МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное
бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ КИНО И ТЕЛЕВИДЕНИЯ»

Факультет дополнительного образования

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной и научной работе
_____ Д.П. Барсуков
«03» 06 20/9 г.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ
ПРОГРАММА —
ПРОГРАММА ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ

«ПРОИЗВОДСТВО АУДИОВИЗУАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ»

Санкт-Петербург
2019

1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

1.1 Нормативно-правовые основания разработки программы

Нормативную правовую основу разработки программы составляют:

– Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;

– приказ Минобрнауки России от 1 июля 2013 г. № 499 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам»;

– постановление Правительства Российской Федерации от 22 января 2013 г. № 23 «О Правилах разработки, утверждения и применения профессиональных стандартов»;

– приказ Минтруда России от 12 апреля 2013 г. № 148н «О утверждении уровней квалификаций в целях разработки проектов профессиональных стандартов».

Программа разработана на основе профессионального(ых) стандарта(ов) (квалификационных требований):

- Приказ Минобрнауки России от 1 ноября 2016 г. № 1427 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по специальности 55.05.01 Режиссура кино и телевидения»
- Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от «29» мая 2015 г. № 332н «Об утверждении профессионального стандарта «Специалист по видеомонтажу»».

1.2 Область применения программы

Область профессиональной деятельности слушателя, прошедшего обучение по программе повышения квалификации «Производство аудиовизуальной рекламы», включает:

- производственные рекламные компании и агентства;
- телевизионные каналы;
- продюсерские компании;
- различные компании, чья деятельность либо продукт которой, требует отдельной аудиовизуальной популяризации, посредством телевидения или интернет ресурса

Объектами профессиональной деятельности являются потребители аудиовизуальной продукции телевидения и интернета.

1.3 Требования к слушателям (категории слушателей)

Лица, желающие освоить дополнительную профессиональную программу, должны иметь среднее профессиональное или высшее образование либо получать его. Наличие указанного образования должно подтверждаться документом государственного или установленного образца.

Для прохождения курса слушатели должны знать:

– особенности создания объема на плоскости;
– виды оптики и контекстное ее использование;
– виды осветительного оборудования;
– методы передачи и хранения контента;
– основы композиции;
– понятие жанра, стиля и формы в кино и на телевидении;
– технику безопасности;
– основы технического английского языка;

уметь:

– работать с актером;
– свободно использовать компьютер;

– снимать видео материалы и оценивать их техническое качество;
– использовать съемочную цифровую технику.

1.4 Цель и планируемые результаты освоения программы

Программа направлена на получение следующих профессиональных компетенций:

ПК1- Способностью и готовностью использовать в процессе создания аудиовизуального произведения (фильма, передачи) технологические и технические средства современного телевидения, грамотно ставить задачу техническим службам

ПК 2 – Способностью и готовностью к созданию телевизионного контента (телевизионных фильмов, спортивных, музыкальных и информационно-аналитических программ и трансляций. Межпрограммных проектов, рекламы и клипов)

ПК 3 – Способностью воплощать сущность явлений, событий, человеческих и социальных проблем в художественных образах с помощью средств экранной выразительности

Обучающийся в результате освоения программы должен

знать:

– общее представление о работе программ Adobe Premier, Adobe Photoshop;
– методы передачи и хранения контента;
– виды оптики;
– основы композиции, крупности;
– понятие жанра, стиля и формы в кино и на телевидении;

уметь:

– создать визуальный образ;
– выдерживать стиль визуального повествования;

владеть:

– навыками осуществления деятельность по съемке видео контента;
– способностью организовать подготовительный и съемочный период в пределах съёмочной группы;
– способностью определить необходимое съемочное, осветительное и специальное операторское оборудование, необходимое исходя из поставленных задач и условий съемки.

1.5 Форма обучения, режим занятий и общая трудоемкость

Форма обучения: без отрыва от работы, очно-заочная.

