

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Кудинова Анна Васильевна

Должность: Заведующая кафедрой арт-бизнеса и рекламы

Дата подписания: 2021.08.26 13:40

Уникальный программный ключ:

1366bab9c8f00d7373af5daae090acbec83d71fc

Министерство культуры Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

**«КРАСНОДАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ
КУЛЬТУРЫ»**

Факультет социально-культурной деятельности и туризма

Кафедра арт-бизнеса и рекламы

УТВЕРЖДАЮ

зав. кафедрой

арт-бизнеса и рекламы

 А.В. Кудинова

26 августа 2021 г. Пр № 1

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**Б1.В.ДВ.03.02 Аудиовизуальные технологии в арт-бизнесе и
рекламе**

Направление подготовки 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки

Профиль подготовки Арт-бизнес и реклама

Форма обучения – заочная

**Краснодар
2021**

Рабочая программа учебной дисциплины разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО, утвержденным приказами Министерства образования и науки Российской Федерации, по направлению подготовки 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки (№ 532 от 08.06.2017).

Рецензенты:

Доктор филологических наук,
профессор кафедры электронных
средств
массовой информации и новых медиа
факультета журналистики
Кубанского государственного
университета

Е.Г. Сомова

Кандидат педагогических наук,
доцент кафедры телерадиовещания
Краснодарского государственного
института культуры

Устрижицкий О.В.

Составитель: А.Ю. Куликов, кандидат философских наук, доцент кафедры арт-бизнеса и рекламы КГИК

Рабочая программа учебной дисциплины рассмотрена и утверждена на заседании кафедры арт-бизнеса и рекламы 26 августа 2021 г., протокол №1.

Рабочая программа учебной дисциплины «Аудиовизуальные технологии в арт-бизнесе и рекламе» одобрена и рекомендована к использованию в учебном процессе Учебно-методическим советом ФГБОУ ВО «КГИК» 27 августа 2021 г., протокол №1.

Содержание

1. Цели и задачи освоения дисциплины	4
2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО	4
3. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций	4-5
4. Структура и содержание дисциплины	5-6
4.1. Структура дисциплины:	5-6
4.2. Тематический план освоения дисциплины по видам учебной деятельности и виды самостоятельной (внеаудиторной) работы	6-9
5. Образовательные технологии	9
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации:	9-13
6.1. Контроль освоения дисциплины	
6.2. Оценочные средства	
7. Учебно-методическое и информационно обеспечение дисциплины (модуля)	14-15
7.1. Основная литература	14
7.2. Дополнительная литература	14
7.3. Периодические издания	14
7.4. Интернет-ресурсы	15
7.5. Методические указания и материалы по видам занятий	15
7.6. Программное обеспечение	15
8. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)	15
9. Дополнения и изменения к рабочей программе учебной дисциплины (модуля)	16

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели освоения дисциплины

- развитие аудиовизуального мышления и медиа коммуникативной образованности студентов;
- выявление выразительной и формообразующей роли звука в различных жанрах медиа.

Задачи дисциплины:

- дать определения и наметить классификацию основных жанров медиа;
- выявить принципы функционирования музыки в жанрах медиа;
- показать контекстуальную специфику языка музыки в электронных медиажанрах;
- обосновать методику анализа музыки в жанрах медиа с позиций музыковедческого и киноведческого анализа;
- определить роль музыки в текстах, репрезентирующих различные медиажанры (художественный, документальный, анимационный кинематограф; аудио и видеореклама; видеоклипы; теле и радиопрограммы; компьютерные игры, аудио и видео реклама).
- наметить роль технологий мультимедиа в процессе анализа и в репрезентации результатов анализа произведений медиакультуры;
- внедрить формы творческих заданий по созданию конкретных медиажанров с акцентом на музыкальную составляющую;
- определить профессиональную компетентность студентов при работе со звуком в жанрах медиа.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина относится к элективным дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1 «Дисциплины (модули)».

Теоретические знания, полученные при изучении данной дисциплины взаимосвязаны с предметами: «Разработка визуального контента в рекламе и арт-бизнесе», «Информационные технологии в рекламе и арт-бизнесе», а также видам практик.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С УСТАНОВЛЕННЫМИ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ ИНДИКАТОРАМИ ДОСТИЖЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ.

