

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

**«Российский государственный гуманитарный университет»  
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)**

ИНСТИТУТ МАССМЕДИА И РЕКЛАМЫ

ФАКУЛЬТЕТ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Кафедра теории и практики общественных связей

**ПРОИЗВОДСТВО АУДИОВИЗУАЛЬНОГО КОНТЕНТА**

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

**42.03.01 – Реклама и связи с общественностью**

*Код и наименование направления подготовки/специальности*

**Конструирование инновационного медиапродукта**

*Наименование направленности (профиля)/ специализации*

Уровень высшего образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очно-заочная*

РПД адаптирована для лиц  
с ограниченными возможностями  
здоровья и инвалидов

Москва 2024

*Производство аудиовизуального контента*

*Рабочая программа дисциплины*

*Составитель(и):*

*Д. культурологии, доцент, профессор кафедры теории и практики общественных связей  
Дзякович Е.В.*

.....

*Ответственный редактор*

*доктор. филос. наук, профессор С.В.Клягин*

.....

**УТВЕРЖДЕНО**

**Протокол заседания кафедры теории  
и практики общественных связей**

**№ 7 от 16.03.2024г.**

## ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка.....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
1.1. Цель и задачи дисциплины .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы ....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
2. Структура дисциплины.....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
3. Содержание дисциплины .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
4. Образовательные технологии .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
5. Оценка планируемых результатов обучения.....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
5.1 Система оценивания .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
5.2 Критерии выставления оценки по дисциплине	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
5.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
<b>Закладка не определена.</b>	
6.1 Список источников и литературы .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». ..	11
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины .....	11
8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
9. Методические материалы.....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
9.1 Планы семинарских/ практических/ лабораторных занятий	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
<b>Закладка не определена.</b>	
9.2 Методические рекомендации по подготовке письменных работ .....	14
9.3 Иные материалы.....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
Приложение 1. Аннотация дисциплины .....	17

## 1. Пояснительная записка

### 1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины – обучение принципам, методам и приемам производства аудиовизуального контента.

Задачи:

- познакомить студентов с базовыми моделями организации производства аудиовизуального контента и выработать навыки их применения на практике;
- дать представление об организации процесса производства креативной рекламы как неотъемлемой части аудиовизуального контента, сформировать представление о «визуальном повороте» как современном социокультурном феномене.
- дать представление о критериях оценки эффективности аудиовизуального контента.

### 1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, 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	<i>Знать:</i> основные формы организации творческого процесса; основные каналы коммуникации, используемые в современном мире; особенности креативного подхода к созданию контента. <i>Уметь:</i> анализировать аудиовизуальный контент на современном этапе и выработать рекомендации по совершенствованию данной работы; определять эффективность созданного в рамках медиапроектирования аудиовизуального контента. <i>Владеть:</i> базовыми методами и технологиями создания аудиовизуального контента.
ПК-3. Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн	ПК-3.2. При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде.	<i>Знать:</i> основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде. <i>Уметь:</i> применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций при разработке и создании аудиовизуального контента.

коммуникаций		<i>Владеть:</i> основными приемами и технологиями создания аудиовизуального контента.
	ПК-3.4. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта.	<i>Знать:</i> основные технологии организации цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта. <i>Уметь:</i> применять в профессиональной деятельности основные технологические методы организации цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта. <i>Владеть:</i> основными приемами и технологиями создания цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта.

### 1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Производство аудиовизуального контента» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока дисциплин учебного плана.

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: «Основы теории медиа», «Методы творческого мышления и инновационных решений», «Анализ и прогноз развития коммуникационных индустрий», «Медиакомпетентность в современном обществе».

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин: «Ресурсное обеспечение медиапроектов», «Разработка креативной концепции медиапродукта», «Коммуникационная аналитика» и прохождения практик.

## 2. Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 академических часов.

### Структура дисциплины для очно-заочной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
VII	Лекции	<b>8</b>
VII	Семинары	<b>16</b>
Всего:		<b>42</b>

Объем дисциплины в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 84 академических часов.