Режим занятий: при любой технологии обучения учебная нагрузка устанавливается не более 54 часов в неделю, включая все виды аудиторной и внеаудиторной (самостоятельной) учебной работы слушателя.

Общая трудоемкость за весь период обучения составляет 40 часов, и включает все виды аудиторной и самостоятельной работы слушателя, практики и время, отводимое на контроль качества освоения слушателем программы.

1.6 Форма документа, выдаваемого по результатам освоения программы

Слушатели, успешно освоившие программу повышения квалификации и прошедшие итоговую аттестацию, получают по результатам обучения удостоверение о повышении квалификации установленного образца.

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной и научной работе
_____Д.П. Барсуков
«02» 08 _____ 2019г.

2 УЧЕБНЫЙ ПЛАН

дополнительной профессиональной программы — программа повышения квалификации
«Производство аудиовизуальной рекламы»

Учебные дисциплины. Темы	Общая трудоемкость, час	Аудиторные занятия, час				СРС, час	Форма аттестация	
		Всего	Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия, семинары		Зачет	Экзамен
1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**8**
1. Реклама как средство коммуникации	**6**	**4**	**2**		**2**	**2**	+	
Признаки рекламы	3	1	1			2		
Виды рекламы	3	3	1		2			
2. Работа с заказчиком	**15**	**13**	**7**		**6**	**2**	+	
Переговоры	4	4	2		2			
Поиск идеи, «мозговой штурм»	3	3	2		1			
Анализ целевой группы	2	2	1		1			
Разработка сценария	6	4	2		2	2		
3. Производственный период	**25**	**15**	**10**		**5**	**10**	+	
Кастинг и выбор локации	3	1	1			2		
Работа с композитором, муз. оформление	4	2	1		1	2		
Использование графики	2	2	2					
Производство аниматика	16	10	6		4	6		
4. Оформление аудиовизуального проекта	**8**	**4**	**4**			**4**	+	
Цветокоррекция. Монтаж	2	2	2					
Сдача проекта	6	2	2			4		
Итого	**54**	**36**	**23**		**13**	**18**		

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной и научной работе
_____Д.П. Барсуков
«03» _____ 2019 г.

3 КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК (ПРИМЕРНЫЙ)

дополнительной профессиональной программы — программа повышения квалификации
«Производство аудиовизуальной рекламы»

Учебные дисциплины	**Аудиторные занятия, дни**						
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**
1. Реклама как средство коммуникации	2Т/З						
2. Работа с заказчиком		7Т/З					
3. Производственный период			5Т	5Т/З			
4. Оформление аудиовизуального проекта					4Т/З		
Итоговая аттестация							А

Вид подготовки или аттестации: «Т» — теоретическая подготовка, «З» — зачет; «А» — итоговая аттестация.

4 ПРОГРАММЫ УЧЕБНЫХ ДИСЦИПЛИН

Рабочая программа дисциплины «Реклама как средство коммуникации»

1. Общая характеристика рабочей дисциплины

1.1 Цели и задачи учебной дисциплины — требования к результатам освоения программы:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенции:

ПК 2 – Способностью и готовностью к созданию телевизионного контента (телевизионных фильмов, спортивных, музыкальных и информационно-аналитических программ и трансляций. Межпрограммных проектов, рекламы и клипов)

В результате освоения программы обучающийся должен **знать:**

– понятие жанра, стиля и формы в кино и на телевидении;

уметь:

– создать визуальный образ;

– выдерживать стиль визуального повествования;

владеть:

– навыками осуществления деятельность по съемке видео контента.

1.2 Рекомендуемое количество часов на освоение дисциплины:

максимальной учебной нагрузки слушателя 6 часов, в том числе:

обязательных учебных занятий 4 часа;

самостоятельной работы 2 часа.

Промежуточная аттестация в форме зачета.

