

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Астраханский государственный университет имени В. Н. Татищева»
(Астраханский государственный университет им. В. Н. Татищева)

СОГЛАСОВАНО

Руководитель ОПОП

Т.А. Тризно

«04» апреля 2024 г.

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой журналистики и
медиакommunikаций

Г.С. Белолипская

«04» апреля 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

СОЗДАНИЕ РЕКЛАМНОГО РОЛИКА

Составитель	Белолипская Г.С., к.филол.н., доцент, заведующий кафедры журналистики и медиакommunikаций
Согласовано с работодателями:	Ядыкин Р.Ю., первый заместитель министра государственного управления, информационных технологий и связи Астраханской области Линько М.О., директор маркетингового агентства «Микс»
Направление подготовки	42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
Направленность (профиль) ОПОП	
Квалификация (степень)	бакалавр
Форма обучения	очная, заочная
Год приема	2024
Курс	4
Семестр	7

Астрахань, 2024 г.

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. **Цель** освоения дисциплины формирование у бакалавров видео- и аудиальной культуры создания рекламных медиапродуктов.

1.2. **Задачи** освоения дисциплины:

- практическое освоение креативных и художественно-производственных процессов видеосъемок и видеомонтажа;
- изучение возможностей обработки видеоматериала цифровыми программными средствами; освоение принципов создания спецэффектов;
- определение видеоконтента как инструмента маркетинговых коммуникаций, выявление особенностей размещения видеоконтента на визуальных платформах социальных сетей.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОПОП

2.1. Учебная дисциплина «Создание рекламного ролика» относится к обязательной части и осваивается в 7 семестре.

2.2. Для изучения данной учебной дисциплины (модуля) необходимы следующие знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами:

- *«Проектирование медиапродукта»*

Знания: основные технологии, инструменты, методы, применяемые в медиапроектировании; различные виды и типы инструментов;

Умения: применять полученные знания в профессиональной и практической деятельности, понимать, каким образом конструируются инструменты медиапроектирования;

Навыки: выбора инструментов, подстройки медиапроектов к особенностям медиасистемы, в которой они функционируют.

- *«Социология массовой коммуникации»*

Знания: знать основные понятия и базовые принципы науки об обществе и социальной действительности.

Умения: умение сортировать, кодировать и систематизировать социальные знания, определять подход к изучению социологической проблемы, анализировать социальную ситуацию, выделять скрытые причины событий.

Навыки: аналитические навыки, в том числе умение выделять проблему и ее компоненты, методологические навыки, в том числе навыки методологических исследований.

2.3. Знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной, могут быть также востребованы при прохождении производственной практики, при подготовке научно-исследовательских и творческих работ.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВПО и ОП ВО по данному направлению подготовки (специальности):

а) универсальных компетенций (УК)

б) общепрофессиональных компетенций (ОПК)

ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности.

в) профессиональных компетенций (ПК)

ПК-4. Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью.

Таблица 1. Декомпозиция результатов обучения

Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)		
		Знать (1)	Уметь (2)	Владеть (3)
ОПК-6	ОПК-6.1. Использует современные информационные технологии и программные средства для решения профессиональных задач ОПК-6.2. Использует принципы информационной безопасности при работе с информацией в процессе решения задач профессиональной деятельности	<ul style="list-style-type: none"> – перечень и функциональные возможности современных информационных технологий и специализированного программного обеспечения, применяемого в рекламе и связях с общественностью – основные принципы, нормы и угрозы информационной безопасности, а также регламенты работы с конфиденциальной и персональной информацией 	<ul style="list-style-type: none"> – применять соответствующие цифровые инструменты и платформы для решения практических задач: от сбора и анализа данных до создания и распространения контента – выявлять потенциальные риски информационной безопасности и применять меры по защите данных в рамках профессиональной деятельности 	<ul style="list-style-type: none"> – навыками работы с пакетом офисных программ, программами для аналитики, дизайна, веб-разработки и управления проектами на пользовательском уровне – практическими навыками безопасной работы с информацией: использование защищенных каналов связи, шифрование данных, создание надежных паролей и следование корпоративным политикам безопасности
ПК-4	ПК-4.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью. ПК-4.2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью. ПК-4.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта.	<ul style="list-style-type: none"> – ключевые этапы и стандартные модели жизненного цикла проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью – перечень, назначение и стандартные требования к структуре основных проектных документов – виды и методики прикладных исследований, используемых для обоснования коммуникационных решений 	<ul style="list-style-type: none"> – выстраивать работу над проектом в соответствии с типовым алгоритмом: от анализа ситуации и планирования до реализации и оценки результатов – самостоятельно разрабатывать и корректно оформлять пакет документов, необходимых для сопровождения проекта на разных его стадиях анализировать и интерпретировать данные исследований для формирования обоснованной стратегии, концепции и содержания комму- 	<ul style="list-style-type: none"> – навыком практического применения этапов стандартного алгоритма для управления проектом и достижения его целей – навыками подготовки профессиональной проектной документации с использованием профильного программного обеспечения – навыком интеграции результатов аналитики и исследований в процесс создания и планирования рекламной или PR-кампании

Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)		
		Знать (1)	Уметь (2)	Владеть (3)
			никационного продукта	

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины в соответствии с учебным планом составляет 2 зачетные единицы (72 часа).