В результате освоения дисциплины обучающиеся должны демонстрировать следующие результаты.

Наименование компетенций	Индикаторы сформированности компетенций
--------------------------	---

	знать	уметь	владеть
ПК-3. Способен разрабатывать, создавать и продвигать рекламные продукты в рамках рекламной кампании в сфере арт-бизнеса;	- основы аудиовизуальных технологий в арт-бизнесе и рекламе	- применять под руководством аудиовизуальные технологии в арт-бизнесе и рекламе	- опытом применения под руководством аудиовизуальных технологий в арт-бизнесе и рекламе

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц (216 часов).

По заочной форме обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости Форма промежуточной аттестации
			Л	ПЗ	К	СР	
1	Видеотехнологии в рекламе и арт-бизнесе	5	6	6		168	Практическое задание
2	Аудиотехнологии в рекламе и арт-бизнесе	6	4		9		Практическое задание
3	Мультимедиа в рекламе и арт-бизнесе	6	2	6	9	6	Практическое задание
	Итого:		12	12	18	174	216/6

4.2. Тематический план освоения дисциплины по видам учебной деятельности и виды самостоятельной (внеаудиторной) работы

По заочной форме обучения

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала (темы, перечень раскрываемых вопросов): лекции, практические занятия (семинары), индивидуальные занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов /з.е.	Формируемые компетенции (по теме)
1	2	3	
Раздел 1 Видеотехнологии в рекламе и арт-бизнесе. (4 семестр)			

Тема 1.1. Специфика режиссуры рекламного видео.	<u>Лекции:</u> Основные направления и тенденции коммуникативного видеопроизводства. Специфика режиссуры рекламного видео. Выразительные средства режиссуры. Функции и приемы художественного монтажа. Режиссерская экспликация-авторского замысла	2/0,5	ПК-3
	<u>Практические занятия:</u> Принципы классификации рекламного видео	2/0,5	
	<u>Самостоятельная работа</u> Изучение литературы по режиссуре и драматургии видео продуктов	72/2	
Тема 1.2. Социальная ТВ реклама как канал трансляции моральных ценностей.	<u>Лекции:</u> Понятие социальной рекламы и ее специфика. Этика и содержательность, педагогическое воздействие на подсознание, формирование социальной позиции и т.д. Исторические тенденции развития и место социальной рекламы на ТВ.	4/0,1	ПК-3
	<u>Практические занятия:</u> Настройка и правила съемки видео Монтаж видео	4/0,1	
	<u>Самостоятельная работа</u> Анализ видеоматериалов в современных информационных ресурсах	96/2,6	
Раздел 2. Аудиотехнологии в рекламе и арт-бизнесе. (5 семестр)			
Тема 2.1. Принципы функционирования звука в рекламе.	<u>Лекции:</u> Музыка в формах телевидения и радиовещания. Понятие формата радиовещания. Музыкальные форматы вещания. Исторический (разные периоды развития телевидения), жанровый (в зависимости от жанра передачи), авторский (выражение через музыкальный ряд формата канала или позиции автора программы) подходы к музыкальному оформлению телерадиопрограмм.	2/0,5	ПК-3
	<u>Практические занятия:</u> Музыка в авторских радио и телепрограммах.		
	<u>Самостоятельная работа</u> Подбор и анализ разножанровых примеров. Работа с литературой.		
Тема 2.2. Методика и практика создания медиапродукции	<u>Практические:</u> Создание звуковой продукции к теле и радио программам. Компиляция видеоклипов. Создание звуковых дорожек к компьютерным играм.	2/0,05	ПК-3
	<u>Практические занятия:</u> Оформление звуковых заставок и разбивок.		
	<u>Самостоятельная работа</u> Работа по монтажу и подбору музыки в рекламе, видеоклипе	2/0,5	

Тема 2.3 Аспекты звукорежиссу ры и музыкального редактировани я при создании электронных медиа	<u>Лекции:</u> Речь, музыка и шумовые эффекты как составляющие медиатекста. Закадровая и внутрикадровая музыка. Иллюстративность и контекст при использовании звука. Особенности музыкального материала. Цитаты и авторская музыка.		ПК-3
	<u>Практические занятия:</u> Автономная и прикладная музыка. Функции звука.		
Раздел 3. Мультимедиа в рекламе и арт-бизнесе (5 семестр)			
Тема 1.1. Классификаци я жанров медиа.	<u>Лекции:</u> Определение медиатекста, его особенности, составляющие.	2/0,05	ПК-3
	<u>Практические занятия:</u> Принципы классификации жанров медиа.	6/0,16	
	<u>Самостоятельная работа</u> Изучение литературы по медиаобразованию и медикультуре.	6/0,16	
Вид итогового контроля (экзамен)		18/0,55	
ВСЕГО:		216/6	

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В процессе обучения курсу «Аудио-видеопроизводство коммуникативного продукта» применяются активные и интерактивные формы проведения занятий.