2 Структура и содержание рабочей дисциплины

2.1 Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	*6*
Обязательные учебные занятия (всего)	*4*
в том числе:	
Лекционные занятия	*2*
практические занятия	*2*
Самостоятельная работа обучающегося (всего), в том числе:	*2*
Письменная работа	*2*
Аттестация в форме *зачёта*	

2.2. Тематический план и содержание дисциплины

Тема 1. Признаки рекламы

Вводная лекция, посвященная основам рекламного производства. Обсуждение основных признаков рекламы. Анализ современных тенденций и новых технологических возможностей.

Тематика учебных занятий

1. Лекция «Признаки рекламы» - 1 час
2. Самостоятельная работа – 2 часа
3. Форма текущего контроля – устный опрос.

Тема 2. Виды рекламы

Обсуждение различных видов рекламной продукции.

Тематика учебных занятий

1. Лекция «Виды рекламы» - 1 час
2. Практическое занятие – 2 часа
3. Форма текущего контроля – устный опрос.

3. Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета.

Критерии выставления оценок на зачете:

Отметка о зачете	Критерии оценивания
зачтено	Теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические компетенции сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены
	Теоретическое содержание курса освоено полностью, основные практические компетенции в основном сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены с незначительными ошибками
	Теоретическое содержание курса освоено частично, некоторые практические компетенции не сформированы, предусмотренные программой обучения учебные задачи выполнены с большим количеством ошибок.
не зачтено	Теоретическое содержание курса не освоено, необходимые практические компетенции не сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий либо не выполнено, либо содержит грубые ошибки

Примерный список вопросов для подготовки к зачету:

1) На решение каких пяти основных задач направлен рекламный процесс?
2) Какие задачи, в зависимости от целей, определяемых конкретной рыночной ситуацией, может эффективно решать реклама?
3) Сформулируйте основные отличительные черты рекламы
4) Какие виды рекламы вам известны?
5) Укажите достоинства и недостатки различных видов рекламы (телевидение, интернет, радио, печатные СМИ)

Рабочая программа дисциплины «Работа с заказчиком»

1. Общая характеристика рабочей дисциплины

1.1 Цели и задачи учебной дисциплины — требования к результатам освоения программы:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенции:

ПК 2 – Способностью и готовностью к созданию телевизионного контента (телевизионных фильмов, спортивных, музыкальных и информационно-аналитических программ и трансляций. Межпрограммных проектов, рекламы и клипов)

ПК 3 – Способностью воплощать сущность явлений, событий, человеческих и социальных проблем в художественных образах с помощью средств экранной выразительности

В результате освоения программы обучающийся должен **знать:**

– понятие жанра, стиля и формы в кино и на телевидении;

уметь:

– создать визуальный образ;

– выдерживать стиль визуального повествования;

владеть:

– способностью организовать подготовительный и съемочный период в пределах съёмочной группы;

1.2 Рекомендуемое количество часов на освоение дисциплины:
максимальной учебной нагрузки слушателя 15 часов, в том числе:
обязательных учебных занятий 13 часов;
самостоятельной работы 2 часа.
Промежуточная аттестация в форме зачета.

2 Структура и содержание рабочей дисциплины

2.1 Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	*15*
Обязательные учебные занятия (всего)	*13*
в том числе:	
Лекционные занятия	*7*
практические занятия	*6*
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	*2*
в том числе:	
Письменная работа	
Аттестация в форме *зачёта*	

2.2. Тематический план и содержание дисциплины

Тема 1. Переговоры

Обсуждение различных рабочих моментов, возникающих в процессе переговоров с заказчиком. Анализ собранной информации. Основные критерии приоритетов в формировании предложения.

Тематика учебных занятий

1. Лекция «Переговоры» - 2 часа
2. Практическое занятие – 2 часа
3. Форма текущего контроля – устный опрос, оценка практических работ

Тема 2. Поиск идеи, «мозговой штурм»

Поиск идеи, обработка сюжета. Анализ аналогичной продукции конкурентов. Основные приёмы написания рекламного сценария.

