Автономная некоммерческая организация высшего образования
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

# Рабочая программа дисциплины

## Режиссура сериалов, клипов, рекламных роликов

| | |
|---|---|
| *Специальность* | Режиссура кино и телевидения |
| *Код* | 55.05.01 |
| *Специализация* | Режиссер игрового кино- и телефильма |
| *Квалификация выпускника* | Режиссер игрового кино- и телефильма |

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 039CF0930035B466A44637ABB04B6AF49F
Владелец: ПОПОВ ВАСИЛИЙ ГАВРИИЛОВИЧ
Действителен: с 23.04.2026 до 23.07.2027

**Москва**
**2022**

**1. Перечень кодов компетенций, формируемых дисциплиной в процессе освоения образовательной программы**

| Группа компетенций | Категория компетенций | Код |
|---|---|---|
| **Профессиональные** | - | ПК-8 |
| **Профессиональные** | - | ПК-13 |

**2. Компетенции и индикаторы их достижения**

| Код компетенции | Формулировка компетенции | Индикаторы достижения компетенции |
|---|---|---|
| ПК-8 | Способен владеть технологией аудиовизуального производства с учетом специализации – от написания режиссерского сценария до окончательной экранной версии произведения на материальном носителе, предназначенной для публичного использования | ПК-8.1. знает основы производства аудиовизуального продукта;<br>ПК-8.2 умеет анализировать литературные сценарии; разрабатывать режиссерские сценарии; создавать раскадровки; организовывать съемочную группу; анализировать и обрабатывать (монтировать на базовом уровне) отснятые материалы;<br>ПК-8.3 владеет технологиями создания аудиовизуального произведения; методами работы с творческим коллективом; информацией о работе коллектива на всех этапах производства. |
| ПК-13 | Способен к созданию телевизионного контента (ТВ фильмы, спортивные и музыкальные программы, информационно-аналитические программы и трансляции, межпрограммные проекты, реклама и клипы) | ПК-13.1 знает основы производства ТВ контента; основы операторского мастерства; основы психологии потребителя;<br>ПК-13.2 умеет анализировать материал; формулировать концепцию; добиваться максимально полной реализации замысла; приобретать с помощью информационных технологий и других источников использовать информацию в практической деятельности создания фильма новую информацию;<br>ПК-13.3 владеет навыками репортажной съемки |

## 3. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине и критериев оценки результатов обучения по дисциплине

### 3.1. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине

Планируемые результаты обучения по дисциплине представлены дескрипторами (знания, умения, навыки).

| **Дескрипторы по дисциплине** | **Знать** | **Уметь** | **Владеть** |
|---|---|---|---|
| **Код компетенции** | **ПК-8** | | |
| | - основы производства аудиовизуального продукта;<br>- как разрабатывать режиссерские сценарии;<br>- методы работы с творческим коллективом | - выбирать подходы к производству аудиовизуального продукта;<br>- анализировать литературные сценарии;<br>- создавать раскадровки;<br>- управлять информацией о работе коллектива на всех этапах производства | - основными технологиями производства аудиовизуального продукта;<br>- организовывать съемочную группу;<br>- анализировать и обрабатывать (монтировать на базовом уровне) отснятые материалы;<br>- технологиями создания аудиовизуального произведения |
| **Код компетенции** | **ПК-13** | | |
| | - основные драматургические понятия и основные понятия сценарного мастерства;<br>- о лучших коммерческих и художественных образцах сериальной, клиповой, рекламной телепродукции;<br>- особенности сюжетопостроения рекламных блоков, сериалов, клипов | - анализировать особенности сюжетопостроения рекламных клипов;<br>- объективно оценивать новизну и оригинальность киноиндустрии;<br>- анализировать особенности сюжетопостроения рекламных блоков, сериалов, клипов | - навыком написания сценария рекламного фильма, сериала, клипа;<br>- навыком редактуры и доводки сценария;<br>- навыком создания аннотаций и анализа объектов рекламы, сериалов, клипов;<br>- написания сценария по собственным замыслам и темам |

## 4. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Режиссура сериалов, клипов, рекламных роликов» является дисциплиной обязательной части учебного плана ОПОП.

Дисциплина находится в логической и содержательно-методической взаимосвязи с такими дисциплинами, как: «Режиссура игрового кино», «Кинооператорское мастерство», «Семинар по современному игровому кино», и др.

В рамках освоения программы специалитета выпускники готовятся к решению задач профессиональной деятельности следующих типов: художественно-творческий, творческопроизводственный.

Специализация программы установлена путем её ориентации на сферу профессиональной деятельности выпускников: Режиссер игрового кино-и телефильма.

## 5. Объем дисциплины

| ***Виды учебной работы*** | | ***Формы обучения*** |
|---|---|---|
| | | ***Очная*** |
| **Общая трудоемкость**: зачетные единицы/часы | | 3/108 |
| **Контактная работа**: | | |
| | Занятия лекционного типа | 28 |
| | Занятия семинарского типа | 28 |
| | Промежуточная аттестация: **зачет /экзамен** | 18,1 |
| **Самостоятельная работа** (СРС) | | 33,9 |

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

### 6.1. Распределение часов по разделам/темам и видам работы

#### 6.1.1. Очная форма обучения

| **№ п/п** | **Раздел/тема** | **Виды учебной работы (в часах)** | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | **Контактная работа** | | | | | | Самостоятельная работа |
| | | **Занятия лекционного типа** | | **Занятия семинарского типа** | | | | |
| | | *Лекции* | *Иные учебные занятия* | *Семинары* | *Практические занятия* | *Лабораторные раб.* | *ИЗ* | |
| 1. | Тема 1. Введение Роль рекламы, сериала, клипа на современном телевидении. | 4 | | | 4 | | | 4 |

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2. | Тема 2. Основные этапы развития современного телевидения | 4 | | | 4 | | | 4 |
| 3. | Тема 3. Основные отличия сценариев сериалов, клипов, рекламных фильмов от других сценариев. | 4 | | | 4 | | | 4 |
| 4. | Тема 4. Трансформация основных понятий кинодраматургии в сериальном, клиповом, рекламном сценарии | 4 | | | 4 | | | 4 |
| 5. | Тема 5. Выработка концепции. | 4 | | | 4 | | | 4 |
| 6. | Тема 6. Написание сценария, как конкретное драматургическое воплощение идеи и образа | 4 | | | 4 | | | 4 |
| 7. | Тема 7. Формирование и воплощение режиссерского замысла | 2 | | | 2 | | | 4 |
| 8. | Тема 8. Режиссерская трактовка образов-характеров | 2 | | | 2 | | | 5,9 |
| | **Промежуточная аттестация** | **18,1** | | | | | | |
| | **Итого** | **28** | | | **28** | | | **33,9** |