- Лекционные занятия: изложение теоретических положений курса, проиллюстрированные примерами из прикладной музыки.
- Практические занятия по созданию аудиовизуального продукта.
- Самостоятельная работа с литературой по проблемам.
- Просмотр видеоматериалов с их последующим анализом.

6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

6.1. Контроль освоения дисциплины

Программой дисциплины в целях проверки прочности усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля.

Текущий контроль успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах: рефераты, анализ медиажанров в аспекте звуковой составляющей.

6.2. Оценочные средства

6.2.1. Примеры тестовых заданий (ситуаций)

Исключите лишнее в данном смысловом ряду:

1. Монтажный лист

- 1) лист, на котором напечатаны прямоугольники в виде телеэкрана;
- 2) лист, содержащий полное и точное описание каждого кадра фильма от первого до последнего плана;
- 3) лист с режиссерской экспликацией рекламного ролика.

2. Конфликт

- 1) острое столкновение противостоящих друг другу интересов, сил, идей, характеров, исторических тенденций;
- 2) идейно-тематическая основа любого драматического действия;
- 3) сюжетное развитие сценария.

3. Композиция сценария

- 1) последовательность сюжета;
- 2) организация событийного действия и соответствующее расположение материала в развитии конфликтной ситуации;
- 3) общепринятый порядок построения режиссерско-сценарного замысла.

4. Выразительные средства режиссуры рекламного видеосюжета

- 1) мизансценирование, атмосфера, темпо-ритм, художественный монтаж;
- 2) слоган, дикторский текст;
- 3) новейшие цифровые технологии.

5. Идея

- 1) основной авторский замысел;
- 2) главная мысль, жизненный «урок», идейный вывод автора;
- 3) угол зрения художника, его способность видеть жизнь.

6. Событие

- 1) то, что перешло от одного поколения к другому;
- 2) краткое содержание сценария;
- 3) действенный факт, происходящий здесь, сейчас, на наших глазах.

7. Тема

- 1) круг жизненных явлений, отобранных и освещенных автором;
- 2) краткое содержание;
- 3) замечания автора текста.

8. Сценарно-режиссерский ход

- 1) совокупность событий, раскрывающих ход действия; предмет, основное содержание сценария; образно-смысловой стержень, который пронизывает весь сценарий и цементирует в его логическом развитии.

9. Художественный монтаж

- 1) организация событийного действия;

- 2) подборка, соединение отдельных частей фильма в целое, единое произведение;
- 3) раскадровка видеоряда рекламного фильма.

Определите правильную последовательность

Порядок написания сценария рекламного видеосюжета:

- 1) образно-смысловой ход
- 2) тема
- 3) идея

Режиссерский сценарий:

- 4) редактирование
- 5) композиционное построение
- 6) утверждение
- 1) видеоряд
- 2) примечания
- 3) длительность кадра
- 4) номер кадра

6.2.2. Контрольные вопросы для проведения текущего контроля(не предусмотрено).

6.2.3. Тематика эссе, рефератов, презентаций

1. Специфика драматургии телевизионного рекламного ролика.
2. Идеино-тематическая основа – драматургический фундамент любого рекламного
3. сюжета.
4. Понятие образно-смыслового хода сценария видеорекламы.
5. Последовательность работы над сценарием рекламного видеоролика
6. (характеристика этапов).
7. Понятие литературного и режиссерского сценариев рекламного видеоролика.
8. Специфика композиционного построения сценария видеорекламы.
9. Классическая музыка как объект цитирования в рекламе
10. Джазовый пласт как объект цитирования в рекламе
11. Рок-музыка как объект цитирования в рекламе
12. Песенный пласт (фольклор, песни советских композиторов) как объект цитирования в рекламе
13. Музыка немого кинематографа
14. Жанры музыкальных передач: тематика, стилистика, форма
15. Соотношение музыкального и визуального рядов в структурировании видеоклипа
16. Взаимосвязь жанровой специфики музыкального материала с композиционной стороной в видеоклипе.