Тематика учебных занятий

1. Лекция «Поиск идеи, мозговой штурм» - 2 часа
2. Практическое занятие – 1 час
3. Форма текущего контроля – устный опрос, оценка практических работ

Тема 3. Анализ целевой группы

Выявление таргет группы, СВОТ анализ, формирование ключевых аспектов продукта.

Тематика учебных занятий

1. Лекция «Анализ целевой группы» - 1 час
2. Практическое занятие – 1 час
3. Форма текущего контроля – устный опрос, оценка практических работ

Тема 4. Разработка сценария

Формирование и развитие сценарной задумки.

Тематика учебных занятий

1. Лекция «Разработка сценария» - 2 часа
2. Практическое занятие – 2 часа
3. Самостоятельная работа – 2 часа
4. Форма текущего контроля – устный опрос, оценка практических работ

3. Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета.
Критерии выставления оценок на зачете:

Отметка о зачете	**Критерии оценивания**
зачтено	Теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические компетенции сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены
	Теоретическое содержание курса освоено полностью, основные практические компетенции в основном сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены с незначительными ошибками
	Теоретическое содержание курса освоено частично, некоторые практические компетенции не сформированы, предусмотренные программой обучения учебные задачи выполнены с большим количеством ошибок.
не зачтено	Теоретическое содержание курса не освоено, необходимые практические компетенции не сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий либо не выполнено, либо содержит грубые ошибки

Примерный список вопросов для подготовки к зачету:

1) Что такое SWOT анализ? Покажите на примере.
2) Укажите ваши поэтапные действия ведения переговоров с заказчиком.
3) Проведите анализ целевой группы (На выбор: летающий дрон пятого поколения, гипоаллергенное морковное пюре, четвертый сезон сериала «Морские дьяволы», исчезающий вид ирбис)
4) Укажите основные методы написания рекламного сценария.

Рабочая программа дисциплины «Производственный период»

1. Общая характеристика рабочей дисциплины

1.1 Цели и задачи учебной дисциплины — требования к результатам освоения программы:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенции:

ПК 1 - Способностью и готовностью использовать в процессе создания аудиовизуального произведения (фильма, передачи) технологические и технические средства современного телевидения, грамотно ставить задачу техническим службам;

ПК 2 – Способностью и готовностью к созданию телевизионного контента (телевизионных фильмов, спортивных, музыкальных и информационно-аналитических программ и трансляций. Межпрограммных проектов, рекламы и клипов)

ПК 3 – Способностью воплощать сущность явлений, событий, человеческих и социальных проблем в художественных образах с помощью средств экранной выразительности

В результате освоения программы обучающийся должен **знать:**

– общее представление о работе программ Adobe Premier, Adobe Photoshop;
– методы передачи и хранения контента;
– виды оптики;
– основы композиции, крупности;
– понятие жанра, стиля и формы в кино и на телевидении;

уметь:

– создать визуальный образ;
– выдерживать стиль визуального повествования;

владеть:

– навыками осуществления деятельность по съемке видео контента;
– способностью организовать подготовительный и съемочный период в пределах съёмочной группы;
– способностью определить необходимое съемочное, осветительное и специальное операторское оборудование, необходимое исходя из поставленных задач и условий съемки.

1.2 Рекомендуемое количество часов на освоение дисциплины:

максимальной учебной нагрузки слушателя 25 часов, в том числе:

обязательных учебных занятий 15 часов;
самостоятельной работы 10 часов.

Промежуточная аттестация в форме зачета.