### 3. Содержание дисциплины:

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	Знак и смысл: специфика в аудиовизуальном продукте	<p>Знаковые системы в рекламе. Знак и символ в рекламе. Знаковость аудиовизуального контента рекламы как основа специфики ее производства и использования.</p> <p>Знаковые системы: вопросы истории, общая характеристика, функциональное наполнение, диапазон практического применения.</p> <p>Виды знаков. Вербальный знак. Аудиальный знак. Визуальный знак.</p>
2	«Визуальный поворот» как основа восприятия аудиовизуального контента	<p>Понятие визуальной культуры. «Визуальный поворот» как смена парадигмы восприятия повседневности (от лингвистического поворота – к визуальному повороту). Концепция «новой визуальности» в рекламе.</p> <p>Окуляроцентризм в психологии восприятия аудиовизуального контекста.</p> <p>Визуальная метафора в аудиовизуальном контенте.</p> <p>Р.Барт, Ж.Бодрияр, Ю.М. Лотман о визуальной культуре. Визуальная антропология.</p> <p>Креативный бриф. Принципы формирования эффективного брифа при разработке аудиовизуального контента.</p>
3	Методы и технологии повышения эффективности аудиовизуального контента	<p>Критерии оценивания эффективности аудиовизуального контента. Реклама и продвижение аудиовизуального контента: специфика и технологии. Ориентация на целевую аудиторию в разработке аудиовизуального контента. Сегментация и таргетинг в продвижении аудиовизуального контента. Копирайтинг аудиовизуального контента. Выбор стиля и структуры рекламного текста.</p> <p>Критерии отбора средств воздействия в разработке аудиовизуального контента. Основные аспекты оценивания аудиовизуального контента. Количество просмотров и репостов как один из методов оценки эффективности аудиовизуального контента.</p> <p>Креативные характеристики аудиовизуального контента.</p>

### 4. Образовательные технологии

Для проведения учебных занятий по дисциплине используются различные образовательные технологии. Для организации учебного процесса может быть использовано электронное обучение и (или) дистанционные образовательные технологии.

№ п/п	Наименование раздела	Виды учебной работы	Образовательные и информационные технологии
1	2	3	4
1.	Знак и символ: специфика в аудиовизуальном продукте	Лекция 1. Знак и символ: специфика в аудиовизуальном продукте  Семинар 1. Знак и символ: специфика в аудиовизуальном продукте  Самостоятельная работа	Вводная лекция с использованием видеоматериалов  Интеллект-карта, работа с кейсами  Подготовка к занятию с использованием электронного курса лекций
2.	«Визуальный поворот» как основа восприятия аудиовизуального контента	Лекция 2. «Визуальный поворот» как основа восприятия аудиовизуального контента  Семинар 2. «Визуальный поворот» как основа восприятия аудиовизуального контента  Самостоятельная работа	Вводная лекция с использованием видеоматериалов  Презентация проекта  Подготовка к занятию с использованием электронного курса лекций
3.	Методы и технологии повышения эффективности аудиовизуального контента	Лекция 3. Методы и технологии повышения эффективности аудиовизуального контента  Семинар 3. Методы и технологии повышения эффективности аудиовизуального контента  Самостоятельная работа	Вводная лекция с использованием видеоматериалов          Итоговая презентация

## 5. Оценка планируемых результатов обучения

### 5.1. Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- опрос	5 баллов	5 баллов
- выполнение заданий на занятии	5 баллов	30 баллов
- контрольная работа (темы 1-2)	25 баллов	25 баллов
Промежуточная аттестация –зачет с оценкой (собеседование по вопросам)		40 баллов
<b>Итого за семестр</b>		<b>100 баллов</b>

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/ A,B	«отлично»/ «зачтено (отлично)»/ «зачтено»	Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. 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. Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе. Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».
82-68/ C	«хорошо»/ «зачтено (хорошо)»/ «зачтено»	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. Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе. Оценка по дисциплине выставляется



Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		<p>обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D,E	«удовлетворительно»/ «зачтено (удовлетворительно)»/ «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> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F,FX	«неудовлетворительно» / не зачтено	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

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

#### Оценочные средства текущего контроля

В соответствии с учебным планом в структуре учебной дисциплины ««Производство аудиовизуального контента» предусмотрены две текущие аттестации.

Форма текущего контроля: творческие задания.

***Контрольная работа: выполнение творческих заданий***

1. Придумайте и перечислите как можно больше свойств следующих товаров: яблоки, мед, автомобиль, книга, микрофон, сок, телефон, корм для животного, животное, компьютерная программа, кухонный гарнитур, кофе. Какие из перечисленных вами свойств являются типичными, а какие оригинальными? Как можно рекламировать эти свойства в рекламном аудиовизуальном тексте?
2. Вы — владелец небольшой компании, выпускающей качественные спички. Вы обращаетесь в небольшое агентство, славящееся своим творческим потенциалом, с тем, чтобы оно в течение года занималось рекламой вашей продукции. За последний год вы получили неплохой доход и теперь впервые хотите истратить некоторую сумму денег на рекламу своей продукции. Составьте сценарий аудиовизуального рекламного ролика.
3. Приведите примеры неудачных рекламных аудиовизуальных роликов. Объясните свой ответ. Предложите свой вариант сценария аудиовизуального рекламного ролика с учетом допущенных ошибок.
4. Составьте аудиовизуальный рекламный и PR-текст для одной и той же фирмы. Обоснуйте, в чем их принципиальная разница? Какова их структура? Какие использованы элементы?

