

**Министерство культуры Российской Федерации**

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

**«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ  
КИНО И ТЕЛЕВИДЕНИЯ»**



ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН  
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

**Е. В. САЗОНОВА**  
ректор

Сертификат: 00eec2e5b252a0885bc682f9fa99feef8b

Основание: УТВЕРЖДАЮ

Дата утверждения: 19 июня 2024 г.

**Рабочая программа дисциплины**

**«Режиссура рекламы»**

Наименование ОПОП: Режиссер телевизионных фильмов, телепрограмм

Специальность: 55.05.01 Режиссура кино и телевидения

Форма обучения: очная

Факультет: медиатехнологий

Кафедра: режиссуры телевидения

Общая трудоемкость дисциплины составляет 72 академ. час. / 2 зач.ед.

в том числе: контактная работа: 50,3 час.

самостоятельная работа: 21,7 час.

<b>Вид(ы) текущего контроля</b>	<b>Семестр (курс)</b>
доклад	8
посещение занятий, активная работа на занятиях	8
творческое задание	8
тестовое задание	8
<b>Вид(ы) промежуточной аттестации, курсовые работы/проекты</b>	<b>Семестр (курс)</b>
зачет	8

Рабочая программа дисциплины «Режиссура рекламы» составлена:

— в соответствии с требованиями Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования — Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - специалитет по специальности 55.05.01 Режиссура кино и телевидения (приказ Минобрнауки России от 01.08.2017 г. № 733)

— на основании учебного плана и карты компетенций основной профессиональной образовательной программы «Режиссер телевизионных фильмов, телепрограмм» по специальности 55.05.01 Режиссура кино и телевидения

**Составитель(и):**

В.Ю. Обогрелов, доцент кафедры режиссуры телевидения

**Рецензент(ы):**

В.Г. Нечаев, доцент

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры режиссуры телевидения

Рабочая программа дисциплины одобрена Советом факультета экранных искусств

**СОГЛАСОВАНО**

Руководитель ОПОП

М.Д. Баркан

Начальник УМУ

С.Л. Филипенкова

**УКАЗАННАЯ ЛИТЕРАТУРА ИМЕЕТСЯ В НАЛИЧИИ В БИБЛИОТЕКЕ ИНСТИТУТА ИЛИ ЭБС**

Заведующий библиотекой Н.Н. Никитина

# 1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

## 1.1. Цели и задачи дисциплины

### Цель(и) дисциплины:

формирование комплекса знаний, умений и навыков для осуществления профессиональной деятельности в сфере разработки концепции и производства рекламного продукта.

### Задачи дисциплины:

1. Изучить теоретико-практические основы режиссуры рекламы
2. Освоить основные аспекты сценарно-драматургической основы рекламного видеосюжета
3. Проанализировать процесс создания телевизионной рекламы на каждом из этапов производства.
4. Приобрести навыки создания рекламных аудиовизуальных произведений

## 1.2. Место и роль дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)».

Дисциплина основывается на знаниях и умениях, приобретенных в ходе изучения предшествующих дисциплин/прохождения практик и взаимосвязана с параллельно изучаемыми дисциплинами:

Режиссура многокамерной съемки

Работа режиссера с актером и неактером

Творческо-производственная практика

История телевидения

История отечественного кино

Техника и технология телевизионного производства

История зарубежного кино

Телевизионная журналистика

Освоение дисциплины необходимо как предшествующее для дисциплин и/или практик:

Выполнение и защита выпускной квалификационной работы

## 1.3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО

### Общепрофессиональные компетенции

ОПК-4 — Способен, используя знание традиций отечественной школы экранных искусств, мировой кинокультуры, воплощать творческие замыслы.

ОПК-4.2 — Воплощает творческие замыслы, используя стилистику, приемы, традиции, характерные для отечественной школы экранных искусств, мировой кинокультуры.

**Знает:** стилистику, приемы и традиции режиссуры рекламы в практике отечественного и зарубежного телевидения

**Умеет:** создавать рекламные телепроизведения, используя мировой и отечественный опыт

### Профессиональные компетенции

**Вид деятельности:** художественно-творческий.

ПК-1 — Способен создавать телевизионные программы/фильмы различных видов, тематической и (или) жанровой направленности (формата).