2 Структура и содержание рабочей дисциплины

2.1 Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	*25*
Обязательные учебные занятия (всего)	*15*
в том числе:	
Лекционные занятия	*10*
практические занятия	*5*
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	*10*
в том числе:	
Письменная работа	*10*
Аттестация в форме ***зачёта***	

2.2. Тематический план и содержание дисциплины

Тема 1. Кастинг и выбор локации

Отбор актёров и проведение кастинга. Работа с актёрами на площадке. Выбор натуры. Учёт технических требований.

Тематика учебных занятий

1. Лекция «Кастинг и выбор локации» - 1 часа
2. Самостоятельная работа – 2 часа
3. Форма текущего контроля –устный опрос

Тема 2. Работа с композитором, муз. оформление

Работа с композитором, муз. оформление проекта.

Тематика учебных занятий

1. Лекция «Работа с композитором, муз. оформление» - 1 час
2. Практическое занятие – 1 час
3. Самостоятельная работа – 2 часа
4. Форма текущего контроля – устный опрос, оценка практических работ

Тема 3. Использование графики

Работа с супервайзером. Графическое решение проекта.

Тематика учебных занятий

1. Лекция «Использование графики» - 2 часа
2. Форма текущего контроля – устный опрос

Тема 4. Производство аниматика

Визуализация сценария. Создание видео превью.

Тематика учебных занятий

1. Лекция «Производство аниматика» - 6 часов
2. Практическое занятие – 4 часа
3. Самостоятельная работа – 6 часов
4. Форма текущего контроля – устный опрос, оценка практических работ

3. Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета.

Критерии выставления оценок на зачете:

Отметка о зачете	Критерии оценивания
зачтено	Теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические компетенции сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены
	Теоретическое содержание курса освоено полностью, основные практические компетенции в основном сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены с незначительными ошибками
	Теоретическое содержание курса освоено частично, некоторые практические компетенции не сформированы, предусмотренные программой обучения учебные задачи выполнены с большим количеством ошибок.
не зачтено	Теоретическое содержание курса не освоено, необходимые практические компетенции не сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий либо не выполнено, либо содержит грубые ошибки

Примерный список вопросов для подготовки к зачету:

1) Укажите основные факторы, влияющие на тот или иной выбор натуры?
2) Основные критерии отбора актера на кастинге?
3) Макросъёмка, основные отличия от обычной съёмки?
4) Что такое сторибординг? Укажите его основные задачи.

Рабочая программа дисциплины «Оформление аудиовизуального проекта»

1. Общая характеристика рабочей дисциплины

1.1 Цели и задачи учебной дисциплины — требования к результатам освоения программы:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенции:

ПК1- Способностью и готовностью использовать в процессе создания аудиовизуального произведения (фильма, передачи) технологические и технические средства современного телевидения, грамотно ставить задачу техническим службам;

ПК 2 – Способностью и готовностью к созданию телевизионного контента (телевизионных фильмов, спортивных, музыкальных и информационно-аналитических программ и трансляций. Межпрограммных проектов, рекламы и клипов)

ПК 3 – Способностью воплощать сущность явлений, событий, человеческих и социальных проблем в художественных образах с помощью средств экранной выразительности

В результате освоения программы обучающийся должен **знать:**

– общее представление о работе программ Adobe Premier, Adobe Photoshop;
– методы передачи и хранения контента;
– виды оптики;
– основы композиции, крупности;
– понятие жанра, стиля и формы в кино и на телевидении;

уметь:

– создать визуальный образ;
– выдерживать стиль визуального повествования;

владеть:

– навыками осуществления деятельность по съемке видео контента;
– способностью организовать подготовительный и съемочный период в пределах съёмочной группы;
– способностью определить необходимое съемочное, осветительное и специальное операторское оборудование, необходимое исходя из поставленных задач и условий съемки.

1.2 Рекомендуемое количество часов на освоение дисциплины:

максимальной учебной нагрузки слушателя 8 часов, в том числе:

обязательных учебных занятий 4 часа;
самостоятельной работы 4 часа.

Промежуточная аттестация в форме зачета.

