

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДВНЗ «ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНІКА»**

Навчально-науковий інститут мистецтв

Кафедра дизайну і теорії мистецтва

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Відеореклама

Освітня програма: «Графічний дизайн»

Спеціальність: 022 «Дизайн»

Галузь знань: 02 «Культура і мистецтво»

Затверджено на засіданні кафедри
Протокол № 1 від “2” вересня 2019 р.

м. Івано-Франківськ - 2019

ЗМІСТ

1. Загальна інформація
2. Анотація до курсу
3. Мета та цілі курсу
4. Результати навчання (компетентності)
5. Організація навчання курсу
6. Система оцінювання курсу
7. Політика курсу
8. Рекомендована література

1. Загальна інформація	
Назва дисципліни	Відеореклама
Рівень вищої освіти	бакалавр
Викладач (-і)	Бабій Надія Петрівна
Контактний телефон викладача	0630676025
Е-mail викладача	nbabij26@gmail.com
Формат дисципліни	Стаціонар/заочна форма/дистанційне навчання
Обсяг дисципліни	90
Посилання на сайт дистанційного навчання	http://www.d-learn.pu.if.ua/index.php?mod=course&action=ReviewOneCourse&id_cat=63&id_cou=7156
Консультації	консультації до самостійної роботи проводиться на практичних заняттях та на дистанційних ресурсах
2. Анотація до курсу	
<p>Навчальний предмет «Відеореклама» належить до циклу предметів вибіркових дисциплін професійної та практичної підготовки, призначений для студентів, які навчаються за освітньою програмою «Дизайн» ОКР «Бакалавр». Основне його спрямування – засвоєння студентами знань та навичок у питаннях актуальних вимог в галузі медійних технологій, роботи з різними типами відеозображень та озвучення, мотивації</p>	
3. Мета та цілі курсу	
<p>Мета дисципліни – ознайомити з арсеналом методів і прийомів створення сучасної відеореклами, принципів написання сценарію, способів просування у мережі. Дати розуміння щодо закономірностей та принципів утворення різноманітних візуально-образних зображень; особливості психологічного та естетичного сприйняття відеозображення; вміння застосовувати відповідне програмне забезпечення.</p> <p>Вимоги до знань та умінь: Розуміти предметну область та сферу професійного застосування, мету, завдання та етапи виконання навчальних і творчих завдань. Розрізняти функціональну та естетичну специфіку формотворчих засобів дизайну в мультимедійному просторі. Знати історію появи перших відеороликів. Орієнтуватись в актуальній стилістиці, знати закономірності написання сценарію та просування продукту у мережі. Використовувати актуальне програмне забезпечення, використовувати оригінальні медійні засоби</p>	
4. Результати навчання (компетентності)	
<p>Інтегральна компетентність (ІК) Здатність розв'язувати практичні проблеми у процесі навчання та професійній діяльності графічного дизайнера, що передбачає застосування методів медіадизайну</p>	

Загальні компетентності (ЗК)

Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

Здатність забезпечувати якість виконуваних робіт.

Здатність зберігати та примножувати культурно-мистецькі досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку реклами, її видів, сучасних інформаційних технологій

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності (СК)

Здатність оптимально застосовувати комбіновану палітру засобів актуального візуального мистецтва для створення виразних мультимедійних образів.

Знання питань аналізу і синтезу, сучасних технічних прийомів, графічно-художніх засобів, стилістики, а також декоративного відбору та інтерпретації.

Здатність досягати успіху в професійній кар'єрі, розробляти та представляти візуальні презентації, портфоліо власних творів, володіти підприємницькими навичками для провадження дизайн-діяльності.

5. Організація навчання курсу

Обсяг курсу

Вид заняття	Загальна кількість годин
лекції	4
семінарські заняття / практичні / лабораторні	26
самостійна робота	60

Ознаки курсу

Семестр	Спеціальність	Курс (рік навчання)	Нормативний / вибірковий
7	Дизайн / графічний дизайн	4	вибірковий

Тематика курсу

Тема, план	Форма заняття	Література	Завдан ня, год	Вага оцінки	Термін виконання
Лекція 1 (2 год) Поняття про відеорекламу та промо-ролик. Історія та етапи становлення.	лекція	Подається окремо	2		1-2 –й тиждень
Лекція 2 (2 год) Етапи створення відеоролика. Особливості написання сценарію та етапи монтажу. Види спецефектів	лекція		2		
Створення презентаційного відеоролика за обумовленою проблематикою (соціальний, екологічний, рекламний, тощо)	практичне		26		3-16-й н. т.
Всього за				10	

