

2016

**Министерство образования и науки Российской Федерации**  
**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение**  
**высшего образования**  
**«Владимирский государственный университет**  
**имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»**  
**(ВлГУ)**



УТВЕРЖДАЮ

Проректор  
по образовательной деятельности

А.А.Панфилов

« 29 » 08 2016 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**ОСНОВЫ ВИДЕО- И ФОТОСЪЕМКИ**

---

Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Уровень высшего образования Бакалавриат

Форма обучения заочная

Семестр	Трудоемкость зач. ед./ час.	Лекции, час.	Практич. занятия, час.	Лаборат. работы, час.	СРС, час.	Форма промежуточного контроля (экз./зачет)
4	6/216	6	10		200	зачет
Итого	6/216	6	10		200	зачет

Владимир  
2016

*Григорьев*

## 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины «Основы видео- и фотосъемки» являются

- ознакомление с видео- и фото-технологиями;
- ознакомление с особенностями использования видео- и фотоматериалов при подготовке рекламных и PR-сообщений.

Учебная дисциплина «Основы видео- и фотосъемки» ориентирует студентов на практическую деятельность будущих специалистов. Курс «Основы видео- и фотосъемки» предполагает изучение студентами основных приемов видео- и фотосъемки.

**Задачами курса** являются:

- ознакомление с приемами видео- и фотосъемки;
- ознакомление с требованиями, предъявляемыми к видео- и фотосъемке;
- изучение правил использования видео- и фотоматериалов при подготовке рекламных и PR-сообщений.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Основы видео- и фотосъемки» относится к дисциплинам по выбору вариативной части учебного плана ОПОП.

Для освоения дисциплины «Основы выставочной деятельности» студенты используют знания, умения, навыки, сформированные в процессе изучения дисциплин «Теория и практика массовой информации», «Основы рекламы», «Теория и практика связей с общественностью».

Содержание дисциплины «Основы видео- и фотосъемки» является необходимым компонентом в подготовке компетентных специалистов в рекламе и связей с общественностью, которое обеспечивает наполнение актуальным содержанием дисциплины профессионального цикла, и позволяет в дальнейшем применять полученные знания и умения в процессе изучения дисциплины «Коммуникационный менеджмент» и прохождения производственной практики.

Для достижения эффективных результатов обучения следует использовать систематический контроль над работой студентов, а так же различные формы обучения, как то:

1. чередование практических занятий с самостоятельной работой;

2. выделение теоретических понятий, запись их определений в глоссарий, рассчитанное на углубление содержания этих понятий в процессе дальнейшего освоения предмета.

3. работа с мультимедийными средствами, позволяющими изучать и анализировать всемирно известные образцы рекламных и PR-материалов.

### 3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

- 1) Знать: теоретические основы видео- и фото-производства (ПК-16);
- 2) Уметь: применять знания в области видео- и фотосъемки (ПК-16);
- 3) Владеть:

- способностью осуществлять под контролем подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы (ПК-16).

### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единицы, 216 часа.

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)							Объем учебной работы, с применением интерактивных методов (в часах / %)	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра), форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Консультации		Практические занятия	Лабораторные работы		СРС		
1	Введение в основы видео- и фото-дела	4		2			2			50	4/100%	
2	Современные технологии видео- и	4		2			4			90	6/100%	

	фотосъемки.											
3	Использование видео- и фото материалов при производстве рекламного и PR-продукта	4		2			4			60		6/100%
Всего				6			10			200	+	16/100%
												Зачет

## 5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Методы: демонстрации (видеофильмов, видео-конференций, видео-записи и т.д.), выступлений специалистов в области видео- и фото-производства с последующим обсуждением. Работа в телестудии в виде практикумов по темам учебной дисциплины.

Для достижения эффективных результатов обучения следует использовать систематический контроль над работой студентов, а так же различные формы обучения, как то:

4. чередование практических занятий с самостоятельной работой;
5. выделение теоретических понятий, запись их определений в глоссарий, рассчитанное на углубление содержания этих понятий в процессе дальнейшего освоения предмета.
6. работа с мультимедийными средствами, позволяющими изучать и анализировать всемирно известные образцы видео- и фотоматериалов.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах составляет 36 часов или 100 % аудиторных занятий. Занятия лекционного типа составляют 18 часов или 50% аудиторных занятий (определяется соответствующим ФГОС).

## 6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

**Вопросы для самостоятельной работы:**

1. История возникновения и этапы развития фотографии.
2. История возникновения и развития видеосъемки.
3. Современные технологии видео- и фотосъемки.
4. Программа «Adobe Photoshop» и работа в ней.
5. Программа «Adobe InDesign» и работа в ней.