Трудоемкость отдельных видов учебной работы студентов очной форм обучения приведена в таблице 2.1.

Таблица 2.1. Трудоемкость отдельных видов учебной работы по формам обучения

Вид учебной и внеучебной работы	для очной формы обучения	для очной формы обучения
Объем дисциплины в зачетных единицах	2	2
Объем дисциплины в академических часах	72	72
Контактная работа обучающихся с преподавателем (всего), в том числе (час.):	36	6
- занятия лекционного типа		
- занятия семинарского типа (семинары, практические)	36	6
- практическая подготовка (если предусмотрена)		
- консультация (предэкзаменационная)		
- промежуточная аттестация по дисциплине		
Самостоятельная работа обучающихся (час.)	36	66
Форма промежуточной аттестации обучающегося (зачет/экзамен)	Зачет - семестр 7	Зачет - семестр 7

Таблица 2.

Структура и содержание дисциплины (модуля)

Для очной формы обучения

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Контактная работа, час.							СР, час	Итого часов	Форма текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации
	Л		ПЗ		ЛР		КР / КП			
	Л	в т.ч. ПП	ПЗ	в т.ч. ПП	ЛР	в т.ч. ПП				
Тема 1. Виды современного видеоконтента			4					4	8	Устный опрос, семинар

Тема 2. Основы продюсерской деятельности			4					4	8	Устный опрос, семинар
Тема 3. Методы создания творческого замысла видеоролика			4					4	8	Устный опрос, семинар
Тема 4. Этапы подготовки и организации видеосъемок			4					4	8	Устный опрос, семинар
Тема 5. Практика проведения видеосъемок			4					4	8	Устный опрос, семинар
Тема 6. Монтаж и обработка отснятого материала			4					4	8	Устный опрос, семинар
Тема 7. Размещение видеоконтента в социальных сетях			4					4	8	Устный опрос, семинар
Тема 8. Этика и эстетика видеоконтента			4					4	8	Устный опрос, семинар
Тема 9. Презентация итоговых видеопроектов.			4					4	8	Устный опрос, семинар
Контроль промежуточной аттестации										Зачет
ИТОГО за семестр:			36					36	72	

Для заочной формы обучения

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Контактная работа, час.							СР, час.	Итого часов	Форма текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации
	Л		ПЗ		ЛР		КР / КП			
	Л	в т.ч. ПП	ПЗ	в т.ч. ПП	ЛР	в т.ч. ПП				
Тема 1. Виды современного видеоконтента			2					6	8	Устный опрос, семинар
Тема 2. Основы продюсерской деятельности			2					6	8	Устный опрос, семинар
Тема 3. Методы создания творческого замысла видеоролика			2					6	8	Устный опрос, семинар
Тема 4. Этапы подготовки и организации видеосъемок								8	8	Устный опрос, семинар
Тема 5. Практика проведения видеосъемок								8	8	Устный опрос, семинар

Тема 6. Монтаж и обработка отснятого материала								8	8	Устный опрос, семинар
Тема 7. Размещение видеоконтента в социальных сетях								8	8	Устный опрос, семинар
Тема 8. Этика и эстетика видеоконтента								8	8	Устный опрос, семинар
Тема 9. Презентация итоговых видеопроектов.								8	8	Устный опрос, семинар
Контроль промежуточной аттестации										Зачет
ИТОГО за семестр:			6					66	72	

Примечание: Л – лекция; ПЗ – практическое занятие, семинар; ЛР – лабораторная работа; ПП – практическая подготовка; КР / КП – курсовая работа / курсовой проект; СР – самостоятельная работа.

Таблица 3. Матрица соотнесения тем/разделов учебной дисциплины/модуля и формируемых в них компетенций

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Кол-во часов	Код компетенции			Общее количество компетенций
		ОПК-6	ПК-4		
Тема 1. Виды современного видеоконтента	8	+	+		2
Тема 2. Основы продюсерской деятельности	8	+	+		2
Тема 3. Методы создания творческого замысла видеоролика	8	+	+		2
Тема 4. Этапы подготовки и организации видеосъемок	8	+	+		2
Тема 5. Практика проведения видеосъемок	8	+	+		2
Тема 6. Монтаж и обработка отснятого материала	8	+	+		2
Тема 7. Размещение видеоконтента в социальных сетях	8	+	+		2
Тема 8. Этика и эстетика видеоконтента	8	+	+		2
Тема 9. Презентация итоговых видеопроектов.	8	+	+		2
Итого	72	+	+		2

Краткое содержание каждой темы дисциплины (модуля)

Тема 1. Виды современного видеоконтента

Классификация видеоконтента по целевому назначению: рекламный, информационный, развлекательный, образовательный, корпоративный.