2 Структура и содержание рабочей дисциплины

2.1 Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	*8*
Обязательные учебные занятия (всего)	*4*
в том числе:	
Лекционные занятия	*4*

Самостоятельная работа обучающегося (всего)	*4*
в том числе:	
Письменная работа	
Аттестация в форме *зачёта*	

2.2. Тематический план и содержание дисциплины

Тема 1. Цветокоррекция. Монтаж

Базовые принципы цветокоррекции. Цветовые версии. Растровые и векторные маски. Анимация векторных масок. Базовые принципы монтажа.

Тематика учебных занятий

1. Лекция «Цветокоррекция. Монтаж» - 2 часа
2. Форма текущего контроля – устный опрос

Тема 2. Сдача-приёмка проекта

Финальный монтаж. Подготовка проекта к сдаче. Производство копий. Переговоры с заказчиком и внесение поправок.

Тематика учебных занятий

1. Лекция «Сдача-приёмка проекта» - 2 часа
2. Самостоятельная работа – 4 часа
3. Форма текущего контроля – устный опрос

3. Итоговая аттестация

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета.

Критерии выставления оценок на зачете:

Отметка о зачете	**Критерии оценивания**
зачтено	Теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические компетенции сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены
	Теоретическое содержание курса освоено полностью, основные практические компетенции в основном сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены с незначительными ошибками
	Теоретическое содержание курса освоено частично, некоторые практические компетенции не сформированы, предусмотренные программой обучения учебные задачи выполнены с большим количеством ошибок.
не зачтено	Теоретическое содержание курса не освоено, необходимые практические компетенции не сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий либо не выполнено, либо содержит грубые ошибки

Примерный список вопросов для подготовки к зачету:

1) Укажите ваши поэтапные действия ведения переговоров при сдаче проекта заказчику.
2) Какие задачи, в зависимости от целей, определяемых конкретной рыночной ситуацией, может эффективно решать реклама?
3) Зависит ли размер файла от степени компрессии?
4) Что такое 4К?
5) Как воплощается сущность явлений и событий в художественных образах? Что такое средства экранной выразительности?

5 ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ

5.1 Материально-техническое обеспечение

Аудитория для занятий, оборудованная мультимедийным проектором и экраном, либо монитором с диагональю не менее 21 дюйма, компьютером, доской. Для проведения практических занятий используется компьютерный класс с установленным комплектом соответствующего программного обеспечения.

5.2 Учебно-методическое и информационное обеспечение обучения

Основная литература:

1. Смирнова, Ю. В. Реклама на телевидении. Учебное пособие / Ю.В. Смирнова. - М.: Омега-Л, 2014
2. Ушакова, Н. В. Имиджелогия / Н.В. Ушакова, А.Ф. Стрижова. - М.: Дашков и Ко, 2016.
3. Федотова, Л. Н. Реклама. Теория и практика. Учебник / Л.Н. Федотова. - Москва: РГГУ, 2015

Дополнительная литература

1. Дыко Л. - Основы композиции в фотографии. 2-е изд. М., Высшая школа, 1988.
2. Кинословарь. М.,Советская энциклопедия, 1981.
3. Лебедев А.Н. Полный цикл создания видеофильма. Изд. НТ Пресс, 2008.
4. СинецкийДм. Видеосъемка. От азов к мастерству. Межд. Агентство «A.D.& T.»,
5. Уэллс П. Практическое руководство для начинающих Цифровое видео. Изд-во ВЭЧЭ, 2005
6. Васильев, Г. А. Технологии производства рекламной продукции / Г.А. Васильев, В.А. Поляков, А.А. Романов. - Москва: Наука, 2014.
7. Гусаров, Ю. В. Рекламная деятельность / - М.: ИНФРА-М, 2013.
8. Измайлова, М. А. Психология рекламной деятельности. Практическое пособие / М.А. Измайлова. - М.: Дашков и Ко, 2015
9. Алексей, Катернюк Практическая реклама / - М.: Феникс, 2015.