ПК-1.1 — Разрабатывает идеи будущего телепроизведения с учетом жанровых особенностей, оценивает актуальность нового проекта, его художественную ценность и востребованность.

**Знает:** теоретико-практические основы режиссуры рекламы

**Умеет:** разрабатывать идеи будущего телепроизведения

**Владеет:** навыками оценки актуальности нового рекламного проекта

**Вид деятельности:** художественно-творческий.

ПК-1 — Способен создавать телевизионные программы/фильмы различных видов, тематической и (или) жанровой направленности (формата).

ПК-1.2 — Анализирует драматургический материал, формулирует концепцию, жанровые и стилевые признаки телевизионного произведения.

**Знает:** основные аспекты сценарно-драматургической основы рекламного видеосюжета

**Умеет:** формулировать драматургическую концепцию рекламного проекта

**Владеет:** навыками анализа драматургического материала рекламного проекта

**Вид деятельности:** художественно-творческий.

ПК-1 — Способен создавать телевизионные программы/фильмы различных видов, тематической и (или) жанровой направленности (формата).

ПК-1.3 — Создает режиссерский сценарий/разработку телевизионного фильма/программы, проявляет креативность профессионального мышления, находит нестандартные художественно-технические решения творческих задач.

**Знает:** процесс создания телевизионной рекламы

**Умеет:** находить нестандартные художественно-технические решения творческих задач

**Владеет:** навыками создания сценария для телерекламы

## 2. СТРУКТУРА, ОБЪЕМ И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В КОМПЕТЕНТНОСТНОМ ФОРМАТЕ

### 2.1. Структура и трудоемкость учебной дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 72 академ. час. / 2 зач.ед.

в том числе: контактная работа: 50,3 час.

самостоятельная работа: 21,7 час.

Вид(ы) промежуточной аттестации, курсовые работы/проекты	Семестр (курс)
зачет	8

Распределение трудоемкости по периодам обучения:

Семестр	8	Итого
Лекции	16	16
Практические	32	32
Консультации	2	2
Самостоятельная работа	17,5	17,5
Самостоятельная работа во время сессии	4,2	4,2
<b>Итого</b>	<b>71,7</b>	<b>71,7</b>

### 2.2. Содержание учебной дисциплины

**Тема 1. Телевидение как особый социальный институт, влияние телевизионной рекламы на сознание зрителя**

Типологизация рекламной продукции. Критерии эффективности рекламной

продукции. Местоположение рекламного ролика в эфирной сетке каналов.

## **Тема 2. Основные аспекты сценарно-драматургической основы рекламного видеосюжета**

Основы режиссерского сценария рекламного ролика. Основные требования к рекламному сюжету. Роль слогана в рекламном ролике.

## **Тема 3. Выразительные средства режиссуры рекламного ролика**

Создание образа рекламируемого товара. Использование в ролике принципа фрагментирования. Принцип подобия. Принцип структурности.

## **Тема 4. Особенности художественного монтажа в производстве рекламного видеоролика**

Графика в рекламном ролике. Компьютерная реальность, воссоздающая элементы рекламного ролика. Типы и виды монтажа наиболее часто применяемые для создания рекламной продукции.

### 3. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ЧАСОВ ПО ТЕМАМ И ВИДАМ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

№ п/п	Наименование раздела, (отдельной темы)	Лекции	Лекции с использованием ДОТ	Лабораторные работы	Практические занятия	Практические с использованием ДОТ	Индивидуальные занятия	Итого
1	Телевидение как особый социальный институт, влияние телевизионной рекламы на сознание зрителя	4	0	0	8	0	0	12
2	Основные аспекты сценарно-драматургической основы рекламного видеосюжета	4	0	0	8	0	0	12
3	Выразительные средства режиссуры рекламного ролика	4	0	0	8	0	0	12
4	Особенности художественного монтажа в производстве рекламного видеоролика	4	0	0	8	0	0	12
	<b>ВСЕГО</b>	<b>16</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>32</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>48</b>

### 4. ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

Лабораторные занятия по дисциплине «Режиссура рекламы» в соответствии с учебным планом не предусмотрены.