**Оценочные материалы для промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине**

***Перечень вопросов для промежуточной аттестации (зачет с оценкой)***

1. Знаковые системы в рекламе. Знак и символ в рекламе.
2. Знаковость аудиовизуального контента рекламы как основа специфики ее производства и использования.
3. Знаковые системы: вопросы истории, общая характеристика, функциональное наполнение, диапазон практического применения.
4. Виды знаков. Вербальный знак. Аудиальный знак. Визуальный знак.
5. Понятие визуальной культуры.
6. «Визуальный поворот» как смена парадигмы восприятия повседневности (от лингвистического поворота – к визуальному повороту).
7. Концепция «новой визуальности» в рекламе.
8. Окуляроцентризм в психологии восприятия аудиовизуального контекста.
9. Визуальная метафора в аудиовизуальном контенте.
10. Р.Барт, Ж.Бодриар, Ю.М. Лотман о визуальной культуре.
11. Визуальная антропология.
12. Креативный бриф. Принципы формирования эффективного брифа при разработке аудиовизуального контента.
13. Критерии оценивания эффективности аудиовизуального контента.
14. Реклама и продвижение аудиовизуального контента: специфика и технологии.
15. Ориентация на целевую аудиторию в разработке аудиовизуального контента.
16. Сегментация и таргетинг в продвижении аудиовизуального контента.
17. Копирайтинг аудиовизуального контента. Выбор стиля и структуры рекламного текста.
18. Критерии отбора средств воздействия в разработке аудиовизуального контента. Основные аспекты оценивания аудиовизуального контента.
19. Количество просмотров и репостов как один из методов оценки эффективности аудиовизуального контента.

20. Креативные характеристики аудиовизуального контента.

## **6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

### **6.1. Список источников и литературы**

#### **Литература**

##### **Основная:**

1. Кириллова, Н. Б. Аудиовизуальное творчество: учебное пособие / Н. Б. Кириллова; Институт образовательных стратегий; Уральский государственный педагогический университет. – Екатеринбург: [б. и.], 2021. – 1 CD-ROM. – Текст: электронный.
2. Кульчицкая, Д. Ю. Новые медиа в глобальном мире : учебное пособие для студентов вузов / Д. Ю. Кульчицкая. - Москва : Аспект Пресс, 2021. - 141 с. - ISBN 978-5-7567-1133-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1688266>
3. Брэдли, Э. Социальная организация: Как с помощью социальных медиа задействовать коллективный разум ваших клиентов и сотрудников / Э. Брэдли, М. Макдоналд. - Москва : Альпина Пабли, 2015. - 248 с. - ISBN 978-5-9614-5078-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2034545>

##### **Дополнительная:**

1. Петренко Д.И., Штайн К.Э. Лингвистическая и визуальная антропология. – Ростов-на-Дону: «Полиграф-Сервис», 2020. – 488 с.
2. Кузнецов, П. А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии : пособие / П. А. Кузнецов. - 3-е изд. - Москва : Дашков и К, 2021. - 131 с. - ISBN 978-5-394-04258-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1232028>
3. Данилов, В. А. Психология социальных коммуникаций и рекламы : в 2 ч. Ч. 2. Теория и практика медиapsихологии и психологии PR : учебное пособие / В. А. Данилов, А. В. Тараканов. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2023. - 190 с. - ISBN 978-5-394-05454-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2041745>

### **6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».**

Национальная электронная библиотека (НЭБ) [www.rusneb.ru](http://www.rusneb.ru)  
ELibrary.ru Научная электронная библиотека [www.elibrary.ru](http://www.elibrary.ru)  
Электронная библиотека Grebennikon.ru [www.grebennikon.ru](http://www.grebennikon.ru)

### **6.3. Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы**

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.rsuh.ru/ru/bases>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

## **7. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Состав программного обеспечения:

1. Windows
2. Microsoft Office

Профессиональные полнотекстовые базы данных:

1. Национальная электронная библиотека (НЭБ) [www.rusneb.ru](http://www.rusneb.ru)
2. ELibrary.ru Научная электронная библиотека [www.elibrary.ru](http://www.elibrary.ru)
3. Электронная библиотека Grebennikon.ru [www.grebennikon.ru](http://www.grebennikon.ru)

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

## **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 семинарских занятий**

#### **Тема 1. Знак и символ: специфика в аудиовизуальном продукте**

##### **Учебные задания:**

1. Знаковые системы в рекламе. Знак и символ в рекламе. Знаковость аудиовизуального контента рекламы как основа специфики ее производства и использования.
2. Знаковые системы: вопросы истории, общая характеристика, функциональное наполнение, диапазон практического применения.
3. Виды знаков. Вербальный знак. Аудиальный знак. Визуальный знак.