## 6.2. Программа дисциплины, структурированная по темам / разделам

### 6.2.1. Содержание лекционного курса

| № п/п | Наименование темы (раздела) дисциплины | Содержание лекционного курса |
|---|---|---|
| 1. | Тема 1. Введение. Роль рекламы, сериала, клипа на современном телевидении. | Определение современной телерекламы. Формы и методы. Краткая характеристика литературы. Творческая и коммерческая составляющая сериала, клипа, рекламного ролика. Понятие сериальной, клиповой, рекламной драматургии. Анализ и прогнозирование |

| | | |
|---|---|---|
| | | зрительского восприятия. Значение сценария в процессе создания сериала, клипа, рекламного ролика. |
| 2. | Тема 2. Основные этапы развития современного телевидения | Выделение производства рекламных фильмов в отдельную область телевизионного процесса. Связь между рекламой и экономикой. Составляющие рекламного процесса. Эффективность телерекламы. Рейтинги. Появление телерекламы в России (1998 г). Краткая история развития российской телерекламы. Обзор современного состояния российского рынка. Его развитие и перспективы. Особенности рекламной политики крупнейших телекомпании России и других стран. Фестивали рекламных фильмов. |
| 3. | Тема 3. Основные отличия сценариев сериалов, клипов, рекламных фильмов от других сценариев. | Виды сценариев. Особенности написания сценария с учетом спецификации. Авторский замысел. Концепция и идея. Заявка, синопсис, основные формы написания сценария. Четырехчастная схема рекламного ролика. Своеобразие композиции. Всесторонние изучение предмета. Сужение драматургического пространства, обусловленное требованиями, сериала клипа, рекламодателя и спецификой предмета рекламы. Информация о товаре (объекте рекламы, субъекте рекламы). |
| 4. | Тема 4. Трансформация основных понятий кинодраматургии в сериальном, клиповом, рекламном сценарии | Материал, тема, идея, сюжет. Временные рамки сценария и особенности его композиции. Стандартная форма сценария. Левый ряд - зрительные образы, правый - текст. Произвольные формы сценария. Основные этапы работы над телевизионным роликом, сериалом. Неожиданная «живая» идея. |
| 5. | Тема 5. Выработка концепции. | Разработка идеи. Визуальное выражение. Поиск и анализ «драмы» заложенной в объекте сериала, клипа, рекламного фильма. Раскрытие через «драму» (конфликт) сущности. |
| 6. | Тема 6. Написание сценария, как конкретное драматургическое воплощение идеи и образа | Сценарий фильма и основные законы драматургии. Упрощение основных законов. Классическая схема построения сценария: экспозиция - завязка - развитие действия - кульминация - развязка. Схема построения сценария (вариант): экспозиция - завязка - поворот - вывод. Экспозиция. Введение зрителя в ситуацию, обозначение границ условности, места и времени действия, представление действующих лиц. Точность и лаконичность - основные требования к завязке. Реализация минимальным количеством планов. Возможность слияния завязки и экспозиции в сценарии. Завязка. Событие, приводящие к раскрытию свойств объекта рекламы. В основе событий - конфликт, |

| | | |
|---|---|---|
| | | раскрывающий «драму» объекта. Концентрация внимания зрителя на происходящих событиях. Визуальное выражение конфликта. «Кризисная» ситуация в которой развивается конфликт, диктуемая ограниченным временем. Главные герои. Направление всех действий главного героя на раскрытие потребительских свойств объекта. Главный герой - главное действующее лицо. Поворот: Поворот в течении событий, происходящих в фильме, приводящий к тому, что «напряжение», созданное в завязке, выливается в разрешение проблемы. Мотивация поворота. Проистекание поворота из предшествующих событий. Неожиданность поворота. Привлечение внимания зрителя. Вывод: Завершение сюжета с драматургической и рекламной точек зрения. |
| 7. | Тема 7. Формирование и воплощение режиссерского замысла | Совместная работа над конкретизацией этого замысла с оператором, художником, композитором. Определение идеи фильма, которой подчинены все действия персонажей, все события в сценарии. Определение стилевых особенностей и приемов съемки с оператором. Работа над эскизами декораций. Определение изобразительного решения фильма в целом и каждого эпизода как части целого. |
| 8. | Тема 8. Режиссерская трактовка образов-характеров | Процесс становления и развития этих образов, определение роли каждого в раскрытии основного конфликта. |

### 6.2.2. Содержание практических занятий

| № п/п | Наименование темы (раздела) дисциплины | Содержание практических занятий |
|---|---|---|
| 1. | Тема 1. Введение. Роль рекламы, сериала, клипа на современном телевидении. | Определение современной телерекламы. Формы и методы. Краткая характеристика литературы. Творческая и коммерческая составляющая сериала, клипа, рекламного ролика. Понятие сериальной, клиповой, рекламной драматургии. Анализ и прогнозирование зрительского восприятия. Значение сценария в процессе создания сериала, клипа, рекламного ролика. |

| | | |
|---|---|---|
| 2. | Тема 2. Основные этапы развития современного телевидения | Выделение производства рекламных фильмов в отдельную область телевизионного процесса. Связь между рекламой и экономикой. Составляющие рекламного процесса. Эффективность телерекламы. Рейтинги. Появление телерекламы в России (1998 г). Краткая история развития российской телерекламы. Обзор современного состояния российского рынка. Его развитие и перспективы. Особенности рекламной политики крупнейших телекомпании России и других стран. Фестивали рекламных фильмов. |
| 3. | Тема 3. Основные отличия сценариев сериалов, клипов, рекламных фильмов от других сценариев. | Виды сценариев. Особенности написания сценария с учетом спецификации. Авторский замысел. Концепция и идея. Заявка, синопсис, основные формы написания сценария. Четырехчастная схема рекламного ролика. Своеобразие композиции. Всесторонние изучение предмета. Сужение драматургического пространства, обусловленное требованиями, сериала клипа, рекламодателя и спецификой предмета рекламы. Информация о товаре (объекте рекламы, субъекте рекламы). |
| 4. | Тема 4. Трансформация основных понятий кинодраматургии в сериальном, клиповом, рекламном сценарии | Материал, тема, идея, сюжет. Временные рамки сценария и особенности его композиции. Стандартная форма сценария. Левый ряд - зрительные образы, правый - текст. Произвольные формы сценария. Основные этапы работы над телевизионным роликом, сериалом. Неожиданная «живая» идея. |
| 5. | Тема 5. Выработка концепции. | Разработка идеи. Визуальное выражение. Поиск и анализ «драмы» заложенной в объекте сериала, клипа, рекламного фильма. Раскрытие через «драму» (конфликт) сущности. |
| 6. | Тема 6. Написание сценария, как конкретное драматургическое воплощение идеи и образа | Сценарий фильма и основные законы драматургии. Упрощение основных законов. Классическая схема построения сценария: экспозиция - завязка - развитие действия - кульминация - развязка. Схема построения сценария (вариант): экспозиция - завязка - поворот - вывод. Экспозиция. Введение зрителя в ситуацию, обозначение границ условности, места и времени действия, представление действующих лиц. Точность и лаконичность - основные требования к завязке. Реализация минимальным количеством планов. Возможность слияния завязки и экспозиции в сценарии. Завязка. Событие, приводящие к раскрытию свойств объекта рекламы. В основе событий - конфликт, раскрывающий «драму» объекта. Концентрация внимания зрителя на происходящих событиях. |

| | | |
|---|---|---|
| | | Визуальное выражение конфликта. «Кризисная» ситуация в которой развивается конфликт, диктуемая ограниченным временем. Главные герои. Направление всех действий главного героя на раскрытие потребительских свойств объекта. Главный герой - главное действующее лицо. Поворот: Поворот в течении событий, происходящих в фильме, приводящий к тому, что «напряжение», созданное в завязке, выливается в разрешение проблемы. Мотивация поворота. Проистекание поворота из предшествующих событий. Неожиданность поворота. Привлечение внимания зрителя. Вывод: Завершение сюжета с драматургической и рекламной точек зрения. |
| 7. | Тема 7. Формирование и воплощение режиссерского замысла | Совместная работа над конкретизацией этого замысла с оператором, художником, композитором. Определение идеи фильма, которой подчинены все действия персонажей, все события в сценарии. Определение стилевых особенностей и приемов съемки с оператором. Работа над эскизами декораций. Определение изобразительного решения фильма в целом и каждого эпизода как части целого. |
| 8. | Тема 8. Режиссерская трактовка образов-характеров | Процесс становления и развития этих образов, определение роли каждого в раскрытии основного конфликта. |