### 5. ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ (СЕМИНАРЫ)

№ п/п	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудоемкость (час.)
1	Тема: «Телевидение как особый социальный институт, влияние телевизионной рекламы на сознание зрителя».	8
2	Тема: «Основные аспекты сценарно-драматургической основы рекламного видеосюжета».	8
3	Тема: «Выразительные средства режиссуры рекламного ролика».	8
4	Тема: «Особенности художественного монтажа в производстве рекламного видеоролика».	8

## 6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Оценивание результатов обучения по дисциплине осуществляется в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации с использованием балльно-рейтинговой системы.

Оценочные средства в полном объеме представлены в Фонде оценочных средств по дисциплине «Режиссура рекламы».

Предусмотрены следующие формы и процедуры текущего контроля и промежуточной аттестации:

Вид(ы) текущего контроля	Семестр (курс)
доклад	8
посещение занятий, активная работа на занятиях	8
творческое задание	8
тестовое задание	8
Вид(ы) промежуточной аттестации, курсовые работы/проекты	Семестр (курс)
зачет	8

### 6.1. Оценочные средства для входного контроля (при наличии)

Контроль проводится в виде устного опроса по дисциплинам предшествующим изучению дисциплины «Режиссура рекламы» и обеспечивающих лучшее ее восприятие:

1. Многокамерная съемка в документальном кино.
2. Основные недостатки многокамерной съемки.
3. Виды пультового монтажа при многокамерной съемке.
4. Появление первых телевизионных рекламных роликов.
5. Способы многокамерной съемки.
6. Режиссёр как организатор творческого процесса. Работа в команде.
7. Особенности работы оператора при многокамерной съемке.
8. Особенности работы звукорежиссера при многокамерной съемке.

### 6.2. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости

Темы доклада:

1. Особенности временных рамок рекламного сценария.
2. На чем должен быть сделан рекламный акцент в аннотации?
3. Отличие рекламного фильма от рекламного ролика.
4. Режиссерские изменения и корректировки литературного сценария рекламного фильма в процессе съемочного процесса.
5. Социальная реклама.
6. Выработка концепции.
7. Разработка идеи.
8. Визуальный и музыкальный ряд
9. Технология съемки.
10. Монтаж рекламного ролика, особенности.

Примеры тестовых заданий:

1. Динамическое либо неподвижное изображение логотипа или продукта, как правило с лозунгом, финальная сцена в рекламном ролике, закрепляющая в памяти зрителя сам бренд
  - 1.пэкшот
  - 2.скриншот
  - 3.финальный кадр
  - 4.титр

2. Каким должен быть рекламный сюжет:
  1. коротким
  2. информационным
  3. позитивным
3. Титры могут оказаться за пределами экрана, если расположены
  1. в наружных 10% площади экрана
  2. в наружные 20% площади кадра
  3. расположены в 80% внутренней площади кадра
  4. верный ответ не указан
4. Выделение из общего частного, акцент на детали-это:
  1. масштабность
  2. фрагментирование
  3. колорит
5. Какой цвет в рекламной картинке символизирует «новые эмоции»
  1. синий
  2. зеленый
  3. красный

Творческое задание "Создание рекламного ролика на заданную тему".

Примерные темы:

1. Представление новой губной помады с необычным цветовым рядом (только красная гамма).
2. Рассказать в рекламном ролике о преимуществах гибкого монитора (храниться в тубусе, приклеивается на любую поверхность).
3. Желание человека изменить окружающую обстановку приводит его к покупке шкафа-купе.
4. Создать рекламный ролик о преимуществах путешествий по России.
5. Реклама одежды изменяющей свой цвет в зависимости от освещенности.
6. Реклама нового вида пластилина для детей не оставляющего следов на руках и поверхностях.
7. Реклама полетов на воздушных шарах над городом.