Характеристика рекламных форматов

Особенности контента для социальных сетей

Тема 2. Основы продюсерской деятельности

Функции продюсера в кинопроизводстве: организационная, финансовая, творческая, кон-

трольная.

Методы разработки и структура производственного задания (ТЗ).

Принципы калькуляции и бюджетирования видеопроекта.

Стратегия планирования производственного процесса и управления ресурсами.

Тема 3. Методы создания творческого замысла видеоролика

Теоретические основы сценарного мастерства: драматургия, конфликт, трехактная структура.

Методы генерации идей: мозговой штурм, ментальные карты, метод фокальных объектов.

Разработка нарратива и сторителлинга в рекламном сообщении.

Создание раскадровки и визуализация режиссерского замысла.

Тема 4. Этапы подготовки и организации видеосъемок

Структура пре-продакшна: кастинг, локационный поиск, создание производственной группы.

Техническое обеспечение съемочного процесса: подбор операторской техники, осветительного и звукового оборудования.

Разработка режиссерского сценария и монтажного листа.

Правовые аспекты организации съемок: договорная работа, согласование съемок в публичных пространствах.

Тема 5. Практика проведения видеосъемок

Принципы операторской работы: композиция кадра, работа со светом, движение камеры.

Организация работы на площадке: ролевые функции членов съемочной группы.

Методы режиссуры: работа с актерами, построение мизансцены.

Технологии синхронной звукозаписи и обеспечения качества фонограммы.

Тема 6. Монтаж и обработка отснятого материала

Основные принципы монтажа: монтаж по крупности, по фазе движения, по направлению движения.

Технологии нелинейного монтажа: интерфейс, форматы видеофайлов, организация проекта.

Методы цветокоррекции и цветоградинга.

Создание и интеграция графических элементов: компьютерная графика, motion-дизайн, титры.

Тема 7. Размещение видеоконтента в социальных сетях

Алгоритмы ранжирования видеоконтента в социальных медиа.

Специфика форматов и технические требования платформ

Стратегии дистрибуции и продвижения: нативная реклама, таргетирование, работа с блогерами.

Методы анализа эффективности: ключевые показатели (KPI), аналитика просмотров, вовлеченности аудитории.

Тема 8. Этика и эстетика видеоконтента

Правовые и этические нормы в рекламе: законодательные ограничения, авторское право.

Психологическое воздействие визуального контента на целевую аудиторию.

Эстетические категории в рекламном видео: стиль, жанр, визуальный язык.

Проблема манипуляции сознанием и достоверности рекламного сообщения.

Тема 9. Презентация итоговых видеопроектов

Методы публичной защиты творческого проекта: структура выступления, аргументация решений.

Визуальное сопровождение презентации: мудборды, раскадровки, показ финального ролика.

Критерии оценки проектов: креативность, техническое исполнение, соответствие задаче. Принципы конструктивной обратной связи и профессиональной дискуссии.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПРЕПОДАВАНИЮ И ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1. Указания для преподавателей по организации и проведению учебных занятий по дисциплине (модулю)

При подготовке к семинарским занятиям, выполнении самостоятельных работ необходимо воспользоваться системой «Электронное образование»:

<https://moodle.asu.edu.ru/course/view.php?id=832>

Студенты могут работать с текстами практических занятий в электронном виде, т.к. они расположены в LMS Moodle «Электронное образование» на сайте АГУ.

Подготовка к практическому (семинарскому) занятию начинается с тщательного ознакомления с условиями предстоящей работы, т. е. с обращения к вопросам семинарских занятий. Определившись с проблемой, следует обратиться к рекомендуемой литературе. При подготовке к практическому (семинарскому) занятию обязательно требуется изучение дополнительной литературы по теме занятия. Без использования нескольких источников информации невозможно проведение дискуссии на занятиях, обоснование собственной позиции, построение аргументации.

Если обсуждаемый аспект носит дискуссионный характер, следует изучить существующие точки зрения и выбрать тот подход, который вам кажется наиболее верным. При этом следует учитывать необходимость обязательной аргументации собственной позиции. Во время практических занятий рекомендуется активно участвовать в обсуждении рассматриваемой темы, принимать участие в выполнении практических заданий.

К зачету необходимо готовиться целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по дисциплине.

В самом начале учебного курса студенту следует познакомиться со следующей учебно-методической документацией:

- программой дисциплины;
- перечнем знаний и умений, которыми студент должен овладеть;
- тематическими планами семинарских занятий;
- контрольными мероприятиями;
- учебными пособиями по дисциплине;
- перечнем вопросов к зачету.

После этого у студента должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине. Систематическое выполнение учебной работы на семинарских занятиях и в процессе самостоятельной работы позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для сдачи зачета.

5.2. Указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Самостоятельная работа студентов представлена в следующих формах: подготовка к собеседованию.

