

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)

Учебный центр Арт-дизайн

ФОТО- И ВИДЕОРЕДАКЦИЯ МЕДИАМАТЕРИАЛОВ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Направление 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль «Связи с общественностью и коммуникативные технологии»
Уровень квалификации выпускника - бакалавр

Форма обучения (*очная*)

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2020

Фото- и видеоредакция медиаматериалов

Рабочая программа дисциплины

Составитель(и):

Доц., Борисова Т.В.

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания Центра Арт-дизайна

№ 1 от 31.08.2020 г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка

1.1 Цель и задачи дисциплины

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине , соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

2. Структура дисциплины

3. Содержание дисциплины

4. Образовательные технологии

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1. Система оценивания

5.2. Критерии выставления оценок

5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (*модулю*)

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Список источников и литературы

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (*модуля*)

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

9. Методические материалы

9.1. Планы практических (семинарских, лабораторных) занятий

9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ

9.3. Иные материалы

Приложения

Приложение 1. Аннотация дисциплины

Приложение 2. Лист изменений

1. Пояснительная записка

Цель дисциплины: формирование у студентов теоретических представлений и практических навыков по созданию и редакции медиаматериалов.

Основные задачи учебной дисциплины:

1) Подготовка к творческой деятельности в области конструирования медийного имиджа объектов по созданию информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью

2) подготовка к проектной деятельности в области разработки и реализации проектов по формированию имиджа объектов;

3) подготовка выпускников к авторской деятельности и технологическим решениям в области дизайна рекламных текстов

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
ПК-1. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК–1.1 Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	Знать: практику создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта. Уметь: работать по созданию текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта.. Владеть: методологическими приемами создания текстов с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта.
ПК-2. Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК-2.1 Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного	Знать: структуру маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта. Уметь: находить оптимальные стратегии маркетинговых инструментов при планировании

	продукта	производства и (или) реализации коммуникационного продукта Владеть: навыками применения маркетинговых инструментов при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта.
--	----------	--

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Фото- и видеоредакция медиаматериалов» входит в факультативные дисциплины учебного плана по направлению подготовки магистров (специальности) 42.04.01 и является факультативом «Реклама и связи с общественностью». Дисциплина реализуется Учебным центром Арт-дизайна на факультете Истории, политологии и права.

Для освоения дисциплины необходимы компетенции, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Маркетинговые исследования и ситуационный анализ, Русское и мировое искусство в коммуникациях, Основы теории коммуникации.

В результате освоения дисциплины формируются компетенции, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Контент-менеджмент медиатекстов, Репутационный менеджмент, PR и реклама в шоу-бизнесе.

2. Структура дисциплины

Структура дисциплины для очной формы обучения

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 з.е., 76 ч., в том числе контактная работа обучающихся с преподавателем 28 ч., самостоятельная работа обучающихся 48 ч.

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Виды учебной работы (в часах)					Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации <i>(по семестрам)</i>
			контактная						
			Лекции	Семинар	Практические занятия	Лабораторные занятия	Промежуточная аттестация		
1.	Раздел 1. Фотография в рекламе	5	4					6	
2.	Раздел 2. Особенности рекламной фотосъемки	5	6	18				42	
	Зачет								
	итого:		10	18				48	

3. Содержание дисциплины (модуля)

<i>№</i>	<i>Наименование раздела дисциплины</i>	<i>Содержание</i>
1.	Тема 1. Фотография в рекламе	Понятие территориального бренда. Территориальный брендинг и его функции. Историческое развитие территориального брендинга. Территориальный брендинг и территориальный маркетинг. Бренд территории и имидж территории.
2.	Тема 2. Особенности рекламной фотосъемки	Подходы к классификации территориальных брендов. Примеры территориальных брендов. Структура территориального бренда.
10	Итоговая форма контроля	зачет

4. Образовательные технологии

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование раздела</i>	<i>Виды учебной работы</i>	<i>Образовательные и информационные технологии</i>
1.	Раздел 1. Фотография в рекламе	Лекция 1 - 2. Самостоятельная работа.	Вводная лекция-визуализация с применением презентации в программе Power Point с помощью проектора
2.	Раздел 2. Виды и структура территориальных брендов	Лекция 3 - 5. Семинары 1 – 9. Самостоятельная работа	Проблемная лекция с применением презентации в программе Power Point с помощью проектора Кейс-стади Консультирование и проверка домашних заданий
10	Итоговая форма контроля		Зачет