### **6.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации**

Перечень вопросов для подготовки к зачету:

1. Современная телереклама. Формы и методы.
2. Роль рекламы.
3. Творческая и коммерческая составляющая рекламного ролика.
4. Рекламная драматургия.
5. Место и роль телевизионного режиссера в создании рекламы.
6. Особенности написания рекламного сценария
7. Критерии оценки рекламы.
8. Этическая культура телевизионного режиссера. Знание основ и профессиональных навыков смежных профессий.
9. Тенденции развития рекламной продукции на современном этапе.
10. Схемы построения рекламного ролика.
11. Flash-кадры.
12. Тема, идея, замысел. Их роль в создании сценария.
13. Этапы работы автора над сценарием.
14. Исторические и социально-экономические факторы, обусловившие возникновение рекламы.
15. Анализ рекламного продукта.
16. Слияния завязки и экспозиции в рекламном сценарии.
17. Основные творческие и технологические этапы создания рекламного ролика.
18. Концентрация внимания зрителя на происходящих в рекламном ролике событиях.
19. Роль главного героя в рекламном ролике.
20. Дикторский текст. Связь дикторского текста с предшествующим видеорядом.



21. Основы психологии восприятия рекламы массовым зрителем.
22. Особенности восприятия различных типов изображения.
23. Различные концепции рекламного фильма.
24. Классификация рекламы.
25. Основные элементы обобщенной структуры информационной технологии.
26. Временные рамки рекламного сценария и особенности его композиции.
27. Реализация сценария рекламного произведения.

Практические вопросы

Защита созданного АВП-рекламного ролика

#### 6.4. Балльно-рейтинговая система

Оценка успеваемости с применением балльно-рейтинговой системы заключается в накоплении обучающимися баллов за активное, своевременное и качественное участие в определенных видах учебной деятельности и выполнение учебных заданий в ходе освоения дисциплины.

Конкретные виды оцениваемой деятельности	Количество баллов за 1 факт (точку) контроля	Количество фактов (точек) контроля	Баллы (максимум)
Обязательная аудиторная работа			
Посещение занятий, активная работа на занятиях	1	24	24
Обязательная самостоятельная работа			
Доклад	16	1	16
Творческое задание	22	1	22
Тестовое задание	8	1	8
ИТОГО в рамках текущего контроля	70 баллов		
ИТОГО в рамках промежуточной аттестации	30 баллов		
ВСЕГО по дисциплине за семестр	100 баллов		

Итоговая оценка по дисциплине выставляется на основе накопленных баллов в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации в соответствии с таблицей:

#### Система оценивания результатов обучения по дисциплине

Шкала по БРС	Отметка о зачете	Оценка за экзамен, зачет с оценкой
85 – 100	зачтено	отлично
70 – 84		хорошо
56 – 69		удовлетворительно
0 – 55	не зачтено	неудовлетворительно

## **7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ, ИНФОРМАЦИОННО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечиваются печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

### **7.1. Литература**

1. Шарков Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, публичнейшнз, брендинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ф. И. Шарков. —М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. — 324 с. - Режим доступа: на территории института без ограничений, вне института - по логину и паролю  
<http://ibooks.ru/reading.php?short=1&isbn=978-5-394-00792-7>
2. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, публичнейшнз, брендинг [Текст] : учебное пособие для вузов / Ф. И. Шарков. - М. : Дашков и К, 2016. - 324 с.  
<https://www.gukit.ru/lib/catalog>
3. Шубина, И. Б. Основы драматургии и режиссуры рекламного видео [Текст] : творческая мастерская рекламиста / И.Б. Шубина. - М. : МарТ, 2004. - 320 с.  
<https://www.gukit.ru/lib/catalog>
4. Мандель, Б. Р. Психология рекламы: история, проблематика [Электронный ресурс]: учеб. пособие / Б. Р. Мандель. -2-е изд., стер.- Москва : Флинта, 2019. - 272 с.  
<http://ibooks.ru/reading.php?short=1&isbn=978-5-9765-1633-5>
5. Основы режиссуры мультимедиа-программ [Текст] : учебное пособие/ под ред. Н. И. Дворко. - СПб : Изд-во СПбГУП, 2005. - 304 с. : 16 с  
<https://www.gukit.ru/lib/catalog>

### **7.2. Интернет-ресурсы**

1. «Вся история кино с 1945 по 2017 год в одной таблице», <https://arzamas.academy/mag/529-cinema>
2. База данных бесплатных исследований кинорынка АО «Невафильм», [www.nevafilm.ru](http://www.nevafilm.ru)
3. Портал о телевидении, кино и радио «tvkinoradio.ru», <https://tvkinoradio.ru>

### **7.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение**

Использование лицензионного программного обеспечения по дисциплине «Режиссура рекламы» не предусмотрено.