Таблица 4. Содержание самостоятельной работы обучающихся

Для очной формы обучения

<i>Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение</i>	<i>Кол-во часов</i>	<i>Формы работы</i>
---	---------------------	---------------------

<p>Тема 1. Виды современного видеоконтента Эволюция рекламных форматов: от телевизионного ролика к нативному видео и интерактивному контенту. Нейрокогнитивное воздействие различных видов видеоконтента на восприятие аудитории. Трансмедийный сторителлинг как стратегия интеграции рекламного видеоконтента.</p>	4	Подготовка к собеседованию
<p>Тема 2. Основы продюсерской деятельности Методы управления рисками в кинопроизводстве: идентификация, анализ и минимизация. Стратегии фандрайзинга и поиска инвесторов для видеопроектов. Принципы управления интеллектуальной собственностью и авторскими правами на этапе производства.</p>	4	Подготовка к собеседованию
<p>Тема 3. Методы создания творческого замысла видеоролика Методология AIDA и ее реализация в сценарной структуре ролика. Аналитический разбор успешных кейсов: деконпозиция творческого замысла и его эффективности.</p>	4	Подготовка к собеседованию
<p>Тема 4. Этапы подготовки и организации видеосъемок Методика проведения технического ресса (tech resce) и анализа потенциальных локаций. Принципы разработки и согласования производственного графика (call sheet). Стратегии логистики и минимизации рисков при проведении съемок в сложных условиях.</p>	4	Подготовка к собеседованию
<p>Тема 5. Практика проведения видеосъемок Специфика съемки интервью и документального контента. Применение технологии хромакея (green screen) и работа с виртуальными продакшн-студиями (LED-volumes). Методы операторской работы для создания панорамного видео (360°) и контента виртуальной реальности (VR).</p>	4	Подготовка к собеседованию
<p>Тема 6. Монтаж и обработка отснятого материала Принципы саунд-дизайна и пространственного звука в рекламном видео. Психологические аспекты монтажного ритма и их влияние на восприятие рекламного сообщения. Автоматизация монтажа: применение искусственного интеллекта для анализа и первичной сборки видеоматериала.</p>	4	Подготовка к собеседованию

<p>Тема 7. Размещение видеоконтента в социальных сетях Алгоритмические особенности шортс-формата и стратегии их использования. Методы А/В-тестирования видеоконтента: заголовки, превью, начальные кадры. Платформенная аналитика: инструменты верификации эффективности и атрибуции конверсий.</p>	4	Подготовка к собеседованию
<p>Тема 8. Этика и эстетика видеоконтента Проблема дипфейков и манипуляции визуальной информацией в рекламе. Этические аспекты репрезентации социальных групп и инклюзивности в рекламном видео. Эстетика минимализма и максимализма как тренды в современном визуальном коммуникационном дизайне.</p>	4	Подготовка к собеседованию
<p>Тема 9. Презентация итоговых видеопроектов Создание сопроводительной документации: режиссерская экспликация и пояснительная записка. Стратегии защиты авторского замысла в процессе профессиональной и критической дискуссии.</p>	4	Подготовка к собеседованию

Для заочной формы обучения

<i>Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение</i>	<i>Кол-во часов</i>	<i>Формы работы</i>
<p>Тема 1. Виды современного видеоконтента Эволюция рекламных форматов: от телевизионного ролика к нативному видео и интерактивному контенту. Нейрокогнитивное воздействие различных видов видеоконтента на восприятие аудитории. Трансмедийный сторителлинг как стратегия интеграции рекламного видеоконтента.</p>	6	Подготовка к собеседованию
<p>Тема 2. Основы продюсерской деятельности Методы управления рисками в кинопроизводстве: идентификация, анализ и минимизация. Стратегии фандрайзинга и поиска инвесторов для видеопроектов. Принципы управления интеллектуальной собственностью и авторскими правами на этапе производства.</p>	6	Подготовка к собеседованию
<p>Тема 3. Методы создания творческого замысла видеоролика Методология AIDA и ее реализация в сценар-</p>	6	Подготовка к собеседованию

<p>ной структуре ролика. Аналитический разбор успешных кейсов: деконструкция творческого замысла и его эффективности.</p>		
<p>Тема 4. Этапы подготовки и организации видеосъемок Методика проведения технического ресса (tech resce) и анализа потенциальных локаций. Принципы разработки и согласования производственного графика (call sheet). Стратегии логистики и минимизации рисков при проведении съемок в сложных условиях.</p>	8	Подготовка к собеседованию
<p>Тема 5. Практика проведения видеосъемок Специфика съемки интервью и документального контента. Применение технологии хромакея (green screen) и работа с виртуальными продакшн-студиями (LED-volumes). Методы операторской работы для создания панорамного видео (360°) и контента виртуальной реальности (VR).</p>	8	Подготовка к собеседованию
<p>Тема 6. Монтаж и обработка отснятого материала Принципы саунд-дизайна и пространственного звука в рекламном видео. Психологические аспекты монтажного ритма и их влияние на восприятие рекламного сообщения. Автоматизация монтажа: применение искусственного интеллекта для анализа и первичной сборки видеоматериала.</p>	8	Подготовка к собеседованию
<p>Тема 7. Размещение видеоконтента в социальных сетях Алгоритмические особенности шорт-формата и стратегии их использования. Методы A/B-тестирования видеоконтента: заголовки, превью, начальные кадры. Платформенная аналитика: инструменты верификации эффективности и атрибуции конверсий.</p>	8	Подготовка к собеседованию
<p>Тема 8. Этика и эстетика видеоконтента Проблема дипфейков и манипуляции визуальной информацией в рекламе. Этические аспекты репрезентации социальных групп и инклюзивности в рекламном видео. Эстетика минимализма и максимализма как тренды в современном визуальном коммуникационном дизайне.</p>	8	Подготовка к собеседованию
<p>Тема 9. Презентация итоговых видеопроектов Создание сопроводительной документации:</p>	8	Подготовка к собеседованию