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1. Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- опрос	5 баллов	30 баллов
- участие в дискуссии на семинаре	5 баллов	10 баллов
- контрольная работа (темы 1-3)	10 баллов	10 баллов
- контрольная работа (темы 4-5)	10 баллов	10 баллов
Промежуточная аттестация <i>тест</i>		40 баллов
Итого за семестр экзамен		100 баллов

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	хорошо		C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ А,В	«отлично»/ «зачтено (отлично)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ С	«хорошо»/ «зачтено (хорошо)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D,Е	«удовлетвори- тельно»/ «зачтено (удовлетвори- тельно)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».
49-0/ F,FX	«неудовлетворительно»/ не зачтено	Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.

5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Задание к текущей аттестации (контрольная работа)

1. Методы получения фотографического изображения;
2. Черно-белая фотография в рекламе и дизайне;
3. Цвет и изображение в рекламном образе и дизайне применительно к фотографии;
4. Работа в сфере создания фотографий для целей рекламы и дизайна;
5. Превью, эскизы, раскадровки для четкого представления фотографии в рекламе и дизайне;
6. Удачные рекламные образы, созданные на основе фотографий;
7. Крупноплановые цифровые портреты людей в современной рекламной фотографии;
8. Цвет на фотографии и характер воздействия рекламы на целевые аудитории.

Вопросы к промежуточной аттестации (зачету)

1. Определение фотографии.
2. Предыстория фотографии.
3. Эксперименты, послужившие основой для создания фотографии.
4. Первые закреплённые изображения.
5. Методы получения фотографического изображения
6. Черно-белая фотография.
7. Сенсibilизаторы и появление цветной фотографии.
8. Цветная фотография.

9. Цифровая фотография и принципы работы цифровых камер.
10. Перспективы развития фотографий
11. Понятие и семантика рекламного образа и дизайна в фотографии.
12. Цвет и изображение в рекламном образе и дизайне применительно к фотографии.
13. Эффективность воздействия рекламного образа и дизайна на примере фотографии.
14. Фотография и возможности создания «универсального» рекламного послания
15. Практика документализма при создании фотографий и ее влияние на рекламу и дизайн.
16. Бытовое фотографирование и его использование в рекламе и дизайне.
17. Работа в сфере создания фотографий для целей рекламы и дизайна.
18. Современные составляющие культуры при создании фотографии для целей рекламы и

дизайна

19. Иллюстрации и фотографии как заголовки рекламного сообщения.
20. Критерии создания фотографической части рекламы.
21. Методы оценки эффективности дизайна иллюстрации и фотографии в рекламе.
22. Значение пэк-шот в дизайне и рекламе.
23. Превью, эскизы, раскадровки для четкого представления фотографии в рекламе и дизайне
24. Шаблонные образы людей в рекламной фотографии.
25. Задачи рекламного изображения человека в фотографии.
26. Крупноплановые цифровые портреты людей в современной рекламной фотографии.
27. Использование селебритис в рекламных фотографиях.
28. Цифровые рекламные фотографии людей как основа формирования современных общественных вкусов
29. Символика цветов на фотографии в бизнес-рекламе.
30. Цвет на фотографии и характер воздействия рекламы на целевые аудитории.
31. Основные приемы контроля фотографии над психическими процессами деятельности человека на благо рекламы.
32. Психология фотографии в стратегии продвижения товаров и услуг визуальными средствами

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Список источников и литературы

Литература

Основная:

Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 070601 «Дизайн», 032401 «Реклама» / Р.Ю. Овчинникова ; под ред. Л.М. Дмитриевой. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 239 с. — (Серия «Азбука рекламы»). - ISBN 978-5-238-01525-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028720>

Курушин, В.Д. Дизайн и реклама: от теории к практике / В.Д. Курушин. - Москва : ДМК Пресс, 2017. - 308 с. - ISBN 978-5-97060-553-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028149>

Веселова, Ю. В. Графический дизайн рекламы. Плакат / Веселова Ю.В., Семенов О.Г. - Новосибирск :НГТУ, 2012. - 104 с.: ISBN 978-5-7782-2192-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/556602>

Дополнительная литература:

Головко, С.Б. Дизайн деловых периодических изданий: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Графика», «Журналистика», «Информационные технологии в дизайне», «Реклама» / С.Б. Головко. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 423 с. — (Серия «Медиаобразование»). - ISBN 978-5-238-01477-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028721>

