Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Баскакова Наталья Ивановна
Должность: Ректор
Дата подписания: 09.02.2024 15:29:38
Уникальный программный ключ:
9dc4f904b97d8bf18fd5ed4040135cc3d02568ad

Бюджетное образовательное учреждение высшего образования Чувашской Республики «Чувашский государственный институт культуры и искусств» Министерства культуры, по делам национальностей и архивного дела Чувашской Республики

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета культуры
БОУ ВО «ЧГИКИ»
Минкультуры Чувашии
_____ Илларионова Л.В.
30 июня 2023 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля)

Б1.В.02.ДВ.01.02

Рекламная фотография
Б1.В.02 Профессиональный модуль

Направление подготовки
51.03.02 Народная художественная культура

Профиль
Руководство студией кино-, фото-, видеотворчества

Уровень образования
Высшее образование – бакалавриат

Квалификация
Бакалавр

Форма обучения
Заочная

Чебоксары
2023 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 51.03.02 Народная художественная культура, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 06 декабря 2017 № 1178 и ОПОП ВО по направлению подготовки 51.03.02 Народная художественная культура.

Рабочая программа дисциплины (модуля) предназначена для студентов 3 курса заочной формы обучения направления подготовки 51.03.02 Народная художественная культура, направленность (профиль) Руководство студией кино-, фото-, видеотворчества.

Программа одобрена на заседании кафедры гуманитарных и социально-экономических дисциплин от 27 июня 2023 года, протокол № 11.

Подписи:

Автор Э.О. Кранк

Зав. кафедрой ГСЭД Э.В. Фомин

Содержание

1. Цель и задачи дисциплины……4
2. Место дисциплины в структуре образовательной программы……...4
3. Требования к результатам освоения дисциплины……...4
4. Объем дисциплины и виды учебной работы……5
5. Содержание дисциплины……..5
5.1. Разделы дисциплин и виды занятий……...5
5.2. Содержание разделов дисциплины……6
5.3. Тематика практических занятий……7
5.4. Самостоятельная работа студентов……...8
6. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенции……...9
6.1. Краткая характеристика процедуры реализации текущего и промежуточного контроля для оценки компетенций обучающихся……...9
6.2. Критерии оценивания знаний, обучающихся по дисциплине…….....10
6.3. Формирование балльно-рейтинговой оценки работы обучающихся……...10
6.4. Критерии оценивания работы обучающегося по итогам семестра……...11
7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины……11
8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)……12
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины……..13

1. Цель и задачи дисциплины

Целью освоения дисциплины «Рекламная фотография» является овладение специальной терминологией и приобретение практических навыков рекламной фотографии, а также формирование у обучающихся целостного представления о фото проектах, овладение умениями и навыками, необходимыми для обоснования решений в сфере рекламной фотографии.

Задачи:

- познакомиться с основами рекламной фотографии;
- рассмотреть рынок рекламной фотографии и его субъекты;
- изучить особенности выполнения рекламной фотографии.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Рекламная фотография» является дисциплиной профессионального модуля части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1. Дисциплины (модули) основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата по направлению подготовки 51.03.02 Народная художественная культура, направленность (профиль) Руководство студией кино-, фото-, видеотворчества, заочной формы обучения (Б1.В.02.ДВ.01.02 Рекламная фотография). Изучается в 5,6 семестре.

Дисциплина опирается на результаты обучения, сформированные в рамках ряда дисциплин учебного плана, изученных обучающимися в предыдущих семестрах: Аудиовизуальные технологии, История и теория аудиовизуальных искусств.

Освоение дисциплины является необходимой основой для последующего изучения дисциплин «Техника фотопечати» (УК-8, ОПК-2), «Фотомастерство» (УК-1, УК-6), «Специальные виды съемки и обработки материалов» (УК-8, ОПК-2).

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Освоение данной дисциплины нацелено на освоение следующих образовательных результатов (ОР):

Компетенция и индикаторы ее достижения в дисциплине	Образовательные результаты (этапы формирования компетенции)		
	теоретический знает	модельный умеет	практический владеет
Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач (УК-1) ИУК-1.3. Выявляет степень доказательности различных точек зрения на поставленную задачу в рамках научного мировоззрения.	параметры информации как совокупности элементов, их свойства, особенности развития информационной системы, ее современное состояние и перспективы развития	формулировать цели поиска и анализа информации, выбирать ее источники; выделять в ней существенные моменты, резюмировать; сравнивать сведения, полученные из разных источников; выявлять связи и зависимости между элементами системы, функции и роли элементов в ней; сравнивать свойства системы и ее элементов, выявлять качественные изменения свойства при объединении элементов в систему; проверять достоверность информации; устанавливать внутренние и внешние противоречия; сопоставлять рассматриваемые объекты с другими, выявлять преимущества и недостатки;	информационно-коммуникационными технологиями для поиска информации, методами и средствами познания для интеллектуального развития и профессиональной компетентности

		формулировать выводы по результатам анализа информации	
Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни (УК-6) ИУК-6.2. Создает и достраивает индивидуальную траекторию саморазвития при получении профессионального образования.	основы менеджмента времени, логику выстраивания и реализации программы саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни, потребности рынка труда	оценивать уровень саморазвития в различных сферах жизнедеятельности, определять трудоемкость выполнения учебных работ и резервов времени, выбирать приоритеты в собственной учебной работе и направления профессиональной деятельности	методами планирования собственной учебной работы с учетом своих психофизиологических особенностей

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Номер семестра	Учебные занятия				Консультация	Самостоятельная работа, ч.	Контроль, ч	Форма промежуточной аттестации
	Всего		Лекции, час	Практические занятия, час				
	Трудоемкость							
	Зачетные единицы	Часы						
5	2	72	2	6	-	64	-	-
6	2	72	2	6	-	60	4	зачет с оценкой
Итого	4	144	4	12	-	124	4	зачет с оценкой

5. Содержание дисциплины

5.1. Разделы дисциплин и виды занятий

№ раздела	Наименование раздела	Всего, (час)	Количество часов по формам организации обучения			
			Лекционные занятия	Практические занятия	Консультация	Самостоятельная работа
1.	Психология рекламы	24	1	2	-	20
2.	Типология фоторекламы	24	1	2	-	22
3.	Работа над видеоспотом	24	-	2	-	22
4.	Радиореклама	24	1	2	-	22
5.	Некоторые особые виды рекламы	24	-	2	-	20
6.	Анонсы и имидж вещательной организации	24	1	2	-	22
	ИТОГО	144	4	12	-	128

5.2. Содержание разделов дисциплины

Раздел 1. Психология рекламы

Психологическое воздействие рекламы на потребителей. Товары функциональные, гедонистические и престижные. Суггестия – убеждение на эмоциональной основе. Формула АИДА: внимание – интерес - желание – действие. Мотивационный анализ. Обыгрывание в телерекламе положительных эмоций. «Приятные чувства от ассоциации с приятными вещами». «Возврат к переживаниям детского возраста». Животные в рекламе. Продажа символов людям, стремящимся повысить свое положение в обществе. Функции и границы использования юмора. «Негативные апелляции». Нагнетание и снятие напряжения через рекламируемый товар (услугу). Шокирующие ситуации. Средства борьбы с внутренними антипатиями. Роль цвета в телерекламе. Идентификация и конформизм. Имидж и стереотипы. Национальные стереотипы, стереотипное изображение женщин и мужчин, обыгрывание «патриотического фона». Пропуск рекламы зрителям – «эппинг». «Непропускаемая реклама»: громкость и необычность звука, изощренная компьютерная графика, спецэффекты. Скрытая реклама и «размещение товаров в передачах» с целью удешевления производства и повышения реализма передач. Подсознательная (сублиминальная) реклама и ее недопустимость.

Раздел 2. Типология фоторекламы

Фотореклама как особый вид фототворчества и прикладной фотографии. Синтез эстетических и маркетинговых функций в фоторекламе. Виды фоторекламы. Рекламный фотонатюрморт. Использование в рекламе портрета, пейзажа и жанровой фотографии. Эстетические требования к фоторекламе. Изобразительные средства и приемы в фоторекламе. Технические приемы фоторекламы. Фотооборудование, свет, оснащение съемочного павильона т.п. Взаимодействие фотографа и заказчика. Общая концепция рекламного предложения и ее воплощение в фоторекламе.

Раздел 3. Работа над видеоспотом

Распределение обязанностей между сценаристом, художественным директором, режиссером и продюсером. Изучение исходной информации, полученной от рекламодателя. Рождение замысла и его развитие. Выбор приема. Продолжительность спота. Рекламный сериал с общими персонажами. «Расколотый спот». Двухколенчатая форма сценария. Соотношения звукового ряда с видеорядом. Совпадение текста и изображения при демонстрации главного свойства товара. Правило «не рассказывать, а показывать». Сториборд, или раскадровка. Использование оператором раскадровки как съемочного сценария. Производственная записка к покадровому плану. Спецификации на реквизит. Продюсер - посредник между рекламодателем и творческой группой. Отчеты о ходе работы над спотом. Фотосценарий как средство промежуточного контроля над выполнением заказа. Темп и создание настроения в видеоспоте. Оптимальное число сцен и нужное число слов. Многократное напоминание марки товара или названия фирмы. Призыв к действию в финале. Акцент на качество товара в национальной рекламе и на цене – в местной. Музыка как фон дикторского текста. Рекламный куплет – джингл. Порядок показа оригинальной музыки для рекламы. Расчет стоимости видеоспота по показателям: труппа, декорации, аренда студии, освещение, пленка, оптические спецэффекты, внестудийные съемки, монтаж, подготовление копий, транспортные расходы, гонорары съемочной группы. Отчисления в налоговый фонд и страхование. Необходимость тщательной предварительной работы в досъемочный период. План - график съемок. Примерные расходы на производство зарубежных и отечественных спотов. Цены на киноклипы и продажная цена секунды компьютерного ролика. Способы удешевления рекламного производства на местной студии (место съемок, сотрудничество с заказчиком, использование фильмотеки, слайдов). Повторный показ видеоспота. Оптимальное положение в телепрограмме.

Раздел 4. Радиореклама

Основные элементы аудиорекламы – слово, шумовые эффекты и музыка. Радио – «театр воображения». Форма сценария радиорекламы. Структура аудиоспота: интродукция, основная часть, рекламный призыв. Необходимость частого повторения аудиоспота. Типы аудиорекламы: прямая реклама, диалог, драматизация и музыкальная реклама. Способы придания естественности рекламному диалогу. Комбинация приемов. Юмор в радиорекламе. «Эффекты подслушивания» как способ активизации внимания слушателя. Другие способы привлечения внимания. Зависимость стиля рекламы от профиля радиостанции и характера рекламного продукта. Расчет продолжительности аудиоспота. «Живьем» или в записи. Производство радиорекламы на станции или в рекламном агентстве. Особенности режиссера. Критерии оценки аудитории.

Раздел 5. Некоторые особые виды рекламы

Политическая радио – и телереклама в предвыборных компаниях за рубежом. Четыре этапа создания имиджа кандидата на выборную должность: 1) «идентификационные» клипы, 2) аргументационная фраза, 3) «атака на соперников», 4) «высказывания о будущем». Регулирование негативной рекламы относительно соперников. Создание имиджа политического деятеля средствами радио и телевидения. Социальная. (благотворительная) реклама, направленная на «решение проблем» (против алкоголизма, наркомании, курения). Экологическая реклама. Платные объявления общественных организаций. Армейская и правительственная реклама. Телешопинг- прямая продажа товаров по кабельному и эфирному ТВ. Телешопинг в США и Европе. Инфореклама-информационно – рекламные передачи о товарах и услугах. Маскировка инфорекламы под информационные и познавательные шоу. Инфорекламные студии. Реклама платных услуг, заказываемых по телефону (США).

Раздел 6. Анонсы и имидж вещательной организации

Продвижение радио- и телепередач к аудитории – «промоушн». Организация саморекламы на национальном и местном уровне, расходы на «промоушн» в условиях конкуренции. Эфирная самореклама – «у себя дома» по статье «расходы». Логотипы телеканала и позывные радиостанций. Рекламный девиз. Анонсирование теленовостей и документальных выпусков. Участие в них тележурналистов. Текстовые анонсы – задирки. Клиповые анонсы. Реклама общественно-политических журналов в целом и посюжетно. Выбор места анонса в программе, частота анонса. Проблема инсценированных сюжетов для анонса. Анонсирование развлекательных передач и кинофильмов на видеоклипах. Обеспечение адресной направленности анонса. Оптимальное место в программе. Появление кабельных анонсовых программ за рубежом. Участие рекламодателей в кампаниях «промоушн». Имидж телеканала в целом. Использование рекламных агентств в разработке кампании, предшествующей запуску нового канала. Корректировка образа и напоминающая реклама. Массированная реклама при обновлении расписания.

5.3. Тематика практических занятий

Название раздела	Тематика практических занятий	Трудоемкость, часы
Психология рекламы	Вопросы для обсуждения: 1. Планирование рекламы и маркетинг 2. Пилотажное исследование рекламной кампании. 3. Рекламная кампания как система мероприятий.	2
Типология фоторекламы	Вопросы для обсуждения: 1. Виды и типы фоторекламы. 2. Специфика эстетического языка фоторекламы. 3. Рекламная кампания как система мероприятий.	2
Работа над видеоспотом	Вопросы для обсуждения: 1. Сториборд, или раскадровка. 2. Фотосценарий как средство промежуточного контроля над выполнением заказа.	2

	3. Примерные расходы на производство зарубежных и отечественных спотов.	
Радиореклама	Вопросы для обсуждения: 1. Форма сценария радиорекламы. 2. Структура аудиоспота: интродукция, основная часть, рекламный призыв. Необходимость частого повторения аудиоспота. 3. «Эффекты подслушивания» как способ активизации внимания слушателя.	2
Некоторые особые виды рекламы	Вопросы для обсуждения: Социальная. (благотворительная) реклама, направленная на «решение проблем» (против алкоголизма, наркомании, курения). Экологическая реклама. Платные объявления общественных организаций. Армейская и правительственная реклама. Телешопинг- прямая продажа товаров по кабельному и эфирному ТВ. Телешопинг в США и Европе. Инфореклама- информационно – рекламные передачи о товарах и услугах. Маскировка инфорекламы под информационные и познавательные шоу. Инфорекламные студии.	2
Анонсы и имидж вещательной организации	Вопросы для обсуждения: Продвижение радио- и телепередач к аудитории – «промоушн». Организация саморекламы на национальном и местном уровне, расходы на «промоушн» в условиях конкуренции. Рекламные кампании «вне эфира» - в специализированной и общей прессе, подарки и сувениры с эмблемой станции, прямая почтовая рассылка.	2
ИТОГО		**12**

5.4. Самостоятельная работа студентов

№ п/п	Содержание раздела	Виды СРС		Объем (час.)	Формы контроля*
		обязательные	дополнительные		
1	Психология рекламы	подготовка к практическим занятиям, докладам с презентациями	Чтение дополнительной литературы	30	Проверка заданий, презентационные материалы, устный опрос, дискуссия
2	Типология фоторекламы	подготовка к практическим занятиям, докладам с презентациями	Чтение дополнительной литературы	28	Проверка заданий, презентационные материалы, устный опрос, дискуссия
3	Работа над видеоспотом	подготовка к практическим занятиям, докладам с презентациями	Чтение дополнительной литературы	30	Проверка заданий, презентационные материалы, устный опрос, дискуссия
4	Радиореклама	подготовка к практическим занятиям, докладам с презентациями	Чтение дополнительной литературы	28	Проверка заданий, презентационные материалы, устный опрос, дискуссия
5	Некоторые особые виды рекламы	подготовка к практическим занятиям,	Чтение дополнительной литературы	28	Проверка заданий, презентационные материалы,

		докладам с презентациями			устный опрос, дискуссия
6	Анонсы и имидж вещательной организации	подготовка к практическим занятиям, докладам с презентациями	Чтение дополнительной литературы	28	Проверка заданий, презентационные материалы, устный опрос, дискуссия
	Итого			**286**	

Общий объем самостоятельной работы студентов по дисциплине включает аудиторную и внеаудиторную самостоятельную работу студентов в течение семестра.

Аудиторная самостоятельная работа осуществляется в форме выполнения тестовых заданий по дисциплине. Аудиторная самостоятельная работа обеспечена базой тестовых материалов.

Внеаудиторная самостоятельная работа осуществляется в формах:

- подготовки к устным докладам;
- изучение материалов лекций и рекомендуемой литературы к ним;
- проверка практических заданий.

Содержание и порядок выступлений обучающихся на практических занятиях

Каждый студент самостоятельно или в группе готовит учебную мультимедийную презентацию к каждому практическому занятию, выбрав тот или иной из предложенных выше вопросов и ориентируясь на особенности составления мультимедийных презентаций.