режиссерская экспликация и пояснительная записка. Стратегии защиты авторского замысла в процессе профессиональной и критической дискуссии.		
---	--	--

5.3. Виды и формы письменных работ, предусмотренных при освоении дисциплины, выполняемые обучающимися самостоятельно.

Методические рекомендации по выполнению контрольных работ

Контрольные работы

Контрольная работа состоит из 2-х заданий. Основаниями для снижения оценки за задание являются:

- ошибки в объяснениях и комментариях при верно выполненном задании;
- неполный ответ для теоретических заданий;
- небрежное выполнение;
- многократное переписывание контрольной работы.

Задание не может быть засчитано, если:

- даны два неверных ответа на теоретические вопросы.

Проведение зачета

Оценивание студентов на экзамене осуществляется в соответствии с требованиями и критериями 100-балльной шкалы. Учитываются как результаты текущего контроля, так и знания, навыки и умения, непосредственно показанные студентами в ходе зачета.

Текущий контроль осуществляется в ходе учебного процесса и консультирования студентов, по результатам выполнения самостоятельных, тематических контрольных работ. Он предусматривает проверку готовности студентов к плановым занятиям, оценку качества и самостоятельности выполнения заданий на лабораторных занятиях, проверку правильности выполнения заданий, выданных на самостоятельную проработку.

На зачете осуществляется комплексная проверка знаний, навыков и умений студентов по всему теоретическому материалу дисциплины и с проверкой практических навыков и умений. Теоретические знания оцениваются путем компьютерного тестирования или на основании письменных ответов студентов по нескольким теоретическим вопросам.

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

6.1. Образовательные технологии

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки бакалавров в рамках изучения дисциплины предусмотрено использование в учебном процессе следующих активных и интерактивных форм проведения занятий:

Таблица 5. Образовательные технологии, используемые при реализации учебных занятий

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Форма учебного занятия		
	Лекция	Практическое занятие	Лабораторная работа
Тема 1. Виды современного видеоконтента	Не предусмотрено	Практическое задание	Не предусмотрено
Тема 2. Основы продюсерской деятельности	Не предусмотрено	Практическое задание	Не предусмотрено

Тема 3. Методы создания творческого замысла видеоролика	Не предусмотрено	Практическое задание	Не предусмотрено
Тема 4. Этапы подготовки и организации видеосъемок	Не предусмотрено	Практическое задание	Не предусмотрено
Тема 5. Практика проведения видеосъемок	Не предусмотрено	Практическое задание	Не предусмотрено
Тема 6. Монтаж и обработка отснятого материала	Не предусмотрено	Практическое задание	Не предусмотрено
Тема 7. Размещение видеоконтента в социальных сетях	Не предусмотрено	Практическое задание	Не предусмотрено
Тема 8. Этика и эстетика видеоконтента	Не предусмотрено	Практическое задание	Не предусмотрено
Тема 9. Презентация итоговых видеопроектов.	Не предусмотрено	Практическое задание	Не предусмотрено

6.2. Информационные технологии

- использование электронных учебников и различных сайтов (например, электронные библиотеки, журналы и т.д.) как источник информации;
- использование интерактивных средств взаимодействия участников образовательного процесса (технологии дистанционного или открытого обучения в глобальной сети (веб-конференции, форумы, учебно-методические материалы и др.));
- использование средств представления учебной информации (электронных учебных пособий и практикумов, применение новых технологий для проведения очных (традиционных) семинаров с использованием презентаций и т.д.);
- использование виртуальной обучающей среды (LMS Moodle «Электронное образование»).

6.3. Программное обеспечение, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

6.3.1. Программное обеспечение

1. Браузер – Google Chrome, Opera,
2. Операционная система – Windows 10,
3. Офисная программа – MS Office 2013,
4. Программа для просмотра электронных документов – Adobe Reader.
5. Платформа дистанционного обучения LMS Moodle «Электронное образование».