### 6.2.3. Содержание самостоятельных занятий

| № п/п | Наименование темы (раздела) дисциплины | Содержание самостоятельных занятий |
|---|---|---|
| 1. | Тема 1. Введение. Роль рекламы, сериала, клипа на современном телевидении. | Определение современной телерекламы. Формы и методы. Краткая характеристика литературы. Творческая и коммерческая составляющая сериала, клипа, рекламного ролика. Понятие сериальной, клиповой, рекламной драматургии. Анализ и прогнозирование зрительского восприятия. Значение сценария в процессе создания сериала, клипа, рекламного ролика. |
| 2. | Тема 2. Основные этапы развития современного телевидения | Выделение производства рекламных фильмов в отдельную область телевизионного процесса. Связь между рекламой и экономикой. Составляющие рекламного процесса. Эффективность телерекламы. Рейтинги. Появление телерекламы в России (1998 г). Краткая история развития российской телерекламы. Обзор современного состояния российского рынка. Его развитие и перспективы. Особенности рекламной |

| | | |
|---|---|---|
| | | политики крупнейших телекомпании России и других стран. Фестивали рекламных фильмов. |
| 3. | Тема 3. Основные отличия сценариев сериалов, клипов, рекламных фильмов от других сценариев. | Виды сценариев. Особенности написания сценария с учетом спецификации. Авторский замысел. Концепция и идея. Заявка, синопсис, основные формы написания сценария. Четырехчастная схема рекламного ролика. Своеобразие композиции. Всесторонние изучение предмета. Сужение драматургического пространства, обусловленное требованиями, сериала клипа, рекламодателя и спецификой предмета рекламы. Информация о товаре (объекте рекламы, субъекте рекламы). |
| 4. | Тема 4. Трансформация основных понятий кинодраматургии в сериальном, клиповом, рекламном сценарии | Материал, тема, идея, сюжет. Временные рамки сценария и особенности его композиции. Стандартная форма сценария. Левый ряд - зрительные образы, правый - текст. Произвольные формы сценария. Основные этапы работы над телевизионным роликом, сериалом. Неожиданная «живая» идея. |
| 5. | Тема 5. Выработка концепции. | Разработка идеи. Визуальное выражение. Поиск и анализ «драмы» заложенной в объекте сериала, клипа, рекламного фильма. Раскрытие через «драму» (конфликт) сущности. |
| 6. | Тема 6. Написание сценария, как конкретное драматургическое воплощение идеи и образа | Сценарий фильма и основные законы драматургии. Упрощение основных законов. Классическая схема построения сценария: экспозиция - завязка - развитие действия - кульминация - развязка. Схема построения сценария (вариант): экспозиция - завязка - поворот - вывод. Экспозиция. Введение зрителя в ситуацию, обозначение границ условности, места и времени действия, представление действующих лиц. Точность и лаконичность - основные требования к завязке. Реализация минимальным количеством планов. Возможность слияния завязки и экспозиции в сценарии. Завязка. Событие, приводящие к раскрытию свойств объекта рекламы. В основе событий - конфликт, раскрывающий «драму» объекта. Концентрация внимания зрителя на происходящих событиях. Визуальное выражение конфликта. «Кризисная» ситуация в которой развивается конфликт, диктуемая ограниченным временем. Главные герои. Направление всех действий главного героя на раскрытие потребительских свойств объекта. Главный герой - главное действующее лицо. Поворот: Поворот в течении событий, происходящих в фильме, приводящий к тому, что «напряжение», созданное в завязке, выливается в |

| | | |
|---|---|---|
| | | разрешение проблемы. Мотивация поворота. Проистекание поворота из предшествующих событий. Неожиданность поворота. Привлечение внимания зрителя. Вывод: Завершение сюжета с драматургической и рекламной точек зрения. |
| 7. | Тема 7. Формирование и воплощение режиссерского замысла | Совместная работа над конкретизацией этого замысла с оператором, художником, композитором. Определение идеи фильма, которой подчинены все действия персонажей, все события в сценарии. Определение стилевых особенностей и приемов съемки с оператором. Работа над эскизами декораций. Определение изобразительного решения фильма в целом и каждого эпизода как части целого. |
| 8. | Тема 8. Режиссерская трактовка образов-характеров | Процесс становления и развития этих образов, определение роли каждого в раскрытии основного конфликта. |

## 7. Текущий контроль по дисциплине (модулю) в рамках учебных занятий

В рамках текущего контроля преподаватель самостоятельно может проводить следующие мероприятия:

| № п/п | Контролируемые разделы (темы) | Наименование оценочного средства |
|---|---|---|
| 1. | Тема 1. Введение. Роль рекламы, сериала, клипа на современном телевидении. | Опрос, тестирование, эссе |
| 2. | Тема 2. Основные этапы развития современного телевидения | Опрос, тестирование |
| 3. | Тема 3. Основные отличия сценариев сериалов, клипов, рекламных фильмов от других сценариев. | Опрос, тестирование, контрольная работа |
| 4. | Тема 4. Трансформация основных понятий кинодраматургии в сериальном, клиповом, рекламном сценарии | Опрос, тестирование, контрольная работа |
| 5. | Тема 5. Выработка концепции. | Опрос, тестирование, контрольная работа |
| 6. | Тема 6. Написание сценария, как конкретное драматургическое воплощение идеи и образа | Опрос, тестирование |

| | | |
|---|---|---|
| 7. | Тема 7. Формирование и воплощение режиссерского замысла | Опрос, тестирование |
| 8. | Тема 8. Режиссерская трактовка образов-характеров | Опрос, тестирование, эссе |

**8. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)**

*8.1. Основная литература*

1. Фролов В.В. История отечественной рекламы XX—XXI веков [Электронный ресурс]: учебное пособие / В.В. Фролов. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 74 с. — 978-5-4486-0025-8. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/70766.html
2. Светлакова Е.Ю. Режиссура аудиовизуальных произведений [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов культуры и искусств / Е.Ю. Светлакова. — Электрон. текстовые данные. — Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры, 2011. — 152 с. — 978-5-8154-0150-1. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/22077.html
3. Козинцев, Г. М. О режиссуре. О комическом, эксцентрическом и гротескном искусстве. Наш современник Вильям Шекспир: учебное пособие / Г. М. Козинцев. — 2-е изд., стер. — Санкт-Петербург: Планета музыки, 2019. — 604 с. — ISBN 978-5-8114-41730. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/119606

*8.2. Дополнительная литература*

1. Калинин-Тверской, В. С. Особенности работы съёмочной группы при создании телевизионных спортивных программ многокамерным методом / В. С. Калинин-Тверской. — Москва: ВГИК им. С.А. Герасимова, 2015. — 43 с. — ISBN 978-5-87149-173-7. — Текст: электронный //. — URL: https://www.iprbookshop.ru/38453.html

*8.3. Периодические издания:*

1. Журнал «Сеанс» (http://seance.ru/magazine/ )

**9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), необходимых для освоения дисциплины (модуля)**

1. ЭЛЕКТРОННАЯ БИБЛИОТЕЧНАЯ СИСТЕМА IPRbooks
2. http://guzei.com/live/tv/
3. http://economy-ru.info/info/171462/

**10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)**

Успешное освоение данного курса базируется на рациональном сочетании нескольких видов учебной деятельности – лекций, семинарских занятий, самостоятельной работы. При

этом самостоятельную работу следует рассматривать одним из главных звеньев полноценного высшего образования, на которую отводится значительная часть учебного времени.

Самостоятельная работа студентов складывается из следующих составляющих:

- работа с основной и дополнительной литературой, с материалами интернета и конспектами лекций;
- внеаудиторная подготовка к контрольным работам, выполнение докладов, рефератов;
- выполнение самостоятельных практических работ;
- подготовка к экзаменам непосредственно перед ними.

Для правильной организации работы необходимо учитывать порядок изучения разделов курса, находящихся в строгой логической последовательности. Поэтому хорошее усвоение одной части дисциплины является предпосылкой для успешного перехода к следующей. Задания, проблемные вопросы, предложенные для изучения дисциплины, в том числе и для самостоятельного выполнения, носят междисциплинарный характер и базируются, прежде всего, на причинно-следственных связях между компонентами окружающего нас мира. В течение семестра, необходимо подготовить рефераты (проекты) с использованием рекомендуемой основной и дополнительной литературы и сдать рефераты для проверки преподавателю. Важным составляющим в изучении данного курса является решение ситуационных задач и работа над проблемно-аналитическими заданиями, что предполагает знание соответствующей научной терминологии и т.д.

Для лучшего запоминания материала целесообразно использовать индивидуальные особенности и разные виды памяти: зрительную, слуховую, ассоциативную. Успешному запоминанию также способствует приведение ярких свидетельств и наглядных примеров. Учебный материал должен постоянно повторяться и закрепляться.

При выполнении докладов, творческих, информационных, исследовательских проектов особое внимание следует обращать на подбор источников информации и методику работы с ними.

Для успешной сдачи экзамена рекомендуется соблюдать следующие правила:

1. Подготовка к экзамену должна проводиться систематически, в течение всего семестра.
2. Интенсивная подготовка должна начаться не позднее, чем за месяц до экзамена.
3. Время непосредственно перед экзаменом лучше использовать таким образом, чтобы оставить последний день свободным для повторения курса в целом, для систематизации материала и доработки отдельных вопросов.

На экзамене высокую оценку получают студенты, использующие данные, полученные в процессе выполнения самостоятельных работ, а также использующие собственные выводы на основе изученного материала.

Учитывая значительный объем теоретического материала, студентам рекомендуется регулярное посещение и подробное конспектирование лекций.

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

1. Microsoft Windows Server;
2. Семейство ОС Microsoft Windows;
3. Libre Office свободно распространяемый офисный пакет с открытым исходным кодом;
4. Информационно-справочная система: Система КонсультантПлюс (КонсультантПлюс);
5. Информационно-правовое обеспечение Гарант: Электронный периодический

справочник «Система ГАРАНТ» (Система ГАРАНТ);

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

12.1. Учебная аудитория для проведения учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения.

Специализированная мебель:

Комплект учебной мебели (стол, стул) по количеству обучающихся; комплект мебели для преподавателя; доска (маркерная).

Технические средства обучения:

Компьютер в сборе для преподавателя, колонки, проектор, экран.

Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства: Windows 10, КонсультантПлюс, Kaspersky Endpoint Security.

Перечень свободно распространяемого программного обеспечения:

Adobe Reader, Yandex Browser, пакет LibreOffice, МТС Линк, Gimp, FreeCAD.

Подключение к сети «Интернет» и обеспечение доступа в электронную информационно-образовательную среду ММУ.

12.2. Помещение для самостоятельной работы обучающихся.

Специализированная мебель:

Комплект учебной мебели (стол, стул) по количеству обучающихся; комплект мебели для преподавателя; доска (маркерная).

Технические средства обучения:

Компьютер в сборе для преподавателя; компьютеры в сборе для обучающихся; колонки; проектор, экран.

Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства: Windows 10, КонсультантПлюс, Kaspersky Endpoint Security.

Перечень свободно распространяемого программного обеспечения:

Adobe Reader, Yandex Browser, пакет LibreOffice, МТС Линк, Gimp, FreeCAD.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ММУ.

**13. Образовательные технологии, используемые при освоении дисциплины**

Для освоения дисциплины используются как традиционные формы занятий – лекции (типы лекций – установочная, вводная, текущая, заключительная, обзорная; виды лекций – проблемная, визуальная, лекция конференция, лекция консультация); и семинарские (практические) занятия, так и активные и интерактивные формы занятий - деловые и ролевые игры, решение ситуационных задач и разбор конкретных ситуаций.

На учебных занятиях используются технические средства обучения мультимедийной аудитории: компьютер, монитор, колонки, настенный экран, проектор, микрофон, пакет программ Microsoft Office для демонстрации презентаций и медиафайлов, видеопроектор для демонстрации слайдов, видеосюжетов и др. Тестирование обучаемых может осуществляться с использованием компьютерного оборудования университета.

**13.1. <u>В освоении учебной дисциплины используются следующие традиционные образовательные технологии:</u>**

- чтение проблемно-информационных лекций с использованием доски и видеоматериалов;
- семинарские занятия для обсуждения, дискуссий и обмена мнениями;

- контрольные опросы;
- консультации;
- самостоятельная работа студентов с учебной литературой и первоисточниками;
- подготовка и обсуждение рефератов (проектов), презентаций (научно-исследовательская работа);
- тестирование по основным темам дисциплины.

**13.2. Активные и интерактивные методы и формы обучения**

Из перечня видов: («*мозговой штурм», анализ НПА, анализ проблемных ситуаций, анализ конкретных ситуаций, инциденты, имитация коллективной профессиональной деятельности, разыгрывание ролей, творческая работа, связанная с освоением дисциплины, ролевая игра, круглый стол, диспут, беседа, дискуссия, мини-конференция и др.*) используются следующие:

- *диспут*
- *анализ проблемных, творческих заданий, ситуационных задач*
- *ролевая игра;*
- *круглый стол;*
- *мини-конференция*
- *дискуссия*
- *беседа.*

**13.3. Особенности обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ)**

При организации обучения по дисциплине учитываются особенности организации взаимодействия с инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья (далее – инвалиды и лица с ОВЗ) с целью обеспечения их прав. При обучении учитываются особенности их психофизического развития, индивидуальные возможности и при необходимости обеспечивается коррекция нарушений развития и социальная адаптация указанных лиц.

Выбор методов обучения определяется содержанием обучения, уровнем методического и материально-технического обеспечения, особенностями восприятия учебной информации студентов-инвалидов и студентов с ограниченными возможностями здоровья и т.д. В образовательном процессе используются социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе.

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья электронное обучение и дистанционные образовательные технологии предусматривают возможность приема-передачи информации в доступных для них формах.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Приложение

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

---

# ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
# ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ
# ПО ДИСЦИПЛИНЕ

## Режиссура сериалов, клипов, рекламных роликов

| | |
|---|---|
| *Специальность* | Режиссура кино и телевидения |
| *Код* | 55.05.01 |
| *Специализация* | Режиссер игрового кино- и телефильма |
| *Квалификация выпускника* | Режиссер игрового кино- и телефильма |

**Москва**
**2022**

**1. Перечень кодов компетенций, формируемых дисциплиной в процессе освоения образовательной программы**

| Группа компетенций | Категория компетенций | Код |
|---|---|---|
| **Профессиональные** | - | ПК-8 |
| **Профессиональные** | - | ПК-13 |

**2. Компетенции и индикаторы их достижения**

| Код компетенции | Формулировка компетенции | Индикаторы достижения компетенции |
|---|---|---|
| ПК-8 | Способен владеть технологией аудиовизуального производства с учетом специализации – от написания режиссерского сценария до окончательной экранной версии произведения на материальном носителе, предназначенной для публичного использовании | ПК-8.1. знает основы производства аудиовизуального продукта;<br>ПК-8.2 умеет анализировать литературные сценарии; разрабатывать режиссерские сценарии; создавать раскадровки; организовывать съемочную группу; анализировать и обрабатывать (монтировать на базовом уровне) отснятые материалы;<br>ПК-8.3 владеет технологиями создания аудиовизуального произведения; методами работы с творческим коллективом; информацией о работе коллектива на всех этапах производства. |
| ПК-13 | Способен к созданию телевизионного контента (ТВ фильмы, спортивные и музыкальные программы, информационно-аналитические программы и трансляции, межпрограммные проекты, реклама и клипы) | ПК-13.1 знает основы производства ТВ контента; основы операторского мастерства; основы психологии потребителя;<br>ПК-13.2 умеет анализировать материал; формулировать концепцию; добиваться максимально полной реализации замысла; приобретать с помощью информационных технологий и других источников использовать информацию в практической деятельности создания фильма новую информацию;<br>ПК-13.3 владеет навыками репортажной съемки |

## 3. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине и критериев оценки результатов обучения по дисциплине

### 3.1. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине

Планируемые результаты обучения по дисциплине представлены дескрипторами (знания, умения, навыки).

| **Дескрипторы по дисциплине** | **Знать** | **Уметь** | **Владеть** |
|---|---|---|---|
| **Код компетенции** | **ПК-8** | | |
| | - основы производства аудиовизуального продукта;<br>- как разрабатывать режиссерские сценарии;<br>- методы работы с творческим коллективом | - выбирать подходы к производству аудиовизуального продукта;<br>- анализировать литературные сценарии;<br>- создавать раскадровки;<br>- управлять информацией о работе коллектива на всех этапах производства | - основными технологиями производства аудиовизуального продукта;<br>- организовывать съемочную группу;<br>- анализировать и обрабатывать (монтировать на базовом уровне) отснятые материалы;<br>- технологиями создания аудиовизуального произведения |
| **Код компетенции** | **ПК-13** | | |
| | - основные драматургические понятия и основные понятия сценарного мастерства;<br>- о лучших коммерческих и художественных образцах сериальной, клиповой, рекламной телепродукции;<br>- особенности сюжетопостроения рекламных блоков, сериалов, клипов | - анализировать особенности сюжетопостроения рекламных клипов;<br>- объективно оценивать новизну и оригинальность киноиндустрии;<br>- анализировать особенности сюжетопостроения рекламных блоков, сериалов, клипов | - навыком написания сценария рекламного фильма, сериала, клипа;<br>- навыком редактуры и доводки сценария;<br>- навыком создания аннотаций и анализа объектов рекламы, сериалов, клипов;<br>- написания сценария по собственным замыслам и темам |

### 3.2.Критерии оценки результатов обучения по дисциплине

| Шкала оценивания | Индикаторы достижения | Показатели оценивания результатов обучения |
|---|---|---|
| ОТЛИЧНО/ЗАЧТЕНО | Знает: | - студент глубоко и всесторонне усвоил материал, уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает, опираясь на знания основной и дополнительной литературы,<br>- на основе системных научных знаний делает квалифицированные выводы и обобщения, свободно оперирует категориями и понятиями. |
| | Умеет: | - студент умеет самостоятельно и правильно решать учебно-профессиональные задачи или задания, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагать свое решение, используя научные понятия, ссылаясь на нормативную базу. |
| | Владеет: | - студент владеет рациональными методами (с использованием рациональных методик) решения сложных профессиональных задач, представленных деловыми играми, кейсами и т.д.;<br>При решении продемонстрировал навыки<br>- выделения главного,<br>- связкой теоретических положений с требованиями руководящих документов,<br>- изложения мыслей в логической последовательности,<br>- самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии. |
| ХОРОШО/ЗАЧТЕНО | Знает: | - студент твердо усвоил материал, достаточно грамотно его излагает, опираясь на знания основной и дополнительной литературы,<br>- затрудняется в формулировании квалифицированных выводов и обобщений, оперирует категориями и понятиями, но не всегда правильно их верифицирует. |
| | Умеет: | - студент умеет самостоятельно и в основном правильно решать учебно-профессиональные задачи или задания, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагать свое решение, не в полной мере используя научные понятия и ссылки на нормативную базу. |
| | Владеет: | - студент в целом владеет рациональными методами решения сложных профессиональных задач, представленных деловыми играми, кейсами и т.д.;<br>При решении смог продемонстрировать достаточность, но не глубинность навыков<br>- выделения главного,<br>- изложения мыслей в логической последовательности.<br>- связки теоретических положений с требованиями руководящих документов,<br>- самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии. |

| | | |
|---|---|---|
| УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО/ЗАЧТЕНО | Знает: | - студент ориентируется в материале, однако затрудняется в его изложении;<br>- показывает недостаточность знаний основной и дополнительной литературы;<br>- слабо аргументирует научные положения;<br>- практически не способен сформулировать выводы и обобщения;<br>- частично владеет системой понятий. |
| | Умеет: | - студент в основном умеет решить учебно-профессиональную задачу или задание, но допускает ошибки, слабо аргументирует свое решение, недостаточно использует научные понятия и руководящие документы. |
| | Владеет: | - студент владеет некоторыми рациональными методами решения сложных профессиональных задач, представленных деловыми играми, кейсами и т.д.;<br>При решении продемонстрировал недостаточность навыков<br>- выделения главного,<br>- изложения мыслей в логической последовательности.<br>- связки теоретических положений с требованиями руководящих документов,<br>- самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии. |
| Компетенция не достигнута | | |
| НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО/ НЕ ЗАЧТЕНО | Знает: | - студент не усвоил значительной части материала;<br>- не может аргументировать научные положения;<br>- не формулирует квалифицированных выводов и обобщений;<br>- не владеет системой понятий. |
| | Умеет: | студент не показал умение решать учебно-профессиональную задачу или задание. |
| | Владеет: | не выполнены требования, предъявляемые к навыкам, оцениваемым “удовлетворительно”. |

*При ответе на вопросы в рамках прохождения промежуточной аттестации (зачет/ зачет с оценкой/ экзамен) допускается вольная формулировка ответа, по смыслу раскрывающая содержание ответа, указанного в фонде оценочных средств, в качестве верного ответа.*

**4. Типовые контрольные задания и/или иные материалы для проведения промежуточной аттестации, необходимые для оценки достижения компетенции, соотнесенной с результатами обучения по дисциплине**

**7 СЕМЕСТР**

**ПК-8**

1. Что подразумевается под термином "современная телереклама"?

Ответ: Современная телереклама относится к рекламным сообщениям, которые транслируются по телевидению в настоящее время, основанные на современных технологиях и трендах.

2. Какие формы и методы используются в современной телерекламе?
Ответ: Формы и методы современной телерекламы включают традиционные рекламные ролики, спонсорские сообщения, партнерские продуктовые рекламы, брендирование и т. д.

3. Какую роль играет литература в контексте современной телерекламы?
Ответ: Литература может служить основой для создания сюжетов рекламных роликов и сериалов, а также помогать в формировании эмоциональной и идейной составляющей рекламных сообщений.

4. В чем заключается творческая составляющая сериала, клипа и рекламного ролика?
Ответ: Творческая составляющая включает в себя выбор и развитие сюжета, игру актеров, монтаж, визуальные эффекты, музыкальное сопровождение и др., которые создают уникальный и запоминающийся образ.

5. Какова роль коммерческой составляющей в создании сериала, клипа и рекламного ролика?
Ответ: Коммерческая составляющая включает в себя учет коммерческих целей и потребностей заказчика, такие как продвижение продукта или услуги, создание желаемого имиджа, привлечение внимания потенциальных клиентов.

6. Что такое сериальная драматургия и в чем ее особенности?
Ответ: Сериальная драматургия относится к структуре и развитию сюжета в рамках телесериала, которая строится на эпизодичности и многоэпизодности, с пересекающимися сюжетными линиями и персонажами.

7. Что такое клиповая драматургия и каким образом она проявляется в музыкальных клипах?
Ответ: Клиповая драматургия относится к структуре и развитию сюжета в музыкальных клипах, обычно сосредоточивается на визуальном повествовании, взаимодействии с музыкой и создании эмоциональной атмосферы.

8. Как определить рекламную драматургию и в чем ее отличие от сериальной и клиповой драматургии?
Ответ: Рекламная драматургия относится к структуре и развитию сюжета рекламного ролика, в котором основной акцент делается на продукте или услуге и на создании необходимой реакции у потребителя.

9. Как проводится анализ и прогнозирование зрительского восприятия сериалов, клипов и рекламных роликов?
Ответ: Анализ и прогнозирование зрительского восприятия осуществляется с помощью исследований рынка, аудитории, фокус-групп, анкетирования и других инструментов, которые помогают определить реакцию зрителей на контент.

10. Какое значение имеет сценарий в процессе создания сериала, клипа и рекламного ролика?
Ответ: Сценарий является основой для создания и организации всех аспектов производства и представляет собой план сюжета, диалогов, действий и концепции, которые воплощаются в видеоформате. Он является основой для реализации творческой и коммерческой составляющих.

11. Как технологии влияют на современную телерекламу?
Ответ: Технологии играют существенную роль в современной телерекламе. Технологические инновации позволяют создавать более качественные и креативные рекламные ролики с использованием графики, анимации, спецэффектов и виртуальной реальности. Они также предоставляют возможность точно настроить таргетирование и достигать целевой аудитории с помощью интерактивных и персонализированных форматов.

12. Как социальные медиа влияют на современную телерекламу?
Ответ: Социальные медиа имеют большое влияние на современную телерекламу. Они предоставляют возможность расширенного онлайн-присутствия брендов, аудиовизуального контента и интерактивных форматов. Также с помощью социальных медиа можно собирать данные о поведении и предпочтениях пользователей, что помогает в создании более эффективных рекламных кампаний.

13. Как важна эмоциональная составляющая в современной телерекламе?
Ответ: Эмоциональная составляющая играет ключевую роль в современной телерекламе. Контент, который вызывает эмоции у зрителей, обычно лучше запоминается и вызывает больший отклик. Поэтому в современных рекламных роликах акцент часто делается на создание эмоциональной связи с аудиторией, будь то смех, волнение, радость или грусть.

14. Как современная телереклама учитывает интересы и потребности разнообразной аудитории?
Ответ: Современная телереклама все больше учитывает разнообразие интересов и потребностей аудитории. Благодаря возможностям таргетирования и персонализации, рекламодатели могут создавать и доставлять контент, который соответствует интересам и предпочтениям конкретной группы зрителей. Также важным фактором является использование различных языков, культурных и социальных контекстов, чтобы учесть разнообразие аудитории.

15. Как современная телереклама адаптируется к изменяющимся технологическим и медиа трендам?
Ответ: Современная телереклама активно адаптируется к изменяющимся технологическим и медиа трендам. Например, с учетом роста потребления контента через мобильные устройства, рекламодатели разрабатывают мобильно-оптимизированные рекламные форматы. Также, с учетом популярности видео на стриминговых платформах, реклама все чаще появляется в виде прероллов или встроенных рекламных видео на таких платформах.

16. Какое значение имеют данные и аналитика в современной телерекламе?
Ответ: Данные и аналитика играют важную роль в современной телерекламе. С их помощью рекламодатели могут измерять эффективность своих рекламных кампаний, определять целевую аудиторию, осуществлять таргетирование и персонализацию, анализировать поведение потребителей и определять наиболее эффективные стратегии продвижения.

17. Какие вызовы и возможности существуют в сфере современной телерекламы?
Ответ: В сфере современной телерекламы существует несколько вызовов и возможностей. Вызовы включают перенасыщение информацией и конкуренцию, снижение внимания и усталость зрителей от рекламы. Однако возможности заключаются в использовании новых технологий, интерактивных и персонализированных форматов, лучшем понимании потребностей аудитории, а также в создании креативного и эмоционального контента.

18. Каким образом современная телереклама содействует развитию брендов и увеличению продаж?
Ответ: Современная телереклама способствует развитию брендов и увеличению продаж путем создания эффектного и запоминающегося контента, который помогает установить связь с аудиторией, а также путем использования таргетирования, персонализации, мероприятий по привлечению и узнаваемости бренда.

19. Какова роль креативности и инноваций в современной телерекламе?
Ответ: Роль креативности и инноваций в современной телерекламе несомненно важна. Креативный и инновационный контент способен привлечь внимание и запомниться зрителям, создать позитивное впечатление о бренде и вызвать желаемую реакцию. Инновации в технологиях и форматах также позволяют рекламодателям находить новые пути взаимодействия с потребителями и достижения целей.

20. Какие требования предъявляются к современной телерекламе в контексте этичности и общественной ответственности?
Ответ: В современной телерекламе предъявляются требования к этичности и общественной ответственности. Рекламодатели должны соблюдать правила и нормы отношений с аудиторией, предоставлять достоверную информацию, избегать недобросовестной рекламы, дискредитации конкурентов или создания опасных ситуаций. Кроме того, рекламодателям следует учитывать общественные ценности и нормы, неизменно стремиться к необходимой честности и соответствию законодательству.