### **7.4. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

Электронный каталог библиотеки СПбГИКиТ. <https://www.gukit.ru/lib/catalog>  
Бесплатная библиотека шумов <http://bbcsfx.acropolis.org.uk/>  
Бесплатная библиотека шумов <https://wav-library.net/>  
Бесплатная библиотека шумов <https://www.sounddogs.com/>  
База данных бесплатных саундтреков и шумов «FreeSound» <https://freesound.org/>  
Информационный портал о кинематографе «КиноПоиск». <https://www.kinopoisk.ru>  
Федеральная государственная информационная система «Национальная электронная библиотека». <https://нэб.рф>  
Электронная библиотека образовательно-издательского центра «Академия». <http://www.academia-moscow.ru>  
Электронная библиотечная система «Айбукс-ру». <http://ibooks.ru>

## 7.5. Материально-техническое обеспечение

<b>Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы</b>	<b>Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы</b>
Учебная аудитория	Рабочее место преподавателя, оборудованное компьютером и мультимедийным проектором. Рабочие места обучающихся. Доска (интерактивная доска) и/или экран.
Помещение для самостоятельной работы обучающихся	Рабочие места обучающихся оборудованные компьютерами с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду института.
Лаборатория видеотворчества (телевистудия)	Специализированная мебель. Лабораторное оборудование: камеры студийные, штативы, видео- и аудиомикшеры, плазменные панели, микрофоны и звукотехническое оборудование, радиомикрофоны-петлички, стационарное светотехническое оборудование с устройствами крепления и управления, рир-фон синий (chromakey), устройство (сервер) Интернет-трансляции.

## **8. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Изучение дисциплины следует начать с ознакомления с содержанием рабочей программы изучаемой дисциплины (далее - РПД), с целями и задачами дисциплины, ее связями с другими дисциплинами образовательной программы, с основной и дополнительной литературой.

Основу теоретического обучения составляют лекции. Они дают систематизированные знания о наиболее сложных и актуальных проблемах изучаемой дисциплины. На лекциях особое внимание уделяется не только усвоению изучаемых проблем, но и стимулированию активной познавательной деятельности, творческого мышления, развитию профессионально-значимых свойств и качеств. Поэтому обучающемуся рекомендовано принимать активное участие в занятиях. Лекции по учебной проводятся, как правило, как проблемные в форме диалога (интерактивные).

Особое внимание следует обратить на освоение понятийного аппарата предметной области изучаемой дисциплины. Понятия - это форма существования всякой науки, поэтому для адекватного общения с преподавателем, для становления обучаемого как специалиста особенно важно выстроить и использовать более широкий и полный спектр понятийных отношений, характеризующий теоретическую и методологическую подготовку обучаемого в рамках учебной программы. Обучающемуся важно отчетливо сознавать, какие из понятий задействованы в том или ином конкретном рассуждении для объяснения и раскрытия проблемных вопросов при ответе.

Практические занятия проводятся с целью закрепления лекционного материала, овладения понятийным аппаратом предмета и направлены на практическое применение теоретических знаний, полученных на лекциях.

Подготовка современного специалиста предполагает, что в стенах института он овладеет методологией самообразования, самовоспитания, самосовершенствования. Это определяет важность активизации его самостоятельной работы. С целью организации данного вида учебных занятий необходимо в первую очередь использовать материал лекций и практических занятий. Лекционный материал создает проблемный фон с обозначением ориентиров, наполнение которых содержанием производится обучающимися на практических занятиях после работы с рекомендуемой литературой.

При изучении дисциплины предусмотрены следующие виды контроля знаний обучающихся:

-текущий контроль;

-промежуточная аттестация.

Цель текущего контроля — получение систематической достоверной информации о качестве освоения обучающимися дисциплины и степени сформированности у них необходимых компетенций.

Задачи текущего контроля:

— повышение качества обучения;

— повышение эффективности учебного процесса;

— повышение мотивации к учебе;

— повышение уровня учебной дисциплины обучающихся.

Текущий контроль осуществляется преподавателями кафедры посредством выставления баллов в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся.

Цель промежуточной аттестации — оценка качества освоения дисциплины и степени сформированности у обучающихся необходимых компетенций.

Формой промежуточной аттестации обучающихся по данной дисциплине является зачёт.