

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Институт социально-философских наук и массовых коммуникаций
Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной деятельности КФУ

Е.А. Турилова

28 февраля 2025 г.

подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины

Мастер-класс: Режиссура рекламы

Направление подготовки: 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Креативные технологии и цифровые коммуникации в рекламе и связях с общественностью

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2025

Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО
2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО
3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий
 - 4.1. Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)
 - 4.2. Содержание дисциплины (модуля)
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)
7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)
12. Средства адаптации преподавания дисциплины (модуля) к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья
13. Приложение №1. Фонд оценочных средств
14. Приложение №2. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
15. Приложение №3. Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Программу дисциплины разработал(а)(и): доцент, к.н. Зиятдинова Э.М. (Кафедра связей с общественностью и прикладной политологии, Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций), ElmZiyatdinova@kpfu.ru

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль), должен обладать следующими компетенциями:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОПК-6	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности
ПК-10	способен под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль):

Должен знать:

- теоретическую основу режиссуры рекламы;
- специфику режиссуры рекламы;
- изобразительные и выразительные режиссуры рекламы;
- основы сценарного мастерства;
- процесс подготовки видеорекламы;
- основы операторского искусства, виды и принципы видеомонтажа.

Должен уметь:

- создавать рекламную продукцию по форме, содержанию, художественным особенностям и приемам отвечающую современным требованиям;
- определять художественную ценность рекламных роликов;
- определять технические и творческие возможности в производстве рекламных роликов;
- проводить анализ предмета рекламы, определять основные свойства;
- готовить бриф на изготовление рекламного ролика;
- создавать концепцию рекламного ролика;
- создавать литературный и режиссерский сценарий видеоролика;
- определять элементы режиссерского замысла рекламного ролика;
- пользоваться выразительными и изобразительными средствами режиссуры.

Должен владеть:

- умением создавать рекламную продукцию с учетом современных тенденций развития рекламного телерынка;
- теоретическими и практическими знаниями схем построения рекламных роликов;
- навыком написания литературного и режиссерского сценария, подготовки раскадровки;
- навыками работы в компьютерной программе монтажа видеопродукции;
- навыком организации работы творческого коллектива.

Должен демонстрировать способность и готовность:

- применять полученные знания на практике.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Данная дисциплина (модуль) включена в раздел "Б1.О.24 Дисциплины (модули)" основной профессиональной образовательной программы 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью (Креативные технологии и цифровые коммуникации в рекламе и связях с общественностью)" и относится к обязательной части ОПОП ВО.

Осваивается на 2 курсе в 4 семестре.

3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных(ые) единиц(ы) на 144 часа(ов).

Контактная работа - 48 часа(ов), в том числе лекции - 16 часа(ов), практические занятия - 32 часа(ов), лабораторные работы - 0 часа(ов), контроль самостоятельной работы - 0 часа(ов).

Самостоятельная работа - 69 часа(ов).

Контроль (зачёт / экзамен) - 27 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: экзамен в 4 семестре.

4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1 Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)

N	Разделы дисциплины / модуля	Се- местр	Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах)							Само- стоя- тель- ная ра- бота
			Лекции всего	Лекции в эл. форме	Практи- ческие занятия, всего	Практи- ческие в эл. форме	Лабора- торные работы, всего	Лабора- торные в эл. форме		
1.	Тема 1. Теоретико-практические основы режиссуры рекламы.	4	4	0	4	0	0	0	12	
2.	Тема 2. Особенности видеорекламы.	4	2	0	4	0	0	0	12	
3.	Тема 3. Этапы создания телевизионной (видео) рекламы и участники этого процесса.	4	2	0	6	0	0	0	12	
4.	Тема 4. Основы сценарного мастерства режиссера рекламы. Создание рекламного образа.	4	2	0	6	0	0	0	12	
5.	Тема 5. Стадия производства (съемки) рекламного видео.	4	2	0	6	0	0	0	11	
6.	Тема 6. Монтаж рекламы. Стадия постпродакшн	4	4	0	6	0	0	0	10	
	Итого		16	0	32	0	0	0	69	

4.2 Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Теоретико-практические основы режиссуры рекламы.