#### **Тема 2. «Визуальный поворот» как основа восприятия аудиовизуального контента**

##### **Учебные задания:**

1. Понятие визуальной культуры. «Визуальный поворот» как смена парадигмы восприятия повседневности (от лингвистического поворота – к визуальному повороту). Концепция «новой визуальности» в рекламе.
2. Окулярцентризм в психологии восприятия аудиовизуального контекста.
3. Визуальная метафора в аудиовизуальном контенте.
4. Р.Барт, Ж.Бодриар, Ю.М. Лотман о визуальной культуре. Визуальная антропология.
5. Креативный бриф. Принципы формирования эффективного брифа при разработке аудиовизуального контента.

#### **Тема 3. Методы и технологии повышения эффективности аудиовизуального контента**

##### **Учебные задания:**

1. Критерии оценивания эффективности аудиовизуального контента. Реклама и продвижение аудиовизуального контента: специфика и технологии.
2. Ориентация на целевую аудиторию в разработке аудиовизуального контента. Сегментация и таргетинг в продвижении аудиовизуального контента. Копирайтинг аудиовизуального контента.
3. Выбор стиля и структуры рекламного текста.

4. Критерии отбора средств воздействия в разработке аудиовизуального контента. Основные аспекты оценивания аудиовизуального контента. Количество просмотров и репостов как один из методов оценки эффективности аудиовизуального контента.
5. Креативные характеристики аудиовизуального контента.

## **9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ**

### *Структура и содержание доклада по результатам исследовательской работы*

Минимальный объем доклада – 10 стр. Структура доклада: титульный лист (1 стр.), содержание (1 стр.), введение (1 стр.), основная часть (3 раздела), заключение (1 стр.), список использованной литературы и источников (не менее 10 работ).

Во введении обосновывается актуальность темы, объект и предмет, цель и три задачи исследования, теоретическое (классические и новые концепции) и эмпирическое (первичная и вторичная информация) основания для раскрытия темы.

Основная часть доклада состоит из трех разделов. В первом разделе определяется степень разработанности темы в литературе, обзор теоретического основания и обоснование выбора автором концепции для раскрытия темы.

Во втором разделе дается описание актуального состояния объект-предметного поля темы исследования на основе эмпирических данных; делаются выводы о соответствии или несоответствии теоретических представлений и эмпирических данных.

В третьем разделе анализируется материал, собранный автором для изучения конкретного примера по теме доклада; обосновываются рекомендации по развитию исследования феномена практики или по совершенствованию решений (управленческих, технологических, проектных или продуктовых) для медиакоммуникаций в современных условиях.

В заключении обосновывается мнение автора, раскрывающее тему доклада, и указывается теоретическая и практическая значимость полученного результата исследования для профессиональной подготовки по направлению «Реклама и связи с общественностью».

В список использованной литературы и источников включаются только те публикации, на которые есть ссылка в тексте доклада. Список формируется в алфавитном порядке и имеет сквозную нумерацию от первой до последней работы. Электронные ресурсы размещаются в общем ряду с текстами. Литература на иностранном языке размещается в конце списка. Публикации одного автора ставятся по годам от ранних к поздним.

В приложение выносятся все не созданные автором иллюстрации, схемы, таблицы и другие материалы – указывается ссылка на источник информации после заголовка приложения.

### **Правила оформления доклада.**

Доклад выполняется на листах бумаги формата А4. Поля – сверху, снизу и справа 2,5 см, слева 3 см. Шрифт Times New Roman, кегль 14, интервал полуторный, выравнивание текста по ширине. Номера страниц вверху посередине – ставятся везде, кроме первого (титульного) листа.

Оформление производится по общим правилам ГОСТ 7.32-2017 «Отчет по научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления», где в пункте 6.9 указывается: «Порядковый номер ссылки (отсылки) приводят арабскими цифрами в квадратных скобках в конце текста ссылки. Порядковый номер библиографического описания источника в списке использованных источников соответствует номеру ссылки».