Мелкова, С. В. Проектирование: графический фэшн-дизайн : учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению подготовки 54.03.01 «Дизайн», профили подготовки: «Графический дизайн», «Дизайн костюма», квалификация (степень) выпускника «бакалавр» / С. В. Мелкова ; Кемеров. гос. ин-т культуры. - Кемерово : Кемеров. гос. ин-т культуры, 2019. - 142 с: ил. - ISBN 978-5-8154-0487-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1154345>

Макарова, Т.В. Основы информационных технологий в рекламе: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 032401 «Реклама» / Т.В. Макарова, О.Н. Ткаченко, О.Г. Капустина ; под ред. Л.М. Дмитриевой. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 271 с. — (Серия «Азбука рекламы»). - ISBN 978-5-238-01526-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028736>

Джефкинс, Ф. Реклама : учеб. пособие для вузов / Ф. Джефкинс ; под ред. Б.Л. Еремина. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 543 с. - ISBN 978-5-238-00362-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1027287>

Курушин, В. Д. Графический дизайн и реклама [Электронный ресурс] / В. Д. Курушин. - Москва : ДМК Пресс, 2008. - 272 с.: ил. - (Самоучитель). - ISBN 5-94074-087-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/407757>

Романычева, Э. Т. Дизайн и реклама. Компьютерные технологии [Электронный ресурс] : Справочное и практическое руководство / Э. Т. Романычева, О. Г. Яцюк. - Москва : ДМК Пресс, 2006. - 432 с.: ил. - (Серия «Для дизайнеров»). - ISBN 5-89818-034-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/407266>

6.1. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

Научно-практический журнал Корпоративная имиджелогия/ Имидж и маркетинг
мест - http://www.ci-journal.ru/journal/01_marketing_mest

Официальный сайт Nation Brands Index, 2009. -
<http://www.simonanholt.com/Research/research-introduction.aspx>

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

При проведении занятий используется аудитория, оборудованная проектором для отображения презентаций. Кроме того, при проведении лекций и практических занятий необходим компьютер с установленным на нем браузером и программным обеспечением для демонстрации презентаций (Power Point и др.).

Для самостоятельной работы студенту необходим доступ к ЭБС издательства «Юрайт» (biblio-online.ru), архиву исследовательских журналов JSTOR, МНБД Scopus и Web of Science. Персональные компьютеры, оснащенные операционной системой ОС MS Windows (XP и выше), программным обеспечением MS Office 2003–2010, доступом в Интернет через браузер Google Chrome или Opera, обновляемой антивирусной защитой Symantec Endpoint Protection.

Политическая карта мира.

Перечень лицензионного программного обеспечения:

Microsoft Office – Лицензия № 40001532 от 31.12.2007

Adobe Acrobat – Лицензия № 1118-1003-5566-8837-8180-7067 от 2010 г.

Abbyy Fine Reader – Лицензия № 09667 от 08.02.2006 Антивирус Kaspersky – Лицензия № 1894141205092525 от 05.12.2014

Microsoft Windows XP – Лицензия № 40001512 от 22.12.2005

MSDN (Microsoft Developer Network , Microsoft Dreamspark

Microsoft Academic Aliance) – Лицензия № 1203794656 от 01.01.2016

Справочно-правовая система «Консультант Плюс» - Учебная версия бесплатная

Abbyy Lingvo – LMRC14000000946409109093 от 22.01.2010

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
 - обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
 - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
 - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;
 - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.
- для глухих и слабослышащих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
 - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
 - экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;
 - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих:
 - в печатной форме увеличенным шрифтом;
 - в форме электронного документа;
 - в форме аудиофайла.
- для глухих и слабослышащих:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме;
- в форме электронного документа;
- в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих:
 - устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE;
 - дисплеем Брайля PAC Mate 20;
 - принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих:
 - автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих;
 - акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1;
 - компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

9. Методические материалы

9.1. Планы практических занятий

Тема No 1. Понятие и краткая история фотографии.

Вопросы для дискуссии:

1. Подготовить эссе на тему «Первые закрепленные изображения».

Тема No 2. Виды фотографии.

Вопросы для дискуссии:

1. Черно-белая фотография.
2. Сенсibilизаторы и появление цветной фотографии.
3. Цветная фотография.
4. Цифровая фотография и принципы работы цифровых камер. Задания для самостоятельной работы обучающихся
 1. Подготовить эссе на тему «Перспективы развития фотографий»

Тема No 3. Подходы к пониманию рекламного образа и дизайна в фотографии.

Вопросы для дискуссии:

1. Понятие и семантика рекламного образа и дизайна в фотографии.
 2. Цвет и изображение в рекламном образе и дизайне применительно к фотографии
 3. Эффективность воздействия рекламного образа и дизайна на примере фотографии.
- Задания для самостоятельной работы студентов

1. Подготовить эссе на тему «Фотография и возможности создания «универсального» рекламного послания»

Тема No 4. Фотография и современность рекламы и дизайна

Вопросы для дискуссии:

1. Практика документализма при создании фотографий и ее влияние на рекламу и дизайн.
2. Бытовое фотографирование и его использование в рекламе и дизайне.
3. Работа в сфере создания фотографий для целей рекламы и дизайна.

Задания для дискуссии

1. Подготовить эссе на тему «Современные составляющие культуры при создании фотографии для целей рекламы и дизайна»

Тема No5. Секрет графических изображений в рекламе и дизайне.

Вопросы для дискуссии:

1. Иллюстрации и фотографии как заголовки рекламного сообщения.
2. Критерии создания графической части рекламы.
3. Методы оценки эффективности дизайна иллюстрации и фотографии в рекламе.
4. Превью, эскизы, раскадровки для четкого представления фотографии в рекламе и дизайне

Задания для самостоятельной работы студентов

1. Подготовить эссе на тему «Значение пэк-шот в дизайне и рекламе»
 1. Определение фотографии.
 2. Химическая предыстория фотографии.
 3. Эксперименты послужившие основой для создания фотографии.
 4. Методы получения фотографического изображения
- Задания для самостоятельной работы обучающихся

Тема No6. Удачные рекламные образы, созданные на основе фотографий

Вопросы для дискуссии:

1. Ковбой Мальборо.
2. Рональд МакДональд.
3. Кролик Energizer.
4. Мальчик из теста

Задания для самостоятельной работы студентов

1. Подготовить эссе на тему «Основа создания эффективных рекламных образов при помощи бытовой и бизнес фотографии»

Тема No7. Люди в рекламной фотографии

Вопросы для дискуссии:

1. Шаблонные образы людей в рекламной фотографии.
2. Задачи рекламного изображения человека в фотографии.
3. Крупноплановые цифровые портреты людей в современной рекламной фотографии.
4. Использование селебритис в рекламных фотографиях.

Задания для самостоятельной работы студентов

1. Подготовить эссе на тему «Цифровые рекламные фотографии людей как основа формирования современных общественных вкусов»

Тема No8 - 9. Психология цвета в фотографиях в современной рекламе и дизайне

Вопросы для дискуссии:

1. Символика цветов на фотографии в бизнес-рекламе.

Цвет на фотографии и характер воздействия рекламы на целевые аудитории.

3. Основные приемы контроля фотографии над психическими процессами деятельности человека на благо рекламы.

Задания для самостоятельной работы студентов

1. Подготовить эссе на тему «Психология фотографии в стратегии продвижения товаров и услуг визуальными средствами»

9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ

Общие рекомендации по самостоятельной работе:

- самостоятельный поиск литературы по темам курса «Геобрендинг» в научной библиотеке РГГУ и др. ведущих библиотеках г. Москвы (РГБ, ГПИБ, ВГИБЛ), в базах данных East View (коллекция «Издания по общественным и гуманитарным наукам»), EBSCO и др. базах данных, выписанных научной библиотекой РГГУ, а также на русскоязычных и иностранных сайтах Интернета;

- самостоятельное составление собственного краткого словаря основных терминов в области развития территорий;
- самостоятельный поиск и анализ практических интерпретаций заданий для самостоятельной работы из текущих практик массовой коммуникации.

9.3. Иные материалы

Письменные работы по курсу (аналитическое задание, реферативный доклад, публичное выступление) выполняются на листах белой бумаги формата А4 (стандартная бумага для принтера). Поля – сверху, снизу и справа 2,5 см, слева 3 см. Шрифт желательно использовать стандартный, без насечек (рекомендуется гарнитура Times New Roman), кегль 12, интервал одинарный, выравнивание текста по ширине. Номера страниц внизу посередине. Они нужны везде, кроме первого (титульного) листа. Для оформления ссылок используйте функцию «сноски внизу страницы» в программе Word.

Каждый раздел работы, если он занимает несколько страниц, целесообразно начинать с новой страницы. Если раздел занимает полстраницы, новый раздел можно начать на текущей. Названия разделов выделить жирным шрифтом, выравнивать по центру.

При выставлении оценок за текст реферативного доклада учитывается: объем и качество проведенной работы с научной литературой по теме доклада, содержание и стиль изложения самого текста доклада, наличие и качество справочно-библиографического аппарата работы (ссылки на источники должны быть оформлены в соответствии с требованиями ГОСТ Р 7.0.5 – 2008), умение студента анализировать прочитанное, сравнивать различные точки зрения на проблему и аргументировать собственное мнение, оформление реферативного доклада.

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «**Фото- и видеоредакция медиаматериалов**» входит в вариативную часть блока дисциплин по выбору учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью, профиль «Связи с общественностью и коммуникативные технологии».

Цель дисциплины: формирование у студентов теоретических представлений и практических навыков по созданию и редакции медиаматериалов.

Основные задачи учебной дисциплины:

- 1) Подготовка к творческой деятельности в области конструирования медийного имиджа объектов по созданию информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью
- 2) подготовка к проектной деятельности в области разработки и реализации проектов по формированию имиджа объектов;
- 3) подготовка выпускников к авторской деятельности и технологическим решениям в области дизайна рекламных текстов

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

ПК-1. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

ПК-2. Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

Знать:

практику информационных кампаний и обеспечение их соответствующими документами для размещения в СМИ и социальных сетях.

структуру внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.

принципы отбора информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом.

Уметь: работать в различных стилях и создавать тексты с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта.

находить оптимальные стратегии внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры

находить оптимальную информацию, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами дизайна, принятым профессиональным сообществом

Владеть методологическими приемами создания текстов с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта.

выявлять конкретные возможности и особенности осуществления внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.

выявлять конкретную информацию, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме *зачета*.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единиц.

УТВЕРЖДЕНО
Протокол заседания кафедры
№ 1 от 31 августа 2020г.

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ

в рабочей программе дисциплины «Фото- и видеоредакция медиаматериалов»
по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью»
на 2020/2021 учебный год

№	Текст актуализации или прилагаемый к РПД документ, содержащий изменения	Дата	№ протокола
1	Приложение №1	31.08.20г.	№ 1

2. В п.4 «Образовательные технологии» вносятся следующие изменения.

В период временного приостановления посещения обучающимися помещений и территории РГГУ. для организации учебного процесса с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий могут быть использованы следующие образовательные технологии:

- видео-лекции;
- онлайн-лекции в режиме реального времени;
- электронные учебники, учебные пособия, научные издания в электронном виде и доступ к иным электронным образовательным ресурсам;
- системы для электронного тестирования;
- консультации с использованием телекоммуникационных средств.

2. В п.6.2 «Перечень БД и ИСС» вносятся следующие изменения.

№п /п	Наименование
1	Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2020 г. Web of Science Scopus
2	Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2020 г. Журналы Cambridge University Press ProQuest Dissertation & Theses Global SAGE Journals Журналы Taylor and Francis
3	Профессиональные полнотекстовые БД JSTOR Издания по общественным и гуманитарным наукам Электронная библиотека Grebennikon.ru
4	Компьютерные справочные правовые системы Консультант Плюс, Гарант

3. В п.7 «Состав программного обеспечения (ПО)» вносятся следующие изменения.

№п /п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое)
1	Adobe Master Collection CS4	Adobe	лицензионное
2	Microsoft Office 2010	Microsoft	лицензионное
3	Windows 7 Pro	Microsoft	лицензионное

4	AutoCAD 2010 Student	Autodesk	свободно распространяемое
5	Archicad 21 Rus Student	Graphisoft	свободно распространяемое
6	SPSS Statistics 22	IBM	лицензионное
7	Microsoft Share Point 2010	Microsoft	лицензионное
8	SPSS Statistics 25	IBM	лицензионное
9	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
10	ОС «Альт Образование» 8	ООО «Базальт СПО	лицензионное
11	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
12	Windows 10 Pro	Microsoft	лицензионное
13	Kaspersky Endpoint Security	Kaspersky	лицензионное
14	Microsoft Office 2016	Microsoft	лицензионное
15	Visual Studio 2019	Microsoft	лицензионное
16	Adobe Creative Cloud	Adobe	лицензионное
17	Zoom	Zoom	лицензионное