21. Какова основная цель рекламы на телевидении?
а) Привлечение внимания к определенному продукту или услуге
б) Развлечение зрителей
в) Демонстрация креативных решений
г) Освещение актуальных событий
Ответ: а) Привлечение внимания к определенному продукту или услуге

22. Какие функции выполняет сериал на телевидении?
а) Развлечение зрителей
б) Формирование образа и имиджа телеканала

в) Предоставление зрителям возможности погрузиться в длительную историю
г) Определение политической позиции
Ответ: а) Развлечение зрителей

23. Какую роль выполняют клипы на современном телевидении?
а) Привлечение внимания к музыке и исполнителям
б) Раскрытие сложных философских тем
в) Поддержка политических кампаний
г) Расширение образовательных возможностей
Ответ: а) Привлечение внимания к музыке и исполнителям

24. Какова роль рекламы в экономическом развитии?
а) Стимулирование продаж товаров или услуг
б) Формирование образа и имиджа телеканала
в) Постановка экспериментов
г) Отражение политической обстановки
Ответ: а) Стимулирование продаж товаров или услуг

25. Какой из нижеперечисленных этапов развития телевидения является наиболее ранним?
а) Черно-белое телевидение
б) Цветное телевидение
в) Кабельное телевидение
г) Цифровое телевидение
Ответ: а) Черно-белое телевидение

## ПК-13

1. Чем отличается сценарий сериала от других видов сценариев?
Ответ: Сценарий сериала представляет собой длинную форму, состоящую из нескольких эпизодов, в то время как другие сценарии чаще являются одиночными работами.

2. Каковы особенности написания сценария с учетом спецификации?
Ответ: При написании сценария с учетом спецификации важно учесть ограничения и требования, связанные с форматом или местом демонстрации произведения, такие как продолжительность или наличие рекламных пауз.

3. Что представляет собой авторский замысел в сценарии?
Ответ: Авторский замысел в сценарии относится к идее или концепции, которую автор стремится передать через свою работу, включая основные идеи, тематику и сообщение.

4. Какова роль концепции и идеи в сценарии?
Ответ: Концепция и идея помогают определить основной сюжет и персонажей в сценарии, выстраивают центральную тему и создают впечатление у зрителей.

5. Что представляет собой заявка и синопсис в сценарии?

Ответ: Заявка в сценарии – это краткое описание проекта, которое помогает привлечь внимание продюсера или студии. Синопсис - это обзор основной сюжетной линии, персонажей и ключевых моментов сценария.

6. Какие основные формы написания сценария существуют?
Ответ: Основные формы написания сценария включают непрерывное действие, дважды шаблон и двойную колонку, которые представляют разные способы организации текста и инструкций.

7. Что представляет собой четырехчастная схема рекламного ролика?
Ответ: Четырехчастная схема рекламного ролика разделяет его на четыре основные части: проблема, разрешение, описание продукта и призыв к действию.

8. В чем заключается своеобразие композиции в сценарии?
Ответ: Своеобразие композиции в сценарии – это способ использования элементов сюжета, персонажей, визуальных и звуковых эффектов для создания определенной структуры и воздействия на зрителя.

9. Как важно всестороннее изучение предмета при написании сценария?
Ответ: Всестороннее изучение предмета помогает автору сценария более точно передать особенности и контекст своего произведения, что способствует его аутентичности и насыщенности.

10. Как требования сериала, клипа, рекламодателя и специфика предмета рекламы влияют на сужение драматургического пространства в сценарии?
Ответ: Требования всех перечисленных сторон и специфика предмета рекламы могут привести к сужению драматургического пространства, чтобы сосредоточиться на ключевых моментах и информации о товаре или объекте рекламы.

11. Как информация о товаре влияет на сценарий рекламного фильма?
Ответ: Информация о товаре или объекте рекламы является основой для создания сюжета и контекста в рекламном фильме, определяя, какой роли он будет играть в истории и как будет показан потенциальному покупателю.

12. Как информация о субъекте рекламы влияет на написание сценария?
Ответ: Информация о субъекте рекламы, таком как марка или компания, может обусловить тональность, стиль и основную идею сценария, которые будут отражать образ и ценности субъекта рекламы.

13. Какие особенности композиции могут быть в сценарии клипа?
Ответ: В сценарии клипа особенности композиции могут включать быструю смену сцен, использование визуальных эффектов или танцевальных секвенций, чтобы передать эмоции и подчеркнуть музыкальный характер клипа.

14. Какой эффект может создать сужение драматургического пространства в сценарии сериала?
Ответ: Сужение драматургического пространства в сценарии сериала может создать более интимную или напряженную атмосферу, углубить изучение персонажей и их отношений, а также усилить эмоциональное воздействие на зрителя.

15. Какое влияние имеет информация о предмете рекламы на сценарий рекламного фильма?
Ответ: Информация о предмете рекламы может влиять на выбор образов, ситуаций и диалогов в сценарии рекламного фильма, чтобы подчеркнуть его основные качества и преимущества.

16. Какие основные элементы входят в структуру сценария?
Ответ: Основные элементы в структуре сценария включают в себя заголовок, сцены, диалоги, действия и указания режиссера.

17. Что такое подзаголовок в сценарии и для чего он используется?
Ответ: Подзаголовок в сценарии – это короткое описание или название сцены, которое помогает читателю или режиссеру быстро понять, что происходит в данной сцене.

18. Какие типы персонажей могут присутствовать в сценарии?
Ответ: В сценарии могут присутствовать различные типы персонажей, такие как главные персонажи, второстепенные персонажи, антагонисты и даже персонажи, не имеющие реплик, но важно влияющие на сюжет.

19. Что такое монтажный переход в сценарии и какие виды монтажных переходов могут быть использованы?
Ответ: Монтажный переход в сценарии – это способ смены между сценами или кадрами, который выражается специфическими указаниями, такими как "плавный переход" или "быстрый монтаж".

20. Какие интервалы времени могут быть отражены в сценарии?
Ответ: В сценарии могут быть отражены различные интервалы времени, включая краткие моменты времени, такие как "Через несколько минут", долгие периоды времени, такие как "Через год", и даже параллельные временные линии, когда события происходят одновременно, но в разных местах.

21. Какое из следующих событий считается ключевым в развитии телевидения?
а) Первая трансляция телевизионной программы
б) Введение цветного телевидения
в) Создание первого телевизионного канала
г) Цифровая революция
Ответ: а) Первая трансляция телевизионной программы

22. Что такое HDTV?
а) Высококачественное телевидение

б) Цифровое телевидение
в) Кабельное телевидение
г) Международное телевизионное вещание
Ответ: а) Высококачественное телевидение

23. Что характерно для современного этапа развития телевидения?
а) Многообразие телевизионных каналов и форматов
б) Наличие спутникового телевидения
в) Введение интерактивных телевизионных сервисов
г) Все перечисленное
Ответ: г) Все перечисленное

24. Чем отличается сценарий рекламы от сценария фильма?
а) Краткостью и капитализацией
б) Продолжительностью
в) Актерским составом и реквизитом
г) Сценарным поворотом и концовкой
Ответ: а) Краткостью и капитализацией

25. Какие элементы присутствуют в сценарии клипа, но отсутствуют в сценарии книги?
а) Постановка актеров и декорации
б) Описание персонажей и диалоги
в) Музыкальные фрагменты
г) Художественный стиль и описание местности
Ответ: в) Музыкальные фрагменты

## 8 СЕМЕСТР
## ПК-8

1. Какие основные понятия кинодраматургии подвергаются трансформации в сериальном, клиповом и рекламном сценарии?
Ответ: В сериальном, клиповом и рекламном сценарии основные понятия кинодраматургии, такие как материал, тема, идея и сюжет, могут приобретать новые формы и особенности в зависимости от жанра и специфики производства.

2. Какие особенности временных рамок сценария существуют в сериальном, клиповом и рекламном жанрах?
Ответ: В сериальном, клиповом и рекламном сценариях временные рамки могут быть различными: от короткого временного периода в рекламном сценарии до длительных эпизодов в сериале. Они определяются целью и задачами каждого жанра.