6.3.2. Современные профессиональные базы данных, информационные справочные системы

1. Электронный каталог Научной библиотеки АГУ на базе MARK SQL НПО «Информ-систем». <https://library.asu.edu.ru/catalog/>
2. Электронная библиотека «Астраханский государственный университет» собственной генерации на электронной платформе ЭБС «Электронный Читальный зал – БиблиоТех». <https://biblio.asu.edu.ru>

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

7.1. Паспорт фонда оценочных средств

При проведении текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) проверяется сформированность у обучающихся компетенций, указанных в разделе 3 настоящей программы. Этапность формирования данных компетенций в процессе освоения образовательной программы определяется последовательным освоением дисциплин (модулей) и прохождением практик, а в процессе освоения дисциплины (модуля) – последовательным достижением результатов освоения содержательно связанных между собой разделов, тем.

Таблица 6. Соответствие изучаемых разделов, результатов обучения и оценочных средств

Контролируемые разделы дисциплины (модуля)	Код контролируемой компетенции (компетенций)	Наименование оценочного средства
Тема 1. Виды современного видеоконтента	ОПК-6; ПК-4	Устный опрос Практическое задание
Тема 2. Основы продюсерской деятельности	ОПК-6; ПК-4	Устный опрос Практическое задание
Тема 3. Методы создания творческого замысла видеоролика	ОПК-6; ПК-4	Устный опрос Практическое задание
Тема 4. Этапы подготовки и организации видеосъемок	ОПК-6; ПК-4	Устный опрос Практическое задание
Тема 5. Практика проведения видеосъемок	ОПК-6; ПК-4	Устный опрос Практическое задание
Тема 6. Монтаж и обработка отснятого материала	ОПК-6; ПК-4	Устный опрос Практическое задание
Тема 7. Размещение видеоконтента в социальных сетях	ОПК-6; ПК-4	Устный опрос Практическое задание
Тема 8. Этика и эстетика видеоконтента	ОПК-6; ПК-4	Устный опрос Практическое задание
Тема 9. Презентация итоговых видеопроектов.	ОПК-6; ПК-4	Устный опрос Практическое задание

7.2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

Таблица 7. Показатели оценивания результатов обучения в виде знаний

Шкала оценивания	Критерии оценивания
5 «отлично»	демонстрирует глубокое знание теоретического материала, умение обоснованно излагать свои мысли по обсуждаемым вопросам, способность полно, правильно и аргументированно отвечать на вопросы, приводить примеры
4 «хорошо»	демонстрирует знание теоретического материала, его последовательное изложение, способность приводить примеры, допускает единичные ошибки, исправляемые после замечания преподавателя
3 «удовлетворительно»	демонстрирует неполное, фрагментарное знание теоретического материала, требующее наводящих вопросов преподавателя, допускает существенные ошибки в его изложении, затрудняется в приведении примеров и формулировке выводов
2 «неудовле-»	демонстрирует существенные пробелы в знании теоретического материала, не способен его изложить и ответить на наводящие вопросы преподавате-

творительно»	ля, не может привести примеры
--------------	-------------------------------

Таблица 8.

Показатели оценивания результатов обучения в виде умений и владений

Шкала оценивания	Критерии оценивания
5 «отлично»	демонстрирует способность применять знание теоретического материала при выполнении заданий, последовательно и правильно выполняет задания, умеет обоснованно излагать свои мысли и делать необходимые выводы
4 «хорошо»	демонстрирует способность применять знание теоретического материала при выполнении заданий, последовательно и правильно выполняет задания, умеет обоснованно излагать свои мысли и делать необходимые выводы, допускает единичные ошибки, исправляемые после замечания преподавателя
3 «удовлетворительно»	демонстрирует отдельные, несистематизированные навыки, не способен применить знание теоретического материала при выполнении заданий, испытывает затруднения и допускает ошибки при выполнении заданий, выполняет задание при подсказке преподавателя, затрудняется в формулировке выводов
2 «неудовлетворительно»	не способен правильно выполнить задание

7.3. Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения по дисциплине (модулю)

Примерные темы практических заданий

1. Разработка креативной концепции.

Проанализируйте бренд и целевую аудиторию выданного продукта. Сформулируйте устное рекламное предложение (УТП) и разработайте 3 различные креативные идеи для ролика в формате видеосценария на 30 секунд.

2. Создание раскадровки.

Выберите одну из разработанных идей и визуализируйте ее в виде детальной раскадровки (не менее 12 кадров). Каждый кадр должен включать графическое изображение, описание действия, звукового сопровождения и реплик.

3. Составление сметы и плана съемок.

На основе утвержденной раскадровки составьте детальную смету проекта (затраты на аренду оборудования, студии, работу команды) и производственный план (call sheet) на один съемочный день.

4. Операторский этюд «Продукт в кадре».

Снимите 5-7 коротких видеоэтюдов (10-15 секунд каждый), демонстрирующих один и тот же продукт с использованием различных операторских приемов: статичный кадр, движение камеры, макросъемка, работа с разным светом (жесткий/мягкий).

5. Практикум по режиссуре и монтажу «Монтажный лист».