Каждая часть работы (содержание, введение, заключение, список использованных источников и литературы, приложение) и каждый раздел основной части доклада начинается с новой страницы. Названия частей работы («Содержание», «Введение», «Заключение», «Список использованных источников и литературы», «Приложение») и разделов основной части доклада («Раздел 1. Название») выделяется жирным шрифтом, выравнивание по центру.

### *Структура и содержание доклада по результатам проектной работы*

Минимальный объем доклада – 10 стр. Структура доклада: титульный лист (1 стр.), содержание (1 стр.), введение (1 стр.), основная часть (3 раздела), заключение (1 стр.), список использованных источников и литературы (не менее 10 работ), приложение.

Во введении обосновывается актуальность темы, объект и предмет, цель и три задачи проектной работы, теоретическое (классические и новые концепции) и эмпирическое (первичная и вторичная информация) основания для выполнения проектной работы.

Основная часть проектной работы состоит из трех разделов:

В первом разделе определяются основания для разработки проектного решения – обзор теоретического основания и актуального состояния объект-предметного поля на основе эмпирических данных; формулируется идея (гипотеза) проекта, указывается выбранное автором направление разработки – стратегическое решение, креативное решение или решение по медиаизмерениям.

Во втором разделе предлагается описание модели проектной деятельности для реализации выдвинутой идеи (гипотезы) проекта – планирование содержания работ, ресурсов и времени проекта; выбор способа проверки реализуемости идеи (гипотезы) проекта (например, экспертиза, эксперимент или тест); выводы по практическому применению планируемых результатов проекта для решения профессиональных задач в современных рекламных и PR-коммуникациях.

В третьем разделе – разработка решений для выбранного обучающимся вида работ: для стратегических решений – это модели деятельности и образцы управленческой документации (например, коммуникационная стратегия); для креативных решений – это презентационные материалы и образцы контента (прототипы медиапродуктов); для медиаизмерений – это процедуры измерений, анализа и интерпретации.

В список использованной литературы и источников включаются только те публикации, на которые есть ссылка в тексте доклада. Список формируется в алфавитном порядке и имеет сквозную нумерацию от первой до последней работы. Электронные ресурсы размещаются в общем ряду с текстами. Литература на иностранном языке размещается в конце списка. Публикации одного автора ставятся по годам от ранних к поздним.

В приложение выносятся все не созданные автором иллюстрации, схемы, таблицы и другие материалы – указывается ссылка на источник информации после заголовка приложения.

Обязательно в приложении размещаются базовые документы проекта – паспорт, план и отчет.

#### Правила оформления доклада.

Доклад выполняется на листах бумаги формата А4. Поля – сверху, снизу и справа 2,5 см, слева 3 см. Шрифт Times New Roman, кегль 14, интервал полуторный, выравнивание текста по ширине. Номера страниц вверху посередине – ставятся везде, кроме первого (титульного) листа.

Оформление производится по общим правилам ГОСТ 7.32-2017 «Отчет по научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления», где в пункте 6.9

указывается: «Порядковый номер ссылки (отсылки) приводят арабскими цифрами в квадратных скобках в конце текста ссылки. Порядковый номер библиографического описания источника в списке использованных источников соответствует номеру ссылки».

Каждая часть работы (содержание, введение, заключение, список использованных источников и литературы, приложение) и каждый раздел основной части доклада начинается с новой страницы. Названия частей работы («Содержание», «Введение», «Заключение», «Список использованных источников и литературы», «Приложение») и разделов основной части доклада («Раздел 1. Название») выделяется жирным шрифтом, выравнивание по центру.



## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

*Цель* дисциплины «Производство аудиовизуального контента» – обучение принципам, методам и приемам производства аудиовизуального контента.

*Задачи:*

- познакомить студентов с базовыми моделями организации производства аудиовизуального контента и выработать навыки их применения на практике;
- дать представление об организации процесса производства креативной аудиовизуального контента, сформировать представление о «визуальном повороте» как современном социокультурном феномене.
- дать представление о критериях оценки эффективности аудиовизуального контента.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

*Знать:* основные формы организации творческого процесса; основные каналы коммуникации, используемые в современном мире; особенности креативного подхода к созданию контента; основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде; основные технологии организации цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта.

*Уметь:* анализировать аудиовизуальный контент на современном этапе и выработать рекомендации по совершенствованию данной работы; определять эффективность созданного в рамках медиапроектирования аудиовизуального контента; применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций при разработке и создании аудиовизуального контента; применять в профессиональной деятельности основные технологические методы организации цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта.

*Владеть:* базовыми методами и технологиями создания аудиовизуального контента; основными приемами и технологиями создания аудиовизуального контента; основными приемами и технологиями создания цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта.