

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Баскакова Наталья Ивановна  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 22.08.2024 15:21:03  
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»  
Министерства культуры Чувашии  
Илларионова Л.В.

### 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  
2024 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 26 июня 2024 года, протокол № 14.

Подписи:

Автор

Зав. кафедрой ГСЭД

Э.О. Кранк

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 кадрам 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, подготовка 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 – заделки. Клиповые анонсы. Реклама общественно-политических журналов в целом и по сюжетно. 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
<b>ИТОГО</b>		<b>12</b>

#### 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			<b>286</b>	

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 x 1 = 1 балл	3 x 1 = 3 балла	3 x 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 x 1 = 1 балл	3 x 1 = 3 балла	3 x 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	<a href="http://www.kinoart.ru">http://www.kinoart.ru</a>	Интернет - версии журналов «Искусство кино», «Киноведческие записки», «Сеанс», «Кинопроцесс»	Свободный доступ
		<a href="http://www.unikino.ru">http://www.unikino.ru</a>	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» ( <a href="https://e.lanbook.com/">https://e.lanbook.com/</a> )	договор №74373/24 от 28.11.2023 г.	с 15.02.2024	100%

		договор ВКР17/01-2024 от 17.01.2024 г.	по 14.02.2025	
2	ЭБС «Университетская библиотека онлайн» ( <a href="http://biblioclub.ru">http://biblioclub.ru</a> )	договор №141-11/2023 от 24.11.2023 г.	с 11.03.2024 по 10.03.2025	100%
3.	ЭБС Юрайт ( <a href="https://urait.ru">https://urait.ru</a> )	договор №197/24 от 28.11.2023 г.	с 29.02.2024 по 28.02.2025	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 удастся 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) подготовиться к устному раскрытию темы.

Результаты работы на практических занятиях оцениваются 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 помещений и помещение для самостоятельной работы	Приспособленность помещения 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)	<p>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.</p> <p>Лицензионное ПО: «Microsoft Windows»; контракт № 8000007 от 29.08.2018 г.</p> <p>Свободно распространяемое ПО: Open Office; Mozilla Firefox; Google Chrome; Adobe Acrobat Reader</p>	<p>* Для лиц с нарушением зрения - приспособлено частично;</p> <p>* для лиц с нарушением слуха – приспособлено частично;</p> <p>* для лиц с нарушением опорно-двигательного аппарата - не приспособлено</p>
	Помещение для самостоятельной работы (103)	<p>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.</p> <p>Лицензионное ПО: «Microsoft Windows»; контракт № 8000007 от 29.08.2018 г.</p> <p>Свободно распространяемое ПО: Open Office; Mozilla Firefox; Google Chrome; Adobe Acrobat Reader</p>	<p>* Для лиц с нарушением зрения - приспособлено частично;</p> <p>* для лиц с нарушением слуха – приспособлено частично;</p> <p>* для лиц с нарушением опорно-двигательного аппарата - не приспособлено</p>

**ЛИСТ  
согласования рабочей программы**

Направление подготовки: 51.03.02 Народная художественная культура

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

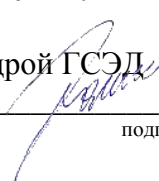
Дисциплина: Рекламная фотография

Форма обучения: Заочная

Учебный год: 2024-2025

РЕКОМЕНДОВАНА заседанием кафедры гуманитарных и социально-экономических дисциплин протокол № 14 от 26 июня 2024 г.

Ответственный исполнитель зав. кафедрой ГСЭД


\_\_\_\_\_  Фомин Э.В. 26.06.2024 г.  
подпись                      расшифровка подписи                      дата

Исполнитель: Кранк Э.О.  
доцент кафедры ГСЭД


\_\_\_\_\_  Кранк Э.О. 26.06.2024 г.  
должность                      подпись                      расшифровка подписи                      дата

**СОГЛАСОВАНО:**

Заведующий кафедрой  
народного художественного творчества

\_\_\_\_\_  Васильева Р.М. 26.06.2024 г.  
наименование кафедры                      личная подпись                      расшифровка подписи                      дата

Декан факультета культуры

\_\_\_\_\_  Илларионова Л.В. 26.06.2024 г.  
наименование факультета                      личная подпись                      расшифровка подписи                      дата

Заведующая библиотекой

\_\_\_\_\_  Илларионова О.В. 26.06.2024 г.  
личная подпись                      расшифровка подписи                      дата

Представитель УМО

\_\_\_\_\_  Федорова Н.К. 26.06.2024 г.  
личная подпись                      расшифровка подписи                      дата

### Лист регистрации изменений

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