Понятие и сущность режиссуры. История развития режиссуры кино. Режиссура театра и кино: специфика режиссерского творчества и средства выразительности (мизансцена, атмосфера и темпоритм). Взаимосвязь кино, телевидения и рекламы.

Понятие и специфика режиссуры рекламы. Характеристика профессии рекламного режиссера. Функции режиссера рекламы. Роль режиссера в процессе создания рекламного ролика. Основные функции режиссера рекламы. Российские и зарубежные рекламные режиссеры и их работы. Изобразительные и выразительные средства, используемые режиссером в работе над рекламным роликом (композиция, мизансцена, цвет, свет, музыка, компьютерная графика, спецэффекты, монтаж). Существующие режиссерские стили, методы и приёмы в телерекламе. Понятие материала режиссера.

Тема 2. Особенности видеорекламы.

Видеореклама: специфика, преимущества, приемы, классификация. Элементы видеорекламы. Виды и типы видеорекламы. Характеристики современной аудитории телевидения. Приемы воздействия на потребителя рекламы. Принципы эффективной телерекламы. Преимущества и недостатки рекламы. Реквизит в рекламном ролике. Жанры рекламного произведения. Режиссерский тип рекламы. Операторский тип рекламы. Информационный тип рекламы. Репортажные ролики. Принципы эффективной телерекламы. Роль слогана в рекламном ролике.

Тема 3. Этапы создания телевизионной (видео) рекламы и участники этого процесса.

Роли участников в создании рекламного ролика: рекламного агентства, продакшн-студии, представителя заказчика. Состав рабочей группы рекламного агентства. Функции креативного директора и копирайтера. Функции продюсера и художественного директора (арт-директора). Задачи и функции производственной фирмы (Production House). Функции режиссера-постановщика. Задачи и функции художника-постановщика, оператора, композитора, виде инженера, звукорежиссера, фуд-стилиста.

Этапы производства и изготовления видеорекламы. Характеристика и содержание подготовительного этапа производства видеорекламы (препродакшн): проработка клиентского брифа, согласование финансовых вопросов, создание и согласование концепции рекламного ролика, разработка и согласование литературного сценария, написание режиссерского сценария, создание раскадровки видеоролика, аниматики рекламного ролика, разработка персонажей, кастинг актеров, выбор локаций (съемочных мест). Понятие и структура брифа на изготовление видеоролика. Работа режиссера над постановочным проектом.

Характеристика и содержание этапа съемок (продакшн). Организация работы съемочной группы, подготовка съемочной площадки (декорации, свет), съемки и разработка компьютерной графики. Работа над аудио дорожкой - так называемый саунд продакшн.

Характеристика и содержание завершающего этапа создания рекламного ролика (постпродакшн), после которого он принимает свой законченный вид.

Тема 4. Основы сценарного мастерства режиссера рекламы. Создание рекламного образа.

Специфика сценария телевизионной рекламы. Литературный и режиссерский сценарий. Основы режиссерского сценария рекламного ролика. Композиция сценария и ее структурные элементы. Требования к рекламному сюжету. Принципу подготовки режиссерского сценария рекламы. Понятие и сущность режиссерского замысла. Метод идейно-тематического анализа драматургического произведения. Структура режиссерского замысла. Понятие темы, идеи, сверхзадачи. Использование в ролике принципа фрагментирования, принципа подобия, принципа структурности.

Рекламный образ, виды и приемы создания. Понятие рекламного образа. Природа рекламного образа. Технологии создания рекламных образов. Понятие тропа. Виды тропов. Приёмы создания рекламного образа: использование профессионального статуса, показ потребителя товара, демонстрация результата использования товара, показ жизненной ситуации использования товара, применение приема контраста "до" и "после" использования товара (услуги), визуализация стереотипа, использование семантики окружения.