Снимите короткий диалог между двумя актерами (1-2 минуты), используя правило «восьмерки». Проведите монтаж сцены, создав монтажный лист, в котором обоснуйте выбор склеек и крупностей планов.

6. Создание рекламного ролика для социальных сетей.

Снимите и смонтируйте вертикальный видеоролик длительностью до 30 секунд в формате

Reels/Shorts для конкретного бренда. Ролик должен быть адаптирован под особенности платформы (начальный хук, динамичный монтаж, субтитры).

7. Работа со звуком.

Для готового видеоматериала продолжительностью 1 минута создайте три варианта звукового сопровождения: 1) с использованием библиотечной музыки, 2) с оригинальным саунд-дизайном, 3) с акцентом на закадровый голос. Проанализируйте, как звук влияет на восприятие.

8. Цветокоррекция и грейдинг.

Возьмите исходный отснятый материал (RAW или Log-файл) и создайте 3 различных варианта цветового решения, соответствующих разным настроениям: 1) яркое и позитивное, 2) драматичное и контрастное, 3) пастельное и минималистичное.

9. Разработка креативного брифа.

На основе анализа рынка и конкурентов разработайте подробный креативный бриф для рекламного агентства на создание видеоролика для выбранного вами продукта или услуги. Бриф должен включать цели, задачу, ЦА, ключевое сообщение, тональность и ограничения.

10. Питчинг и защита проекта.

Подготовьте 5-минутную презентацию (питч) своего готового видеопроекта. В презентации обоснуйте ключевые творческие и производственные решения, продемонстрируйте итоговый ролик и ответьте на вопросы «заказчика» (преподавателя и группы).

Темы для дискуссий

1. Приоритет креативности или эффективности в современной рекламе.
2. Этичность применения психологических триггеров и нейромаркетинга в рекламных роликах.
3. Влияние короткого формата видео на искусство сторителлинга в рекламе.
4. Определение главного творца рекламного ролика среди участников производственного процесса.
5. Стратегии адаптации контента для разных платформ versus универсальный подход.
6. Допустимость использования провокационных сюжетов для достижения высокой эффективности рекламы.
7. Соотношение пользовательского контента и профессионального производства в современной рекламе.
8. Социальная ответственность рекламы в противовес ее коммерческим задачам.
9. Баланс между творческим замыслом и производственными ограничениями на съемочной площадке.
10. Перспективы замены специалистов рекламного производства технологиями искусственного интеллекта.

Перечень вопросов к зачету по курсу

1. Классификация и специфика современных форматов рекламного видеоконтента.
2. Функции и задачи продюсера на различных этапах кинопроизводства.
3. Методы генерации творческих идей и разработки концепции видеоролика.
4. Драматургические основы сценария рекламного ролика.
5. Принципы разработки производственного задания и калькуляции бюджета.
6. Организация пре-продакшна: кастинг, локации, формирование съемочной группы.
7. Техническое обеспечение видеосъемки: операторская техника, свет, звук.

8. Работа режиссера на площадке: построение мизансцен и руководство съемочным процессом.
9. Основы операторского мастерства: композиция, движение камеры, работа со светом.
10. Принципы и технологии нелинейного видеомонтажа.
11. Методы цветокоррекции и саунд-дизайна в постпродакшне.
12. Специфика подготовки и размещения видеоконтента в социальных сетях.
13. Правовые и этические нормы в создании рекламного видео.
14. Критерии оценки эффективности рекламного видеоролика.

Полный комплект оценочных материалов по дисциплине (модулю) (фонд оценочных средств) хранится в электронном виде на кафедре, утверждающей рабочую программу дисциплины (модуля), и в Центре мониторинга и аудита качества обучения.

7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю)

Контроль и отчётность по дисциплине осуществляется в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки знаний и умений студентов. Аттестация студентов осуществляется также в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе АГУ. Если промежуточная аттестация проводится в форме экзамена, то расчет общей оценки учебных достижений студента в семестре осуществляется так: текущая аттестация – 40 баллов, экзамен – 50 баллов, бонусы – 10 баллов (отсутствие пропусков занятий). Если промежуточная аттестация проводится в форме зачета, то расчет общей оценки учебных достижений студента в семестре осуществляется так: текущая аттестация – 90 баллов, бонусы – 10 баллов (отсутствие пропусков занятий).

В течение всего учебного года студентам нужно активно работать на практических занятиях, выполнять все задания, включая задания для самостоятельной работы, выполнять рейтинговые контрольные работы. Студент считается аттестованным по дисциплине при условии выполнения всех предусмотренных учебной программой видов текущего контроля.

