мебели,  технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории:   * монитор; * компьютер. |
| **Помещения для самостоятельной работы обучающихся** | **Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся** |
| читальный зал библиотеки | * компьютерная техника; - подключение к сети «Интернет» |

* + - 1. Материально-техническое обеспечение учебной дисциплины при обучении с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Необходимое оборудование** | **Параметры** | **Технические требования** |
| Персональный компьютер/ ноутбук/планшет,  камера,  микрофон,  динамики,  доступ в сеть Интернет | Веб-браузер | Версия программного обеспечения не ниже: Chrome 72, Opera 59, Firefox 66, Edge 79, Яндекс. Браузер 19.3 |
| Операционная система | Версия программного обеспечения не ниже:Windows 7, macOS 10.12 «Sierra», Linux |
| Веб-камера | 640х480, 15 кадров/с |
| Микрофон | любой |
| Динамики (колонки или наушники) | любые |
| Сеть (интернет) | Постоянная скорость не менее 192 кБит/с |

Технологическое обеспечение реализации программы осуществляется с использованием элементов электронной информационно-образовательной среды университета.

# УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ/УЧЕБНОГО МОДУЛЯ

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Автор(ы)** | **Наименование издания** | **Вид издания (учебник, УП, МП и др.)** | **Издательство** | **Год**  **издания** | **Адрес сайта ЭБС**  **или электронного ресурса *(заполняется для изданий в электронном виде)*** | **Количество экземпляров в библиотеке Университета** |
| 10.1 Основная литература, в том числе электронные издания | | | | | | | |
| 1 | Шубина И.Б. | Основы драматургии и режиссуры рекламного видео | Монография | М.:ИКЦ МарТ | 2004 |  |  |
| 2 | Сидоров С.А. | Психология дизайна и рекламы | Монография | Минск: Совр.школа | 2007 |  |  |
| 3 | Николаева М.А. | Основы рекламы | Учебное пособие | Е.: ФГБОУ ВПО «Урал.гос.пед.ун-т» | 2012 |  |  |
| 10.2 Дополнительная литература, в том числе электронные издания | | | | | | | |
| 1 | Батра Р. | Рекламный менеджмент | Учебное пособие | М.; СПб.; К.: Издательский дом «Вильямс» | 2004 |  |  |
| 2 | Ученова В.В. | Социальная реклама | Учебное пособие | М.: ИндексМедиа | 2006 |  |  |
| 10.3 Методические материалы (указания, рекомендации по освоению дисциплины (модуля) авторов РГУ им. А. Н. Косыгина) | | | | | | | |  |  |  |  |  |
| 1 |  |  |  |  |  |  |  |

# ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

## Ресурсы электронной библиотеки, информационно-справочные системы и профессиональные базы данных:

|  |  |
| --- | --- |
| **№ пп** | **Электронные учебные издания, электронные образовательные ресурсы** |
|  | ЭБС «Лань» <http://www.e.lanbook.com/> |
|  | «Znanium.com» научно-издательского центра «Инфра-М»  <http://znanium.com/> |
|  | Электронные издания «РГУ им. А.Н. Косыгина» на платформе ЭБС «Znanium.com» <http://znanium.com/> |
|  | ЭБС«ИВИС»<http://dlib.eastview.com/> |
|  | <https://www.studmed.ru> |
|  | **Профессиональные базы данных, информационные справочные системы** |
|  | Scopus https://www.scopus.com (международная универсальная реферативная база данных, индексирующая более 21 тыс. наименований научно-технических, гуманитарных и медицинских журналов, материалов конференций примерно 5000 международных издательств); |
|  | Scopus http://www. Scopus.com/ |
|  | Научная электронная библиотека еLIBRARY.RU https://elibrary.ru (крупнейший российский информационный портал в области науки, технологии, медицины и образования); |
|  | Электронный ресурс по телевизионным системам http://tele-kadr.ru |

## Перечень программного обеспечения

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№п/п** | **Программное обеспечение** | **Реквизиты подтверждающего документа/ Свободно распространяемое** |
|  | Windows 10 Pro, MS Office 2019 | контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019 |

### ЛИСТ УЧЕТА ОБНОВЛЕНИЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ/МОДУЛЯ

В рабочую программу учебной дисциплины/модуля внесены изменения/обновления и утверждены на заседании кафедры:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№ пп** | **год обновления РПД** | **характер изменений/обновлений**  **с указанием раздела** | **номер протокола и дата заседания**  **кафедры** |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |