

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ярошенко Николай Николаевич
Должность: проректор по учебно-методической деятельности
Дата подписания: 08.06.2026 16:26:21
Уникальный программный ключ:
25cc77c6d2a242799b1569189212ec549db4bb3f

Федеральное государственное бюджетное учреждение высшего образования

Московский государственный институт культуры

УТВЕРЖДЕНО
Председатель УМС
факультета МАИС
Ю.В.Кот

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

РЕКЛАМНАЯ ФОТОГРАФИЯ

Направление подготовки (специальность) : 50.03.02 Изящные искусства

Профиль подготовки (специализация) : Художественная фотография.

Квалификация (степень) выпускника : бакалавр

Форма обучения: очная

Предмет «Рекламная фотография» относится к группе творческих дисциплин. Это предполагает целый ряд специфических особенностей самостоятельной работы студентов.

Прежде всего необходимо проанализировать задание педагога, определить его место в процессе развития индивидуальных творческих способностей студента.

Необходимо помнить, что любая творческая деятельность начинается с ответа на три вопроса: что?, зачем? и как?. Ответы на эти вопросы составляют творческий ЗАМЫСЕЛ произведения.

Вопрос «что?» определяет тему произведения; «зачем?» - идею, основную мысль, «сверхзадачу»; и, наконец, ответ на вопрос «как?» определяет выбор изобразительных средств и творческих приемов для достижения замысла.

Как рождается замысел? Пожалуй, ни один автор не даст четкого объяснения этого процесса. Порой идея будущего произведения появляется буквально из ничего. Замысел может родиться из случайного взгляда, игры света и тени, цветовых сочетаний, формы предмета, увиденной мизансцены или картины, из разы литературного произведения, газетной публикации, случайно услышанной реплики или музыкального произведения.

Для фотохудожника крайне важно обладать способностью видеть, т.е. замечать в обыденной, повседневной жизни интересные моменты, объекты, ситуации, знаки, способные дать толчок творческой мысли. С целью развития этой способности целесообразно вести творческий дневник, в котором записывать замыслы будущих произведений, наблюдения, зарисовки и т.п.

Как правило те произведения получают наиболее интересными, создание которых было продумано автором до мелочей. Помните, что фотография рождается в голове фотографа задолго до того, как вы нажмете на кнопку затвора

При выборе темы будущего произведения необходимо помнить, что тема должна отвечать следующим параметрам: оригинальностью, новизной, значимостью и (что особенно важно для любого визуального произведения) изобразительными возможностями.

Когда мы говорим, что тема должна быть оригинальной, мы имеем в виду, что нужно избегать банальности, штампов. Для этого есть старый проверенный рецепт, При решении любой творческой задачи старайтесь отбрасывать 3-4 варианта решения которые первыми приходят в голову. Как правило это и есть штампы, услужливо предлагаемые нам подсознанием.

Следующий этап создание произведения – непосредственно съемка материала.

Здесь нужно помнить несколько моментов. Отправляясь на съемку, постарайтесь представить, что вас может ждать на месте съемки. Проверьте исправность оборудования, зарядите аккумуляторы, возьмите запасные зарядные устройства, достаточный запас пленки и запасные карты памяти. Подумайте, какие дополнительные приспособления могут вам пригодиться.

Иногда очень полезным бывает нарисовать схему кадра, размещения объектов и осветительных приборов.

Во время съемки рекомендуется делать дубли с разной экспозицией и с разных точек съемки.

И последний важный момент. Очень большую роль в процессе создания авторского произведения в области фотоискусства является его оформление. Это неотъемлемая часть творческого процесса. Оформление является продолжением вашего замысла. Кроме того, от цвета паспарту, его размера, наклейки на пенокартон или оформления в раму зависит сила впечатления от работы.

Самостоятельной работой по предмету «Искусство цветной фотографии» является выполнение серии цветных фотографий по произвольно выбранной теме. Фотографии должны быть выполнены в разных жанрах.

Рекомендации по выполнению индивидуальных творческих проектов по темам:

1. Фотореклама товара (хлебобулочные изделия)

Рекомендуется использовать классический павильон и большим набором осветительных приборов. Хлебобулочные изделия выигрышнее смотрятся на светлом фоне. Желательно придать им естественный блеск с помощью маслянистых жидкостей. Тщательно продумайте композицию, наличие в кадре дополнительных элементов (чайник, мука, сахар, цветы в вазе и т.п.)

2. Фотореклама товара (яблоки отечественные)

Рекомендации: сельскохозяйственная продукция, в частности яблоки больше привлекают потребителя, если в кадре есть элементы природы (сада, деревенский пейзаж и т.п.). Выигрышно смотрятся на плодах капли росы (дождя). Рекомендуется подумать над схемой освещения, имитирующей естественное.

3. Фотореклама товара (творог)

Рекомендуется снимать в павильоне при рассеянном освещении. Молочные продукты хорошо гармонируют с элементами интерьера сине-голубой цветовой гаммы.

4. Фотореклама товара (ковры ручной работы)

Рекомендуется разработать сюжет в котором будут присутствовать либо орудия труда для ковроткачества, либо люди, занимающиеся этим ремеслом. Необходимо подчеркнуть фотографическими способами уникальность данного вида продукции и их исключительные качества.

5. Фотореклама товара (зубная паста)

Рекомендуется снимать в павильоне, используя прием «световая кисть». Как правило данная продукция выпускается в яркой разноцветной упаковке, поэтому остальные элементы и фон лучше использовать нейтральные по цвету.

6. Фотореклама товара (докторская колбаса)

Рекомендуется использовать для съемки не очень дорогие сорта колбасы, т.к. они лучше смотрятся на фотографии из-за большого количества красителей. Желательно использовать дополнительные элементы, привлекающие к товару (хлеб, масло, молоко и т.п.) напоминающими о экологической чистоте продукта.

7. Фотореклама товара (морская соль)

Рекомендуется использовать в композиции морские пейзажи, либо элементы (раковины, рыб, морской песок, пальмы и т.п.)

8. Фотореклама товара (чай Краснодарский)

Рекомендуется использовать фотопавильон в котором есть условия для макросъемки (бокс для бестеновой предметной съемки), необходимо так-же ознакомиться с приемами съемки стекла.

9. Фотореклама товара (елочные шары)

Рекомендуется использовать в композиции элементы новогоднего декора и цветное освещение. Съемка-павильонная.

10. Фотореклама товара (автомобиль Лада-Калина)

Рекомендуется использовать в композиции красивые среднерусские пейзажи. Сам продукт – автомобиль (те его части, которые попадут в кадр)необходимо обработать специальными составами для особого блеска. Используйте противобликовые светофильтры.

Процесс изучения дисциплины предусматривает контактную (работа на занятиях лекционного, практического и индивидуального типов) и самостоятельную (самоподготовка к занятиям практического и индивидуального типов) работу обучающегося.

В качестве основной формы организации учебного процесса по дисциплине в предлагаемой методике обучения выступает использование активных и интерактивных форм проведения занятий (практические занятия, дискуссии, разбор конкретных сценариев) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

Лекционные занятия дают необходимый фундамент теоретических знаний по кинодраматургии, формируют словарный запас профессиональной деятельности, разбирают законы драматургического построения истории, характера героя и сюжета фильма, рассматриваются различные подходы и концепции развития сценария фильма, что способствует всестороннему развитию творческих дарований студентов. На лекционных занятиях излагаются темы дисциплины, предусмотренные рабочей программой, акцентируется внимание на наиболее принципиальных и сложных вопросах дисциплины, устанавливаются вопросы для самостоятельной проработки.

Проводимые в активной и интерактивной форме **практические занятия** должны воспитать в начинающих продюсерах взыскательное отношения к слову и ко всем компонентам драматургии сценария и фильма. В процессе проведения практических занятий студенты разбирают сценарные работы,

придумывают сюжеты будущих работ, осматривают фильмы, делают драматургический анализ фильма. Содержание дисциплины разбито по годам обучения. Основной задачей первого года обучения является формирование правильного представления о сущности киноискусства, его общественной функции, места и роли сценария в творческом процессе создания фильма. В ходе занятий студент узнает о средствах кинематографической выразительности, получает навыки умения видеть и слышать написанное, формирование образного мышления. Это достигается системой выполнения малой формы сценарных заданий (написание логлайнов, питчей) и изучением сценариев короткометражных фильмов. Основными видами сценарных работ на втором году обучения являются написание сценарной заявки, синопсиса и сценария короткометражного фильма. В сценариях короткометражных фильмов должно ощутимо выразиться понимание специфики создания сценария фильма, сложности реализации творческих задач и постановочная часть будущего фильма. По окончании, студенты создают предполагаемую смету будущего фильма, а также план дальнейшего продвижения сценарного проекта. Главной целью дисциплины «Кинодраматургия» является установление сопряженности с базовой дисциплиной «Мастерство продюсера кино и телевидения», формирование навыков работы над собственными сценариями короткометражных фильмов, а также приобретения навыков командной работы с кинодраматургами и режиссерами. Одна из основных специфик кинематографической профессии продюсера, - это координация и умение работать в творческой команде. При написании сценария короткометражного фильма (оригинального сценария) студенты могут привлекать к творчеству кинодраматургов, обучающихся на параллельном курсе. Одной из задач дисциплины «Кинодраматургия» является развитие дарования молодых людей, наделенных способностями к кинематографическому мышлению, выявление их творческих индивидуальностей, подготовка студентов к профессиональной работе над сценариями игровых и документальных фильмов.

Индивидуальные занятия преподавателей с каждым студентом предполагают: ознакомление со всеми вариантами его работ, критический их разбор совместно с автором, составление в необходимых случаях списка исправлений, направление работы студента в правильное конструктивное русло. Учебный процесс представляет собой определенное единство, которое включает в себя следующие элементы: последовательное овладение студентами основами кинодраматургии. Восхождение от локальных задач к более сложным, требующим наибольшей художественной и профессиональной самостоятельности. Возвращение в случае необходимости к ранее пройденным заданиям для их более углубленной разработки. Занятия индивидуального типа способствуют более глубокому пониманию материала всего учебного курса, закрепление теоретического материала на практическом примере, индивидуальное раскрытие каждого студента под контролем преподавателя, а также развитию, формированию и становлению различных

уровней составляющих профессиональной компетентности студентов.

Методика преподавания дисциплины предполагает определенный объем **самостоятельной работы** студентов над заданиями преподавателей, такими как сочинение логлайнов, питчей, сценарных заявок и синопсисов, сценариев короткометражных фильмов. Для оптимального усвоения студентами материала такого интеллектуально сложного предмета успешного написания творческих заданий, настоящей необходимостью является систематическое и по-настоящему заинтересованное чтение литературы по кинодраматургии. Тем более что такого рода чтение способствует не только успешному прохождению курса, но и значительно расширяет горизонты личностного роста студента. Список литературы подготовленной для самостоятельного изучения прилагается в разделе 8.1 в виде «Основного» и «Дополнительного» списка рекомендованной литературы. В рамках изучаемых тем в качестве самостоятельной работы предусмотрен систематический просмотр в домашних условиях фильмов, ставших классикой мирового кино с последующим их разбором и обсуждением на практических занятиях.

Целью самостоятельной работы студентов является формирование творческого мышления и сознания, способствующих профессиональному ориентированию в современной жизни.

Самостоятельная работа студентов по дисциплине «Кинодраматургия» обеспечивает:

- закрепление знаний, полученных студентами в процессе занятий лекционного и практического, индивидуального типов;
- формирование навыков работы с периодической, научной литературой, текстами сценариев и информационными ресурсами Интернет;
- формирование творческого мышления и развития творческих навыков;
- формирование творческой личности и развитие в профессиональной среде.

Подготовка к семинарскому занятию

Подготовка к семинарскому занятию включает в себя несколько этапов: 1) теоретический. Здесь происходит знакомство с рекомендованной литературой, оформленной в виде конспектов, рефератов, докладов;

2) теоретико-практический. Помогает обогатить теоретические знания фактическим материалом. На этом этапе деятельности студенты фиксируют результаты исследований, подбирают практический материал (таблицы, графики, консультации, справки, аннотации);

3) презентационный. Позволяет студентам продумать тактику выступления перед аудиторией.

Тема №1 Планирование рекламы

Вопросы к семинару:

1. Планирование рекламы и маркетинг.
2. Пилотажное исследование рекламной кампании.
3. Рекламная кампания как система мероприятий.

Тема №2. Типология фоторекламы

Вопросы к семинару:

1. Виды и тип. фоторекламы
2. Специфика эстетического языка фоторекламы.
3. Оборудование для съемки рекламных фотографий

Литература: Хилько Н.Ф. Технология фоторекламы: учебн.пособие. Омский гос.ун-т- Омск, 2005

Головко Б.Н. Теория и практика фоторекламы: учебн.пособие. –СПб, Изд-во Михайлова В.А., 2005.

Тема №1 Планирование рекламы

Вопросы к семинару:

4. Планирование рекламы и маркетинг.
5. Пилотажное исследование рекламной кампании.
6. Рекламная кампания как система мероприятий.

Тема №2. Типология фоторекламы

Вопросы к семинару:

4. Виды и тип. фоторекламы
5. Специфика эстетического языка фоторекламы.
6. Оборудование для съемки рекламных фотографий

Литература: Хилько Н.Ф. Технология фоторекламы: учебн.пособие. Омский гос.ун-т- Омск, 2005

Головко Б.Н. Теория и практика фоторекламы: учебн.пособие. –СПб, Изд-во Михайлова В.А., 2005.

ТЕСТ ПО ПРЕДМЕТУ

1. В каком веке появилась рекламная фотография?
2. Назовите основные функции данного вида фотографии
3. Какими изобразительными средствами пользуется рекламная фотография
4. Какие функции выполняет рекламное агентство.
5. Какие жанры фоторекламы вы знаете?
6. В каких сферах используется рекламная фотография?
7. От чего зависит эффективность фоторекламы?
8. На каких психологических законах основано восприятие фоторекламы?
9. Какие существуют особенности работы со светом в рекламной фотографии?
10. Съемка каких объектов наиболее часто используется в рекламной фотографии?

Критерии оценки

«Аттестован» Знание и владение понятийным аппаратом, умение определить место той или иной темы в общем порядке изучения тем по дисциплине. Точное определение круга основных вопросов по теме, умение изложить суть содержания каждого вопроса.

«Не аттестован» Незнание основных понятий, грубые категориальные ошибки, неумение ясно изложить суть основных вопросов.

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОДГОТОВКЕ К ЗАЧЕТУ и ЭКЗАМЕНУ

Экзамен является формой итогового контроля знаний и умений, полученных на лекциях, семинарских, практических занятиях и процессе самостоятельной работы.

Экзамен, (зачет) дает возможность преподавателю:

- выявить уровень освоения обучающимися программы учебной дисциплины;
- оценить формирование определенных знаний и навыков их использования, необходимых и достаточных для будущей самостоятельной работы;
- оценить умение обучающихся творчески мыслить и логически правильно излагать ответы на поставленные вопросы.

Экзамен, зачет проводится в форме собеседования, в процессе которого обучающийся отвечает на вопросы преподавателя, сформулированные в билете.

В период подготовки к экзамену и зачету обучающиеся вновь обращаются к пройденному учебному материалу. При этом они не только закрепляют полученные знания, но и получают новые.

Подготовка обучающихся к зачету и экзамену включает в себя три этапа:

- самостоятельная работа в течение семестра;
- непосредственная подготовка в дни, предшествующие к экзамену по темам курса;
- подготовка к ответу на вопросы, содержащиеся в билетах.

Литература для подготовки к зачету, экзамену рекомендуется преподавателем.

Для полноты учебной информации и ее сравнения лучше использовать не менее двух учебников. Обучающийся вправе сам придерживаться любой из представленных в учебниках точек зрения по спорной проблеме (в том числе отличной от преподавателя), но при условии достаточной научной аргументации.

Основным источником подготовки к экзамену является конспект лекций, где учебный материал дается в систематизированном виде, основные положения его детализируются, подкрепляются современными фактами и

информацией, которые в силу новизны не вошли в опубликованные печатные источники. В ходе подготовки к экзамену студентам необходимо обращать

внимание не только на уровень запоминания, но и на степень понимания излагаемых проблем..

Экзамен проводится по вопросам, охватывающим весь пройденный материал. По окончании ответа преподаватель может задать обучающемуся дополнительные и уточняющие вопросы. Положительным также будет стремление студента изложить различные точки зрения на рассматриваемую проблему, выразить свое отношение к ней, применить теоретические знания по современным проблемам коммуникаций. Результаты экзамена объявляются студенту после окончания его ответа в день сдачи.

Результаты экзамена объявляются студенту после окончания ответа в день сдачи.

Критерии оценки:

- правильность ответа по содержанию задания (учитывается количество и характер ошибок при ответе);
- полнота и глубина ответа (учитывается количество усвоенных фактов, понятий и т.п.);
- сознательность ответа (учитывается понимание излагаемого материала);
- логика изложения материала (учитывается умение строить целостный, последовательный рассказ, грамотно пользоваться специальной терминологией);
- рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи (учитывается умение использовать наиболее прогрессивные и эффективные способы достижения цели);
- своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе (учитывается грамотно и с пользой применяемая наглядность и демонстрационный опыт при устном ответе);
- использование дополнительного материала (обязательное условие);
- рациональность использования времени, отведенного на задание (не одобряется затянутость выполнения задания, устного ответа во времени, с учетом индивидуальных особенностей студентов).

ПРИМЕРНЫЕ ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ:

1. Роль рекламы в рыночной экономике.
2. Маркетинг и его составляющие (товарная политика, ценообразование, транспортировка и складирование, продажа и реклама).
3. Принцип организации отдела в крупных компаниях – по товарному, территориальному, функциональному, признаку.
4. Единый рекламный стиль. Видеорелиз. Выбор тем и девизов рекламных компаний.

5. Функции рекламного агентства.
6. Ведущие рекламопроизводители в России, их достижения и престиж. Влиятельные международные агентства.
7. Общая классификация рекламоносителей.
8. Компьютерно - электронная система «Телемаркет».
9. Координация рекламы в системе маркетинга.
10. Координация рекламных усилий при разработке нового товара.
11. Ценообразование в рекламе.
12. Саморегулирование рекламной деятельности. «Международный кодекс рекламы» и национальные кодексы рекламы.
13. Реклама и охрана авторского права.
14. Психологическое воздействие рекламы на потребителей.
15. Основные разновидности («жанры») видеоспота.
16. Музыка как фон дикторского текста. Порядок показа оригинальной музыки для рекламы.
17. Способы удешевления рекламного производства на местной студии (место съемок, сотрудничество с заказчиком, использование фильмотеки, слайдов).
18. Основные элементы аудиорекламы – слово, шумовые эффекты и музыка.
19. Продвижение радио- и телепередач к аудитории – «промоушн».
20. Рекламные кампании «вне эфира» - в специализированной и общей прессе, подарки и сувениры с эмблемой станции, прямая почтовая рассылка.

Критерии оценки

Зачтено Знание и владение понятийным аппаратом, умение определить место той или иной темы в общем порядке изучения тем по дисциплине. Точное определение круга основных вопросов по теме, умение изложить суть содержания каждого вопроса.

Незачтено Незнание основных понятий, грубые категориальные ошибки, неумение ясно изложить суть основных вопросов.

ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература.

1. Хилько Н.Ф. Технология фоторекламы: учебн. пособие, Омский гос. Университет. Омск, 2005.
2. Головкин Б.Н. Теория и практика фоторекламы: учебн. пособие. СПб. Из-во Михайлова, 2005.

Дополнительная литература.

1. Панкратов Ф. Г., Баженов Ю. К., Серегина Т. К., Шахурин В. Г. Рекламная деятельность: Учебник для студентов высших учебных заведений. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 2001. — 364 с.
2. Боров В.Ю., Коваленко А.В. Культура и массовая коммуникация.— М.: Наука, 1986.
3. Нечай О.Ф. Ракурсы: о телевизионных коммуникациях и эстетике.— М., 1990.
4. Тоффлер О. Столкновение с будущим // Запад вблизи. Современная документальная проза.— М.: Прогресс, 1982.— С. 711—743.

Доступ к ЭБС:

- 1.ООО «Электронное издательство «ЮРАЙТ»
2. ООО «Издательство «ЛАНЬ»
3. ООО «Центральный коллектор библиотек «Бибком»

Составитель: Каламкаров М.Р., доцент