Таблица 10. Технологическая карта рейтинговых баллов по дисциплине (модулю)

№ п/п	Контролируемые мероприятия	Количество мероприятий / баллы	Максимальное количество баллов (пример)	Срок представления
Основной блок				
1.	Устные ответы	10/5	50	По расписанию
2.	Выступления на семинарских занятиях	8/5	40	По расписанию
Всего			90	

№ п/п	Контролируемые мероприятия	Количество мероприятий / баллы	Максимальное количество баллов (пример)	Срок представления

Блок бонусов				
1.	Посещение занятий		5	По расписанию
2.	Своевременное выполнение всех заданий		5	По расписанию
Всего			10	

Таблица 11. Система штрафов (для одного занятия)

Показатель	Балл
Опоздание на занятие	-1
Нарушение учебной дисциплины	-1
Неготовность к занятию	-1
Пропуск занятия без уважительной причины	-1

Таблица 12. Шкала перевода рейтинговых баллов в итоговую оценку за семестр по дисциплине (модулю)

Сумма баллов	Оценка по 4-балльной шкале
90–100	5 (отлично)
85–89	4 (хорошо)
75–84	
70–74	
65–69	3 (удовлетворительно)
60–64	
Ниже 60	2 (неудовлетворительно)

При реализации дисциплины (модуля) в зависимости от уровня подготовленности обучающихся могут быть использованы иные формы, методы контроля и оценочные средства, исходя из конкретной ситуации

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

8.1. Основная литература

1. Голуб, О. Ю. Производство телевизионной рекламы / О. Ю. Голуб. — Москва: Аспект Пресс, 2021.
2. Квинн, С. Монтаж в кино и на телевидении / С. Квинн. — Москва: Рипол-классик, 2019.
3. Льюис, Д. Современная реклама / Д. Льюис. — Москва: Эксмо, 2022.
4. Ромат, Е. В. Реклама и продвижение бренда / Е. В. Ромат. — Санкт-Петербург: Питер, 2023.
5. Сальникова, Е. В. Эстетика рекламы / Е. В. Сальникова. — Москва: URSS, 2020.

8.2. Дополнительная литература

1. Балабас, А. С. Продакшен для рекламы: как создаются великие кампании / А. С. Балабас. — Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2021.
2. Вайсман, Э. Монтаж: методика творчества в кино и на телевидении / Э. Вайсман. — Москва: ГИТР, 2019.
3. Макки, Р. История на миллион долларов / Р. Макки. — Москва: Альпина Паблишер, 2022.
4. Муратов, Л. П. Телевизионный формат и реклама / Л. П. Муратов. — Москва: ИД Высшей школы экономики, 2020.

5. Социальные медиа: теория и практика / под ред. К. В. Латышева. — Санкт-Петербург: СПбГУ, 2023.

8.3. Перечень ресурсов информационно–телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

Многопрофильный образовательный ресурс «Консультант студента» – www.studentlibrary.ru

9. МАТЕРИАЛЬНО–ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для обеспечения данной дисциплины необходимы:

- оборудованные аудитории (специальная мебель и оргсредства);
- технические средства обучения;
- интерактивная доска;
- компьютеры (ОС Windows 7, 10);
- учебно-наглядные пособия: схемы, таблицы анализа.

10. ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) ПРИ ОБУЧЕНИИ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Рабочая программа дисциплины (модуля) при необходимости может быть адаптирована для обучения (в том числе с применением дистанционных образовательных технологий) лиц с ограниченными возможностями здоровья, инвалидов. Для этого требуется заявление обучающихся, являющихся лицами с ограниченными возможностями здоровья, инвалидами, или их законных представителей и рекомендации психолого-медико-педагогической комиссии. Для инвалидов содержание рабочей программы дисциплины (модуля) может определяться также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида (при наличии).

Для лиц с нарушением слуха возможно предоставление учебной информации в визуальной форме (тексты заданий, напечатанные увеличенным шрифтом), на аудиторных занятиях допускается присутствие ассистента, а также сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков. Текущий контроль успеваемости осуществляется в письменной форме: обучающийся письменно отвечает на вопросы, письменно выполняет практические задания. Доклад (реферат) также может быть представлен в письменной форме, при этом требования к содержанию остаются теми же, а требования к качеству изложения материала (понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т. д.) заменяются на соответствующие требования, предъявляемые к письменным работам (качество оформления текста и списка литературы, грамотность, наличие иллюстрационных материалов и т. д.). Промежуточная аттестация для лиц с нарушениями слуха проводится в письменной форме, при этом используются общие критерии оценивания. При необходимости время подготовки к ответу может быть увеличено.

Для лиц с нарушением зрения допускается аудиальное предоставление информации, а также использование на аудиторных занятиях звукозаписывающих устройств (диктофонов и т. д.). Допускается присутствие на занятиях ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь. Текущий контроль успеваемости осуществляется в устной форме. При проведении промежуточной аттестации для лиц с нарушением зрения тестирование может быть заменено на устное собеседование по вопросам.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, на аудиторных занятиях, а также при проведении процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации могут быть предоставлены необходимые технические средства (персональный компьютер, ноутбук или другой гаджет); допускается присутствие ассистента (ассистентов), оказывающего обучающимся

необходимую техническую помощь (занять рабочее место, передвигаться по аудитории, прочитать задание, оформить ответ, общаться с преподавателем).