6.2.4. Вопросы к зачету по дисциплине

1. Понятие литературного и режиссерского сценариев рекламного видеоролика.
2. Специфика композиционного построения сценария видеорекламы.
3. Понятие технического монтажа (современные технологии).
4. Понятие ВТК (организация, состав, управление).
5. Функции и приемы художественного монтажа видеорекламы.
6. Выразительные средства режиссуры рекламного видеоролика.
7. Режиссерско-постановочная экспликация рекламного сценария
8. Составление сметы расходов производства рекламного видеоролика (разделы,
9. примерные расценки на производимые работы)
10. Специфика телевизионной рекламы (роль, цели и задачи).
11. Развитие визуальной рекламы в России-динамика содержания.
12. Понятие литературно-авторского замысла рекламного видеосюжета.
13. Специфика рекламного сценария.
14. Роль музыки и шумов аудиоряда в реализации рекламной идеи.
15. Пластическое решение кинокадра рекламного фильма («мизанкадр»).
16. Характеристика основных этапов производства рекламного фильма.
17. Аудиоряд рекламного фильма, выразительные средства.
18. Режиссерско-операторские планы рекламного видеоролика (характеристика и
19. возможности).
20. Современные компьютерные технологии производства рекламного фильма.

6.2.5. Вопросы к экзамену по дисциплине

1. Понятие литературного и режиссерского сценариев рекламного видеоролика.
2. Специфика композиционного построения сценария видеорекламы.
3. Понятие технического монтажа (современные технологии).
4. Понятие ВТК (организация, состав, управление).
5. Функции и приемы художественного монтажа видеорекламы.
6. Выразительные средства режиссуры рекламного видеоролика.
7. Режиссерско-постановочная экспликация рекламного сценария
8. Составление сметы расходов производства рекламного видеоролика (разделы,
9. примерные расценки на производимые работы)
10. Специфика телевизионной рекламы (роль, цели и задачи).
11. Развитие визуальной рекламы в России-динамика содержания.
12. Понятие литературно-авторского замысла рекламного видеосюжета.

13. Специфика рекламного сценария.
14. Роль музыки и шумов аудиоряда в реализации рекламной идеи.
15. Пластическое решение кинокадра рекламного фильма («мизанкадр»).
16. Характеристика основных этапов производства рекламного фильма.
17. Аудиоряд рекламного фильма, выразительные средства.
18. Режиссерско-операторские планы рекламного видеоролика (характеристика и
19. возможности).
20. Современные компьютерные технологии производства рекламного фильма.
21. Текст, медиатекст – определение понятий
22. Категории медиа
23. Функции музыки в медиатексте
24. Принципы сочетания музыки с видеорядом
25. Виды и этапы анализа звуковой составляющей медиатекста
26. Специфика использования музыки в жанрах кинематографа
27. Приемы музыкальной звукорежиссуры и их роль в создании рекламных аудио и видеороликов
28. Музыкальный слоган и логотип, их роль в рекламной теле и радиокоммуникации
29. Индивидуализированный музыкальный материал в теле и радиорекламе
30. Принципы классификации видеоклипа
31. Функции музыки в радио и телеэфире
32. Кульминации в медиатекстах: виды, местоположение в форме целого, роль музыки в их создании
33. Виды и этапы анализа звуковой составляющей медиатекста
34. Специфика использования музыки в жанрах кинематографа
35. Роль звука в рекламе

На экзамен студент представляет творческих мультимедийных заданий.

6.2.6. Примерная тематика курсовых работ(не предусмотрена)

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. Основная литература

1. Холопова, В.Н. Феномен музыки / В.Н. Холопова. - М. : Директ-Медиа, 2014. - 384 с. - ISBN 978-5-4458-6481-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=230073> (07.04.2016).
2. Медиа: введение : учебник / под ред. А. Бриггз, П. Кобли ; пер. Ю.В. Никуличев. - 2-е изд. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 551 с. : ил., табл. - (Зарубежный учебник). - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-00960-7 ; То же

[Электронный ресурс]. - URL:
<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114784> (07.04.2016).

7.2. Дополнительная литература

1. Шак, Т.Ф. Музыка в структуре медиатекста [Текст]: программа для высших учебных заведений / Т.Ф. Шак. – Краснодар: Эолы струны, 2006. – 30 с.
2. Шак, Т.Ф. Анализ медиатекста в аспекте музыкального формообразования [Текст] / Т.Ф. Шак // Медиаобразование. – №2. – 2010. – С. 32-36.
3. Бонфельд, М.Ш. Анализ музыкальных произведений: Структуры tonальной музыки: уч. пособие для студентов высших уч. заведений: в 2 ч. Ч.1. [Текст] / М.Ш. Бонфельд – М.: Гуманитарный изд. центр Владос, 2003. — 256 с.
4. Черных, А. Мир современных медиа / А. Черных. - М. : Издательский дом «Территория будущего», 2007. - 309 с. - (Университетская библиотека Александра Погорельского). - ISBN 5-91129-037-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=84955> (27.04.2016).
5. Шустрова, О.И. Пространство медиа искусства / О.И. Шустрова. - СПб : Алетей, 2013. - 132 с. - ISBN 978-5-91419-830-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=138939> (27.04.2016).
6. Бонфельд, М.Ш. Музыка: Язык. Речь. Мышление. Опыт системного исследования музыкального искусства [Текст] / М.Ш. Бонфельд. – СПб.: Композитор, 2006. – 646 с.

7.3. Периодические издания

- 1 Киносценарий
2. Музыкальная академия
3. Музыкальная жизнь
4. Медиамузыка

7.4. Интернет-ресурсы

1. Образовательные ресурсы интернета <http://www.alleng.ru/edu/>
2. Портал «Гуманитарное образование»
<http://www.humanities.edu.ru/>
3. Федеральный портал «Российское образование»
<http://www.edu.ru/>
4. Федеральное хранилище «Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов» <http://school-collection.edu.ru/>
Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов
<http://fcior.edu.ru/>

7.5. Методические указания и материалы по видам занятий

Творческие мультимедийные задания должны создаваться после тщательного анализа профессиональной мультимедийной продукции. В подборе тематики рекламных роликов, видеоклипов, звуковых заставок к телепередачам, компьютерным играм следует руководствоваться вкусовыми предпочтениями ассистента-стажера.

7.6 Программное обеспечение

Преподавание дисциплин обеспечивается следующими программными продуктами: операционные системы – Windows 10,; пакет прикладных программ MSOffice 2007;

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Преподавание дисциплины в вузе обеспечено наличием аудиторий (в том числе оборудованных проекционной техникой) для всех видов занятий.

Действуют компьютерные классы с лицензионным программным обеспечением. Имеются рабочие места с выходом в Интернет для самостоятельной работы.

Все компьютерные классы подключены к локальной сети вуза и имеют выход в интернет, в наличии стационарное мультимедийное оборудование (проектор+ экран) в аудиториях 276,282,116,239, возможно проведение занятий на базе музея вуза (тачпанель, экран, проектор).

Обучающиеся пользуются

- вузовской библиотекой с электронным читальным залом;
- учебниками и учебными пособиями;
- аудио и видео материалами.

Все помещения соответствуют требованиям санитарного и противопожарного надзора.

**Дополнения и изменения
к рабочей программе учебной дисциплины**

на 20__-20__ уч. год

В рабочую программу учебной дисциплины вносятся следующие изменения:

- _____ ;
- _____ ;
- _____ ;
- _____ ;
- _____ ;
- _____ ;
- _____ ;

Дополнения и изменения к рабочей программе рассмотрены и рекомендованы на заседании кафедры _____

(наименование)
Протокол № _____ от «__» _____ 20__ г.

Исполнитель(и):

_____ (должность)	/	_____ (подпись)	/	_____ (Ф.И.О.)	/	_____ (дата)
_____ (должность)	/	_____ (подпись)	/	_____ (Ф.И.О.)	/	_____ (дата)

Заведующий кафедрой

_____ (наименование кафедры)	/	_____ (подпись)	/	_____ (Ф.И.О.)	/	_____ (дата)
---------------------------------	---	--------------------	---	-------------------	---	-----------------