Тема 5. Стадия производства (съемки) рекламного видео.

Обращение с видеокамерой. Основные принципы съемки. Ошибки при работе с камерой. Особенности построения кадра. Правила проектирования кадра. Общий, средний и крупный планы. Использование возможностей камеры. Понятие композиции. Законы композиции. Приемы построения композиции. Построение кадра. Свет и цвет и освещение в кадре. Распространенные ошибки при съемке. Специфика звука в рекламном ролике. Виды звукового сопровождения: текст, естественный звук (интершум), музыка и звуковые эффекты.

Тема 6. Монтаж рекламы. Стадия постпродакшн

Понятия и принципы монтажа. Монтаж в литературе и живописи. Образы монтажного мышления С. Эйзенштейн находил в произведениях А. Пушкина, Л. Толстого, Г. Флобера. Приёмы и принципы монтажа. Раскадровка сюжетной картины. Специфика комфорного монтажа в рекламе. Раскадровка эпизода. Раскадровка фразы. Акцентный монтаж в рекламе. Раскадровка эпизода с использованием приема параллельного монтажа.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Самостоятельная работа обучающихся выполняется по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Самостоятельная работа подразделяется на самостоятельную работу на аудиторных занятиях и на внеаудиторную самостоятельную работу. Самостоятельная работа обучающихся включает как полностью самостоятельное освоение отдельных тем (разделов) дисциплины, так и проработку тем (разделов), осваиваемых во время аудиторной работы. Во время самостоятельной работы обучающиеся читают и конспектируют учебную, научную и справочную литературу, выполняют задания, направленные на закрепление знаний и отработку умений и навыков, готовятся к текущему и промежуточному контролю по дисциплине.

Организация самостоятельной работы обучающихся регламентируется нормативными документами, учебно-методической литературой и электронными образовательными ресурсами, включая:

Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утвержден приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 6 апреля 2021 года №245)

Письмо Министерства образования Российской Федерации №14-55-996ин/15 от 27 ноября 2002 г. "Об активизации самостоятельной работы студентов высших учебных заведений"

Устав федерального государственного автономного образовательного учреждения "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Правила внутреннего распорядка федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Локальные нормативные акты Казанского (Приволжского) федерального университета

6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) включает оценочные материалы, направленные на проверку освоения компетенций, в том числе знаний, умений и навыков. Фонд оценочных средств включает оценочные средства текущего контроля и оценочные средства промежуточной аттестации.

В фонде оценочных средств содержится следующая информация:

- соответствие компетенций планируемым результатам обучения по дисциплине (модулю);
- критерии оценивания сформированности компетенций;
- механизм формирования оценки по дисциплине (модулю);
- описание порядка применения и процедуры оценивания для каждого оценочного средства;
- критерии оценивания для каждого оценочного средства;
- содержание оценочных средств, включая требования, предъявляемые к действиям обучающихся, демонстрируемым результатам, задания различных типов.

Фонд оценочных средств по дисциплине находится в Приложении 1 к программе дисциплины (модулю).

7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Освоение дисциплины (модуля) предполагает изучение основной и дополнительной учебной литературы. Литература может быть доступна обучающимся в одном из двух вариантов (либо в обоих из них):

- в электронном виде - через электронные библиотечные системы на основании заключенных КФУ договоров с правообладателями;
- в печатном виде - в Научной библиотеке им. Н.И. Лобачевского. Обучающиеся получают учебную литературу на абонементе по читательским билетам в соответствии с правилами пользования Научной библиотекой.

Электронные издания доступны дистанционно из любой точки при введении обучающимся своего логина и пароля от личного кабинета в системе "Электронный университет". При использовании печатных изданий библиотечный фонд должен быть укомплектован ими из расчета не менее 0,5 экземпляра (для обучающихся по ФГОС 3++ - не менее 0,25 экземпляра) каждого из изданий основной литературы и не менее 0,25 экземпляра дополнительной литературы на каждого обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих данную дисциплину.

Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля), находится в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины. Он подлежит обновлению при изменении условий договоров КФУ с правообладателями электронных изданий и при изменении комплектования фондов Научной библиотеки КФУ.

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)

globalpoint рекламное агентство - <http://www.globalpointagency.com/main/>

Журнал ?Вывески. Реклама. OUTDOOR? - <http://www.signweb.ru>

журнал индустрия рекламы - [http://www.ir-magazine.ru/](http://www.ir-magazine.ru)

журнал практика рекламы - <http://www.prosmi.ru/magazin/practic/>

Журнал "Рекламные технологии" - <http://www.rectech.ru>

Журнал "Рекламодатель" - <http://www.reklamodatel.ru/>

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

Вид работ	Методические рекомендации
лекции	В ходе лекционных занятий вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений. Задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.
практические занятия	В ходе подготовки к практическим занятиям изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой. Подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на практическое занятие. Готовясь к докладу или реферативному сообщению, обращаться за методической помощью к преподавателю. Составить план-конспект своего выступления. Продумать примеры с целью обеспечения тесной связи изучаемой теории с реальной жизнью. Своевременное и качественное выполнение самостоятельной работы базируется на соблюдении настоящих рекомендаций и изучении рекомендованной литературы. Студент может дополнить список использованной литературы современными источниками, не представленными в списке рекомендованной литературы, и в дальнейшем использовать собственные подготовленные учебные материалы при написании курсовых и выпускных квалификационных работ.
самостоятельная работа	Студенты получают от преподавателя групповые/индивидуальные задания на самостоятельную работу, которые заключаются: в проработке лекций; знакомстве с видеорядом по теме; изучении литературы по теме предмета, выполнении самостоятельных заданий. Студенты получают от преподавателя групповые/индивидуальные задания на самостоятельную работу, которые заключаются: в проработке лекций; знакомстве с видеорядом по теме; изучении литературы по теме предмета, выполнении самостоятельных заданий.
экзамен	Экзамен преследует цель оценить работу студента. Полученные теоретические знания, их прочность, развитие творческого мышления, приобретение навыков самостоятельной работы, умения синтезировать полученные знания и применять на практике решение практических задач. Лекции, семинары и контрольные работы являются важными этапами подготовки к экзамену, поскольку студент имеет возможность оценить уровень собственных знаний и своевременно восполнить имеющиеся пробелы. В этой связи необходимо для подготовки к экзамену первоначально прочитать лекционный материал, а также соответствующие разделы рекомендуемых учебных пособий. Лучшим вариантом является тот, при котором студент использует при подготовке как минимум два учебных пособия. Это способствует разностороннему восприятию конкретной темы.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем, представлен в Приложении 3 к рабочей программе дисциплины (модуля).

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) включает в себя следующие компоненты:

Помещения для самостоятельной работы обучающихся, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья) и оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду КФУ.

Учебные аудитории для контактной работы с преподавателем, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья).

Компьютер и принтер для распечатки раздаточных материалов.

Мультимедийная аудитория.

12. Средства адаптации преподавания дисциплины к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости в образовательном процессе применяются следующие методы и технологии, облегчающие восприятие информации обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья:

- создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей;
- создание контента, который можно представить в различных видах без потери данных или структуры, предусмотреть возможность масштабирования текста и изображений без потери качества, предусмотреть доступность управления контентом с клавиатуры;
- создание возможностей для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников - например, так, чтобы лица с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения - аудиально;
- применение программных средств, обеспечивающих возможность освоения навыков и умений, формируемых дисциплиной, за счёт альтернативных способов, в том числе виртуальных лабораторий и симуляционных технологий;
- применение дистанционных образовательных технологий для передачи информации, организации различных форм интерактивной контактной работы обучающегося с преподавателем, в том числе вебинаров, которые могут быть использованы для проведения виртуальных лекций с возможностью взаимодействия всех участников дистанционного обучения, проведения семинаров, выступления с докладами и защиты выполненных работ, проведения тренингов, организации коллективной работы;
- применение дистанционных образовательных технологий для организации форм текущего и промежуточного контроля;
- увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья форм промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности их сдачи:
 - продолжительности сдачи зачёта или экзамена, проводимого в письменной форме, - не более чем на 90 минут;
 - продолжительности подготовки обучающегося к ответу на зачёте или экзамене, проводимом в устной форме, - не более чем на 20 минут;
 - продолжительности выступления обучающегося при защите курсовой работы - не более чем на 15 минут.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учебным планом по направлению 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" и профилю подготовки "Креативные технологии и цифровые коммуникации в рекламе и связях с общественностью".

Приложение 2
к рабочей программе дисциплины (модуля)
Б1.О.24 Мастер-класс: Режиссура рекламы

Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Направление подготовки: 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Креативные технологии и цифровые коммуникации в рекламе и связях с общественностью

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2025

Основная литература:

1. Анашкина, Н.А. Режиссура телевизионной рекламы: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 032401 (350700) 'Реклама', 080111 'Маркетинг', 080301 'Коммерция (торговое дело)' / Н.А Анашкина ; под ред. Л.М. Дмитриевой. - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 208 с. - (Серия 'Азбука рекламы'). - ISBN 978-5-238-01317-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028571> (дата обращения: 26.01.2025). - Режим доступа: по подписке.
2. Васильев, Г. А. Технологии производства рекламной продукции : учебное пособие / Г.А. Васильев, В.А. Поляков, А.А. Романов. - Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2021. - 272 с. - ISBN 978-5-9558-0155-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1195622> (дата обращения: 26.01.2025). - Режим доступа: по подписке.
3. Ушанов, П.В. Реклама в телевизионной программе: учебное пособие / П.В. Ушанов. - 3-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2017. - 50 с. - ISBN978-5-9765-14S6-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1034607> (дата обращения: 26.01.2025). - Режим доступа: по подписке.

Дополнительная литература:

1. Васильев, Г.А. Электронный бизнес и реклама в Интернете: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 080111 'Маркетинг', 080301 'Коммерция (торговое дело)' / Г.А. Васильев, Д.А. Забегалин. - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 183 с. - ISBN 978-5-238-01346-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028903> (дата обращения: 26.01.2025). - Режим доступа: по подписке.
2. Велижанин, Н. YouTube для вашего бизнеса: Пошаговый план создания и развития YouTube-канала : практическое руководство / Н. Велижанин. - Москва : Альпина Паблишер, 2022. - 261 с. - ISBN 978-5-9614-7514-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2138166> (дата обращения: 26.01.2025). - Режим доступа: по подписке.
3. Евстафьев, В. А. История российской рекламы. Современный период : учебное пособие для магистров / В. А. Евстафьев, Е. Э. Пасютина. - 5-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация 'Дашков и К-', 2023. - 928 с. - ISBN 978-5-394-05305-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2082702> (дата обращения: 26.01.2025). - Режим доступа: по подписке.

Приложение 3
к рабочей программе дисциплины (модуля)
Б1.О.24 Мастер-класс: Режиссура рекламы

**Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая
перечень программного обеспечения и информационных справочных систем**

Направление подготовки: 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Креативные технологии и цифровые коммуникации в рекламе и связях с общественностью

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2025

Освоение дисциплины (модуля) предполагает использование следующего программного обеспечения и информационно-справочных систем:

Операционная система Microsoft Windows 7 Профессиональная или Windows XP (Volume License)

Пакет офисного программного обеспечения Microsoft Office 365 или Microsoft Office Professional plus 2010

Браузер Mozilla Firefox

Браузер Google Chrome

Adobe Reader XI или Adobe Acrobat Reader DC

Kaspersky Endpoint Security для Windows

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен обучающимся. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, учебно-методические комплексы, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования (ФГОС ВО) нового поколения.