6. Фотоаппаратура – современный инструмент исследования и познания окружающей нас действительности и средство массовой пропаганды.
7. Принадлежности к фотоаппаратуре, применяемые при подготовке к съёмке и во время её (оптические, механические, экспонометрические и осветительные приборы, адаптеры).
8. Правила обращения с аппаратурой, уход, хранение и техника безопасности.
9. Принцип передачи изображения. Передача цветной картинки.
10. Редактирование видео- и фотоматериалов.

### **Задания для контрольной работы**

1. Современные технологии видео- и фотосъёмки
2. Возможности информационных технологий в видео- и фотосъёмке.
3. Подготовить концепцию рекламного видеоролика на предложенную тему.
4. Предложить вариант рекламного видеоролика (30-40 секунд) на избранную тему.

### **Вопросы для зачета**

1. История возникновения и этапы развития фотографии.
2. История возникновения и развития видеосъёмки.
3. Современные технологии видео- и фотосъёмки.
4. Программа «Adobe Photoshop» и работа в ней.
5. Программа «Adobe InDesign» и работа в ней.
6. Фотоаппаратура – современный инструмент исследования и познания окружающей нас действительности и средство массовой пропаганды.
7. Принадлежности к фотоаппаратуре, применяемые при подготовке к съёмке и во время её (оптические, механические, экспонометрические и осветительные приборы, адаптеры).
8. Правила обращения с аппаратурой, уход, хранение и техника безопасности.
9. Принцип передачи изображения. Передача цветной картинки.
10. Редактирование видео- и фотоматериалов.
11. Особенности выбора аппаратуры: бытовая – профессиональная; цифровая; по формату и т.д.
12. Требования к использованию видео- и фотоматериалов в рекламных и PR-сообщениях.

## 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

а) основная литература\*:

1. Развитие телекоммуникаций. На пути к информационному обществу. (Развитие спутниковых телекоммуникационных систем): Уч. пос. для вузов / М.А. Быховский. - М.: Гор. линия-Телеком, 2014. - 436 с.: ил.; 60x88 1/16. (о) ISBN 978-5-9912-0405-7// <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785991204057.html>
2. Теория и практика массовой информации: Учебник / А.А. Марков, О.И. Молчанова, Н.В. Полякова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 252 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-16-006505-2// <http://znanium.com/bookread2.php?book=394706>
3. Баранов, Д. Е. PR: теория и практика [Электронный ресурс] : учебник / Д. Е. Баранов, Е. В. Демко, М. А. Лукашенко и др.; под ред. М. А. Лукашенко. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Синергия, 2013. - 352 с. - (Университетская серия). - ISBN 978-5-4257-0091-9// <http://znanium.com/bookread2.php?book=451097>

б) дополнительная литература\*:

1. Компьютерная графика и web-дизайн: Учебное пособие / Т.И. Немцова, Т.В. Казанкова, А.В. Шнякин. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 400 с. + CD-ROM: 60x90 1/16. - (Профессиональное образование). (переплет, cd rom) ISBN 978-5-8199-0593-7// <http://znanium.com/bookread2.php?book=458966>
2. Профессия - продюсер кино и телевидения. Практические подходы [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Продюсерство кино и телевидения» и другим кинематографическим специальностям / под ред. В. И. Сидоренко, П. К. Огурчикова. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 711 с. - (Серия «Медиаобразование»). - ISBN 978-5-238-01810-2.// <http://znanium.com/bookread2.php?book=390209>
3. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-рилейшнз: Учебное пособие/Гундарин М. В., 2-е изд., испр. и доп. - М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 312 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование) (Обложка. КБС) ISBN 978-5-91134-464-1// <http://znanium.com/bookread2.php?book=493364>

г) интернет-ресурсы:

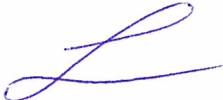
[www.sovetsnik.com](http://www.sovetsnik.com)

## 8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Аудитории Д 1-4 на 50 мест, специально оборудованные для занятий видео- и фотопроизводством.

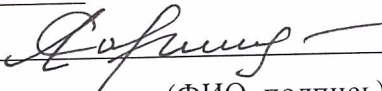
Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Рабочую программу составил  С.Ю.Соколова, доцент, канд. филос. наук

Рецензент  А.Н.Филинов, директор ГТРК «Владимир»

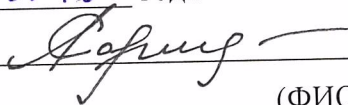
Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры персо

Протокол № 1 от 29.08.16 года

Заведующий кафедрой   
(ФИО, подпись)

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии направления \_\_\_\_\_

Протокол № 1 от 29.08.16 года

Председатель комиссии   
(ФИО, подпись)