відвідування лекцій та практичних					
написання сценарію	самостій не		10	15	
покрокова розкадровка	самостій не		5	15	
зйомка відео	самостій не		10	10	
монтаж відео	самостій не		10	10	
додавання переходів, спецефектів	самостій не		10	10	
озвучення	самостій не		10	10	
додавання тексту	самостій не		5	10	
екзамен – захист проєктів, презентація ролика				10	
			Всього 4/26/60	Всього 100	

6. Система оцінювання курсу

Загальна система оцінювання курсу	Шкала оцінювання: національна та ECTS			
	Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
для екзамену, курсового проєкту (роботи), практики			для заліку	
90 – 100	A	відмінно	зараховано	
80 – 89	B	добре		
70 – 79	C			
60 – 69	D			
50 – 59	E	задовільно		
26 – 49	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання	
0-25	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	
Умови допуску до підсумкового контролю	Наявність практичних та самостійних робіт, належно представлений звіт у вигляді огляду робіт			

7. Політика курсу

Політика курсу базується на формуванні результатів навчання студента із академічної доброчесності. З яких виділяються здатність:

- діяти у професійних і навчальних ситуаціях із позицій академічної доброчесності та професійної етики;
- самостійно виконувати навчальні завдання;
- коректно посилатися на джерела інформації у разі запозичення ідей, тверджень,

відомостей;

- усвідомлювати значущість норм академічної доброчесності, оцінювати приклади людської поведінки відповідно до норм академічної доброчесності;
- давати моральну оцінку власним вчинкам, співвідносити їх із моральними та професійними нормами.

У випадку коли студентом грубо порушено правила академічної доброчесності застосовується відрахування із закладу вищої освіти. Проте таку дію слід розглядати як виключну норму, що застосовується у випадку систематичних грубих порушень і лише після того, як не дали ефекту такі заходи впливу.

- призначення додаткових контрольних заходів (додаткові індивідуальні завдання, додаткові контрольні роботи, тести тощо);
- повідомлення батькам чи іншим особам (фізичним або юридичним), які здійснюють оплату за навчання;

8. Рекомендована література

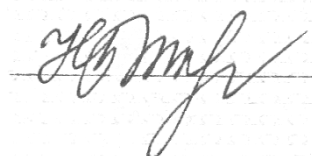
Методичне забезпечення

1. Бабій Н. П. . «відеореклама» на платформі <http://d-learn.pu.if.ua/>

Рекомендована література

1. Правик Ю.М. Маркетинг: підручник / Ю.М. Правик. – К.: Знання, 2008. – 303 с.
2. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации. М. ; Киев : Рефл-бук ; Ваклер, 2003. 651 с.
3. Райгородская Д. Я. Психрология и психоанализ рекламы : учеб. пособие. Самара : Бахрах-М, 2007. 720 с.
4. Реклама: внушение и манипуляция: медиа-ориентированный подход : учеб. пособие. Самара : Бахрах-М, 2007. 752 с.
5. Рюмшина Л. И. Манипулятивные приемы в рекламе : учеб. пособие / Л. И. Рюмшина. М. ; Ростов н/Д : МарТ, 2004. 255 с.
6. Семёнов Б. Д. Рекламный менеджмент : учеб. пособие / Б. Д. Семёнов. М. : Маркетинг, 2001. 272 с.
7. Уэллс У. Реклама: принципы и практика : учебник / У Уэллс, Д. Бернет, С. Мориарти. 2-е изд., испр. СПб. : Питер, 1999. 735 с.
8. Филатова О. Г. Социология массовых коммуникаций / О. Г. Филатова. М. : Гардарики, 2006. 230 с.
9. Хапенков В. Н. Организация рекламной деятельности : учеб. пособие. М. : Академия, 2006. 242 с.
10. Шарков Ф. И. Социология массовой коммуникации : учеб. пособие для вузов : в 2 ч. / Ф. И. Шарков, А. А. Родионов. М. : Соц. отношения ; Перспектива, 2002. Ч. 1. Технология сбора и обработки информации. 261 с.
11. Шарков Ф. И. Разработка и технологии производства рекламного продукта / Ф. И. Шарков, В.И. Гостенина. М. : Дашков и К°, 2007. 340 с.
12. Шуванов В. И. Психология рекламы / В. И. Шуванов. Изд. 2-е. Ростов н/Д, 2005. 315 с.
13. Яненко Я. В. Заказ и размещение рекламы: как это правильно сделать / Ярослав Яненко. СПб. : Питер, 2005. 220 с.
14. Реклама: управленческий аспект : [учеб. пособие] / Д. Ю. Нархов, Е. Н. Нархова ; [науч. ред. Н. Б. Серова] ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. - Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2015. - 264 с.
<http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/31740/1/978-5-7996-1434-8.pdf>
- 15.

Викладач



доцент, Бабій Н. П.