а) структура мультимедийной презентации:

- титульный лист;
- содержание (изложение учебного материала) в виде текстовой, графической информации, аудио и видеоматериалов;
- система самоконтроля и самопроверки;
- словарь терминов;
- использованные источники с краткой аннотацией.

б) требования к мультимедийной презентации:

- объем – не менее 15 слайдов;
- шрифт текста - не менее 16 пт.;
- текст должен занимать не более 1/4 всего объема презентации;

в) требования к выступлению:

- время выступления – не более 10 минут;
- не следует помещать весь текст выступления на слайдах презентации (они должны иллюстрировать презентуемую информацию);
- выступающий должен демонстрировать свободу и глубину владения представляемым материалом; умение уверенно излагать его языком, доступным для понимания.

6. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенции

6.1. Краткая характеристика процедуры реализации текущего и промежуточного контроля для оценки компетенций обучающихся

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика процедуры оценивания компетенций	Представление оценочного средства в фонде
1.	Выступление с презентацией	В процессе самостоятельной подготовки к выступлению студент готовит доклад и презентацию. Доклад - продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных	Вопросы для самостоятельного изучения обучающимися (темы выступлений с

		результатов решения определенной учебно-исследовательской или научной темы. Тематика докладов выдается на первых семинарских занятиях, студент готовится к каждому практическому занятию, осуществляя выбор того или иного вопроса внутри темы. Студент может осуществлять подготовку к практическому занятию самостоятельно или в микрогруппе. Подготовка осуществляется во внеаудиторное время. При подготовке студентом изучаются разнообразные источники (литература, видеофильмы, научно-популярные программы и пр.), на основе которых составляется текст доклада и презентация к выступлению. На подготовку дается одна-две недели. Регламент – 15-20 мин. на выступление. В оценивании результатов преподавателем принимают участие студенты группы.	презентациями на практических занятиях)
2.	Зачет с оценкой в форме устного собеседования по вопросам	Проводится в заданный срок, согласно графику учебного процесса. При выставлении оценки учитывается уровень приобретенных компетенций студента. Компонент «знать» оценивается теоретическими вопросами по содержанию дисциплины, компоненты «уметь» и «владеть» - практико-ориентированными заданиями.	Комплект примерных вопросов к зачету

В конце изучения дисциплины подводятся итоги работы студентов на практических и индивидуальных занятиях путем суммирования заработанных в течение семестра баллов.

6.2. Критерии оценивания знаний обучающихся по дисциплине 5,6 семестр

№ п/п	Вид деятельности	Максимальное количество баллов за занятие	Максимальное количество баллов по дисциплине
1	Посещение лекционных занятий	1	2
2	Посещение практических занятий	1	6
3	Работа на практических занятиях	30	180
4	Выступление с презентацией	-	180
5	Зачет с оценкой	32	32
ИТОГО:	4 зачетных единицы		400

6.3 Формирование балльно-рейтинговой оценки работы обучающихся

Семестр		Посещение лекционных занятий	Посещение практических занятий	Работа на практических занятиях	Выступление с презентацией	Зачет
5 семестр	Разбалловка по видам работ	1 х 1 = 1 балл	3 х 1 = 3 балла	3 х 30 = 90 баллов	106 баллов	-
	Суммарный макс. балл	1 балл max	3 балла max	90 баллов max	106 баллов max	-
ИТОГО						200 баллов
6 семестр	Разбалловка по видам работ	1 х 1 = 1 балл	3 х 1 = 3 балла	3 х 30 = 90 баллов	106 баллов	32 балла
	Суммарный макс. балл	1 балл max	3 балла max	90 баллов max	106 баллов max	32 балла max
ИТОГО						200 баллов
ИТОГО						400 баллов

6.4. Критерии оценивания работы обучающегося по итогам семестра

По итогам изучения дисциплины «Рекламная фотография», трудоёмкость которой составляет 2 ЗЕ (6 семестр), обучающийся набирает определённое количество баллов согласно следующей таблице:

Оценка	Баллы (2 ЗЕ)

«отлично»	181-200
«хорошо»	141-180
«удовлетворительно»	101-140
«неудовлетворительно»	100 и менее

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Основная литература

1. Сергеева, З. Н. Технология рекламы : учебное пособие / З. Н. Сергеева, Е. А. Сайкин. – Новосибирск : НГТУ, 2020. – 83 с. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: https://e.lanbook.com/book/152362.

Дополнительная литература

1. Гунина, Е. В. Компьютерные технологии в рекламе. Рекламный плакат в растровой графике : учебное пособие / Е. В. Гунина. – Санкт-Петербург : СПбГУТ им. М.А. Бонч-Бруевича, 2021. – 86 с. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: https://e.lanbook.com/book/279545.

2. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум / С. В. Карпова. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юрайт, 2023. – 431 с. – (Высшее образование). – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт. – URL: https://urait.ru/bcode/510712. – ISBN 978-5-534-14532-8.

3. Куркова, Н. С. Аудиовизуальные технологии. Реклама : практикум по направлению подготовки 51.03.02 «Народная художественная культура» / Н. С. Куркова. – Кемерово : КемГИК, 2020. – 128 с. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: https://e.lanbook.com/book/250667.

4. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум / В. А. Поляков, А. А. Романов. – Москва : Юрайт, 2023. – 502 с. – (Высшее образование). – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт. – URL: https://urait.ru/bcode/510974. – ISBN 978-5-534-05261-9.

5. Трищенко, Д. А. Техника и технологии рекламного видео : учебник и практикум / Д. А. Трищенко. – Москва : Юрайт, 2023. – 177 с. – (Высшее образование). – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт. – URL: https://urait.ru/bcode/518406. – ISBN 978-5-534-11564-2.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Интернет-ресурсы

№ п/п	Наименование дисциплины	Ссылка на информационный ресурс	Наименование разработки в электронной форме	Доступность
1	Рекламная фотография	http://www.kinoart.ru	Интернет - версии журналов «Искусство кино», «Киноведческие записки», «Сеанс», «Кинопроцесс»	Свободный доступ
		http://www.unikino.ru	Официальный сайт Союза кинематографистов РФ	

Электронные библиотечные системы (ЭБС), с которыми сотрудничает БОУ ВО «ЧГИКИ» Минкультуры Чувашии

№	Название ЭБС	№, дата договора	Срок использования	Количество пользователей
1.	ЭБС «Лань» (https://e.lanbook.com/)	договор №198/12 от 05.12.2022 г.	с 15.02.2023	100%

		договор ВКР03/02-2023 от 03.02.2023 г.	по 14.02.2024	
2	ЭБС «Университетская библиотека онлайн» (http://biblioclub.ru)	договор №170-12/2022 от 07.12.2022 г.	с 11.03.2023 по 10.03.2024	100%
3.	ЭБС Юрайт (https://urait.ru)	договор №197/12 от 05.12.2022 г.	с 01.03.2023 по 28.02.2024	100%

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Успешное изучение курса требует от обучающихся посещения лекций, активной работы на практических занятиях, выполнения всех учебных заданий преподавателя, ознакомления с основной и дополнительной литературой.

Запись лекции – одна из форм активной самостоятельной работы обучающихся, требующая навыков и умения кратко, схематично, последовательно и логично фиксировать основные положения, выводы, обобщения, формулировки. В конце лекции преподаватель оставляет время (5 минут) для того, чтобы обучающиеся имели возможность задать уточняющие вопросы по изучаемому материалу. Из-за недостаточного количества аудиторных часов некоторые темы не удается осветить в полном объеме, поэтому преподаватель, по своему усмотрению, некоторые вопросы выносит на самостоятельную работу студентов, рекомендуя ту или иную литературу. Кроме этого, для лучшего освоения материала и систематизации знаний по дисциплине необходимо постоянно разбирать материалы лекций по конспектам и учебным пособиям. В случае необходимости студент может обращаться к преподавателю за консультацией.

Подготовка к практическим занятиям.

При подготовке к практическим занятиям студент должен изучить теоретический материал по теме занятия (использовать конспект лекций, изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, при необходимости дополнить конспект, делая в нем соответствующие записи из литературных источников, видеофильмов, научно-популярных программ). В случае затруднений, возникающих при освоении теоретического материала, студенту следует обращаться за консультацией к преподавателю. Готовясь к консультации, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения.

Подготовка к практическому занятию должна включать в себя:

1) подбор литературы по выбранной теме;
2) классификацию материала;
3) разработку выбранной самим студентом интерактивной формы работы;
4) подготовку к самостоятельному изложению материала на занятии.

При работе над темами, определенными для самостоятельного изучения, необходимо:

1) подобрать и изучить литературу по теме, а также дополнительный материал;
2) законспектировать основные положения;
3) подготовить презентацию;
4) подготовится к устному раскрытию темы.

Результаты работы на практических занятиях оценивается в баллах в соответствии с балльно-рейтинговой системой.

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Наименование дисциплины (модуля), практик в соответствии с учебным планом	Наименование специальных помещений и помещение для самостоятельной работы	Оснащенность Специальных помещение и помещение для самостоятельной работы	Приспособленность помещение для использования инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья

Рекламная фотография	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, для групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (34)	Столы учебные – 5 шт., стулья ученические – 11 шт., стол офисный – 1 шт., стул офисный – 1 шт., доска – 1 шт., доска магнитно-маркерная – 1 шт., колонки – 2 шт., усилитель – 1 шт., ноутбуки с выходом в интернет – 5 шт., принтер – 1 шт., фотокамера – 1 шт., софт-бокс – 1 шт., видеокамера – 1 шт., сменные объективы – 2 шт., микрофоны петличные – 2 шт., шкафы офисные – 3 шт., шкафы металлические – 2 шт., светильники для съемки – 4 шт., штативы для светильников – 4 шт., штативы для фото- и видеосъемки – 2 шт., полки настенные – 1 шт., резак – 1 шт., вешалка – 1 шт., вешалки настенные – 2 шт. Лицензионное ПО: «Microsoft Windows»; контракт № 8000007 от 29.08.2018 г. Свободно распространяемое ПО: Open Office; Mozilla Firefox; Google Chrome; Adobe Acrobat Reader	* Для лиц с нарушением зрения - приспособлено частично; * для лиц с нарушением слуха – приспособлено частично; * для лиц с нарушением опорно-двигательного аппарата - не приспособлено
	Помещение для самостоятельной работы (103)	Персональные компьютеры с выходом в «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации – 6 шт., переносной проектор – 1 шт., наглядные пособия, столы ученические – 20 шт., стулья ученические – 40 шт. Лицензионное ПО: «Microsoft Windows»; контракт № 8000007 от 29.08.2018 г. Свободно распространяемое ПО: Open Office; Mozilla Firefox; Google Chrome; Adobe Acrobat Reader	* Для лиц с нарушением зрения - приспособлено частично; * для лиц с нарушением слуха – приспособлено частично; * для лиц с нарушением опорно-двигательного аппарата - не приспособлено

ЛИСТ
согласования рабочей программы

Направление подготовки: 51.03.02 Народная художественная культура

Направленность (профиль): Руководство студией кино-, фото-, видеотворчества

Дисциплина: Рекламная фотография

Форма обучения: Заочная

Учебный год: 2023-2024

РЕКОМЕНДОВАНА заседанием кафедры гуманитарных и социально-экономических дисциплин протокол № 11 от 27 июня 2023 г.

Ответственный исполнитель зав. кафедрой ГСЭД
_____ _____ _____ Фомин Э.В. 27.06.2023 г.
подпись расшифровка подписи дата

Исполнитель: Кранк Э.О.
доцент кафедры ГСЭД
_____ _____ _____ Кранк Э.О. 27.06.2023 г.
должность подпись расшифровка подписи дата

СОГЛАСОВАНО:
Заведующий кафедрой
народного художественного творчества
_____ Васильева Р.М. 27.06.2023 г.
наименование кафедры *личная подпись* *расшифровка подписи* *дата*

Декан факультета культуры
_____ Илларионова Л.В. 27.06.2023 г.
наименование факультета *личная подпись* *расшифровка подписи* *дата*

Заведующая библиотекой_____ _____ Илларионова О.В. 27.06.2023 г.
личная подпись *расшифровка подписи* *дата*

Представитель УМО_____ Федорова Н.К. 27.06.2023 г.
личная подпись *расшифровка подписи* *дата*

Лист регистрации изменений

Номера страниц				Номер и дата документа об изменении	Должностное лицо, вводившее изменения		Дата ввода изменений	Срок введения изменения
измененных	замененных	новых	аннулированных		Ф.И.О., должность	подпись		