

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

«РЕКЛАМНЫЙ ВИДЕОПРОДУКТ»

Цель и задачи дисциплины (модуля)

Целью дисциплины «Рекламный видеопродукт» является формирование у студентов теоретических знаний основ создания рекламного видеопродукта, а также развитие творческой активности и инициативы студента в вопросах создания креативных решений в процессе профессиональной деятельности.

Задачи изучения дисциплины:

- освоение теоретических основ рекламного видео;
- изучение жанров, форм и особенностей производства рекламного видеопродукта;
- формирование представлений технических и творческих приемах рекламного видео;
- формирование навыков создания сценариев видеорекламы с использованием достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания рекламного видеопродукта;
- формирование профессиональных навыков в области рекламного видеопродукта.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы

Код и наименование компетенции(ий) выпускника	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ИОПК 1.1. Имеет представление об особенностях знаковых систем. ИОПК 1.2. Создает востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского языка. ИОПК 1.3. Создает востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами иностранного языка.	Знать: основы и характерные особенности технического и содержательного качества рекламного видеопродукта. Уметь: анализировать особенности видеороликов на соответствие нормам рекламного медиапродукта; анализировать техническое исполнение и содержательную составляющую рекламного видеопродукта. Владеть: навыками создания идеи медиапродукта в соответствии с нормами рекламного видео.

Код и наименование компетенции(ий) выпускника	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ИОПК 3.1. Имеет представление о многообразии достижений отечественной и мировой культуры. ИОПК 3.2. Использует достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.	Знать: специфику использования достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания рекламного видеопродукта. Уметь: анализировать уместность использования достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания рекламного видеопродукта. Владеть: навыками использования достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания рекламного видеопродукта.

Содержание дисциплины (модуля)

Наименование тем (разделов)
Тема 1. Видеоролик как рекламный видеопродукт
Тема 2. Общие требования к технологическому процессу производства видеорекламы
Тема 3. Креативная основа рекламного видеопродукта
Тема 4. Искусство и культура в рекламном видео

Форма контроля – зачет с оценкой.