5.3 Организация образовательного процесса

Общие требования к организации образовательного процесса по программе повышения квалификации «Производство аудиовизуальной рекламы» устанавливаются в соответствии с положением СПбГИКиТ «Об организации и осуществлении образовательной деятельности по дополнительным образовательным программам».

5.4 Кадровое обеспечение образовательного процесса

Реализация программы повышения квалификации должна обеспечивается руководящими и научно-педагогическими работниками СПбГИКиТ. Так же в качестве преподавателей могут привлекаться руководители и работники организаций, деятельность которых связана с направленностью реализуемой дисциплины.

6 ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ, ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Итоговый контроль (итоговая работа) и оценка результатов освоения программы выполняется в форме создания полноценного превью-проекта, состоящего из:

1) письменного сценария рекламного ролика
2) кастинг-листа и списка предполагаемых локаций
3) аниматика (либо по договорённости с преподавателем, раскадровки ролика)
4) музыкальном решении (предоставляется либо на отдельном носители, либо в составе аниматика)

Итоговую аттестацию провидит преподаватель данного курса.

Слушатели, успешно завершившие обучение по программе, должны обладать следующими профессиональными компетенциями в области творческо-производственной деятельности:

Таблица1 - Показатели оценки итоговой аттестации

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций	Показатели оценки	Критерии оценки
ПК-1	Способностью и готовностью использовать в процессе создания аудиовизуального рекламного произведения технологические и технические средства современного производства, грамотно ставить задачу техническим службам	Использование в процессе создания итоговой работы технологических и технических средств современного производства	Выполнено /Не выполнено
ПК-2	Соответствовать производимой продукцией художественно-эстетическим и социальным нормам и критериям таргет группы.	Применение навыков по созданию рекламного контента в процессе выполнения итоговой работы.	Выполнено /Не выполнено
ПК-3	Способностью воплощать сущность явлений, событий, человеческих и социальных проблем в художественных образах с помощью средств экранной выразительности	Применение навыков по созданию рекламного контента в процессе выполнения итоговой работы.	Выполнено /Не выполнено

Высокий уровень (соответствует оценке «отлично»):

- выполненная работа полностью соответствует поставленной задаче;
- сценарий отличается оригинальностью, уместным разнообразием используемых спецэффектов, интересным графическим исполнением;
- монтаж и аудиовизуальное решение аниматика выделяется оригинальным авторским языком;
- четкое представление об актерском составе, муз. решении, локациях.

Средний уровень (соответствует оценке «хорошо»):

- содержание работы соответствует заявленной теме, однако не до конца функциональны с точки зрения рекламы продукта;
- встречаются незначительные ошибки в последовательности монтажных переходов аниматика;
- набор используемых спецэффектов достаточно разнообразен;
- актёрский состав не определён, но детализирован по типажности и амплуа, имеются референсы.

Удовлетворительный уровень (соответствует оценке «удовлетворительно»):

- в сценарном произведении встречаются эпизоды с значительными отклонениями от основной темы;
- есть нарушения стиля и жанра в предоставленном аниматике.
- актёрский состав не определён, референсы отсутствуют либо не точны.

Низкий уровень (соответствует оценке «неудовлетворительно»):

- сценарий явно не закончен;
- аниматик не предоставлен, либо не соответствует сценарию;
- нет представления об актерском составе. Отсутствуют локации;
- нет обоснования идеи аудиовизуального произведения.

7 СОСТАВИТЕЛИ ПРОГРАММЫ

Режиссер-постановщик _____/Малков Е./
«03» 06 2019 г.

Специалист по УМР ФДО _____/Д.К. Титова/
«03» 06 2019 г.

СОГЛАСОВАНО:

Декан ФДО _____/Е.В. Сазонова/
«03» 06 2019 г.