3. Каким образом представлены зрительные образы и текст в стандартной форме сценария?
Ответ: В стандартной форме сценария зрительные образы представлены в левом ряду, где указывается место действия, описание сцены и действия персонажей. Правый ряд содержит текст, который включает диалоги, монологи, непосредственное высказывание персонажей

и режиссерские указания. Эта структура позволяет четко разделять визуальные и вербальные аспекты сцен.

4. Какие произвольные формы сценария могут быть использованы в сериальном, клиповом и рекламном жанрах?
Ответ: В сериальном, клиповом и рекламном жанрах могут быть использованы произвольные формы сценария, такие как эпизодический формат в сериале с нелинейной структурой, или арт-хаос в клипе, где различные сцены могут быть организованы в произвольном порядке.

5. Какие основные этапы работы включает в себя процесс создания телевизионного ролика?
Ответ: Процесс создания телевизионного ролика включает в себя такие этапы, как разработка идеи и концепции, написание сценария, подбор актеров и съемочной группы, проведение съемок, монтаж и пост-продакшн.

6. Как неожиданная "живая" идея может повлиять на разработку сценария?
Ответ: Неожиданная "живая" идея может привести к изменению или дополнению сценария, добавить новые элементы сюжета или персонажей, повлиять на прогрессию и развитие истории.

7. Какие особенности трансформации материала влияют на написание сценария в рекламном фильме?
Ответ: В рекламном фильме особенности трансформации материала могут включать использование брендовых элементов, упрощение и сокращение информации о товаре или услуге, и акцентирование внимания на ключевых моментах и выгодных особенностях.

8. Какова роль темы в сериале, клипе и рекламном сценарии?
Ответ: Тема в сериале, клипе и рекламном сценарии определяет центральную идею произведения и помогает сделать его цель и содержание более ясными и легкопонятными для аудитории.

9. Какие особенности монтажа влияют на написание сценария для сериала, клипа и рекламного фильма?
Ответ: Особенности монтажа, такие как использование различных типов переходов, смена ракурсов и скорости, могут влиять на написание сценария для сериала, клипа и рекламного фильма. Они помогают управлять темпом и ритмом произведения, создавать эффекты и передвигать сюжет вперед.

10. Какие специальные эффекты могут влиять на написание сценария для сериала, клипа и рекламного фильма?
Ответ: Особенности специальных эффектов, такие как использование компьютерной графики, анимации или пиротехники, могут влиять на написание сценария для сериала, клипа и рекламного фильма. Они позволяют создавать невозможные в реальности образы и сцены, добавлять волшебство и фантастику в произведение.

11. Какие структурные особенности могут быть использованы в сериале или рекламном ролике для создания уникальной композиции?
Ответ: Развитие нескольких параллельных сюжетных линий, использование флешбеков, изменение хронологии и перспективы.

12. Какие этапы работы над рекламой или клипом могут потребовать нестандартного подхода?
Ответ: Например, использование интерактивных элементов, взаимодействие с зрителем, создание дополнительного контента для онлайн-платформ.

13. Как происходит разработка идеи для создания концепции сериала, клипа или рекламного фильма?
Ответ: Идея может возникнуть из различных источников, таких как внутреннее вдохновение, подходящая музыкальная композиция или драматическая ситуация.

14. Как визуальное выражение используется для передачи идеи и концепции проекта?
Ответ: Визуальные элементы, такие как цветовая палитра, композиция кадра и стиль съемки, могут помочь передать настроение, эмоции и основную идею проекта.

15. Как проводится поиск и анализ "драмы" или потенциального конфликта, заложенного в объекте сериала, клипа или рекламного фильма?
Ответ: Чтение и изучение источника, исследование персонажей и их отношений, анализ потенциальных ситуаций и возможных конфликтов, помогают найти и раскрыть "драму" проекта.

16. Какую роль играет "драма" или конфликт при раскрытии сущности и основной идеи проекта?
Ответ: Конфликт служит драматической движущей силой, которая позволяет глубже раскрыть основную идею через разрешение или изменение ситуации, решение проблем или развитие персонажей.

17. Какие инструменты используются для эффективной передачи "драмы" и конфликта в сериале, клипе или рекламном фильме?
Ответ: Использование диалогов, действий, сценарных поворотов, нагнетание напряжения и создание эмоциональной связи с аудиторией помогают эффективно передать "драму" и конфликт.

18. Как анализируется и определяется главный конфликт, который будет использоваться для раскрытия сущности проекта?
Ответ: Анализируются основные цели, мотивации и внутренние противоречия персонажей, а также связанные сюжетные элементы, чтобы определить главный конфликт, который наиболее эффективно раскрывает сущность проекта.

19. Как визуальные и аудиоэффекты используются для усиления "драмы" и конфликта в проекте?

Ответ: Визуальные эффекты, такие как эмоциональные цветовые фильтры, динамичный монтаж, замедленное или ускоренное воспроизведение, а также аудиоэффекты, такие как музыкальная подложка, звуковые эффекты и речь персонажей, могут усилить эффект драмы и конфликта.

20. Какие особенности имеет визуальное выражение в разных жанрах проектов, таких как сериалы, клипы и рекламные фильмы?
Ответ: Визуальное выражение может отличаться в зависимости от жанра проекта. Например, в сериалах может быть больше акцента на развитии персонажей, в клипах - на визуальное эффекты и символику, в рекламных фильмах - на продвижение продукта или идеи.

21. Что определяет особенности сценария сериала?
а) Наличие серийной структуры и повествования
б) Отсутствие конкретного сюжета и разрушение хронологии
в) Постоянность главного героя и использование flash-forward
г) Многочастотность и эпизодичность
Ответ: а) Наличие серийной структуры и повествования

22. Чем отличается сценарий рекламы от сценария театрального спектакля?
а) Краткостью и ограниченностью пространства
б) Продолжительностью и использованием реквизита
в) Количество персонажей и подразделения на акты
г) Постановка актеров и декорации
Ответ: а) Краткостью и ограниченностью пространства

23. Каковы основные аспекты сценария эпизода сериала?
а) Введение, развитие, развязка
б) Интрига, конфликт, кульминация
в) Мотивация, сюжет, драматическая структура
г) Экспозиция, кульминация, разрешение
Ответ: а) Введение, развитие, развязка

24. Какими событиями в основном характеризуется клиповый сценарий?
а) Показ протагониста и конфликтные ситуации
б) Виртуозные танцевальные номера и импровизации
в) Артистический стиль и визуальные эффекты
г) Манера исполнения и хореографическое решение
Ответ: в) Артистический стиль и визуальные эффекты

25. Какая цель преследуется при написании рекламного сценария?
а) Продемонстрировать качества продукта или услуги
б) Представить главных героев и антагонистов
в) Показать столкновение двух противоположных сил
г) Представить конфликтные ситуации и разрешение

Ответ: а) Продемонстрировать качества продукта или услуги

## ПК-13

1. Чем является сценарий фильма и какие законы драматургии используются в его создании?
Ответ: Сценарий фильма является конкретным драматургическим воплощением идеи и образа и использует законы драматургии для построения сюжета и передачи эмоций.

2. Какие основные законы драматургии можно упростить при написании сценария?
Ответ: Основные законы драматургии, такие как конфликт, повороты событий и главный герой, могут быть упрощены для более понятного и эффективного воплощения идеи в сценарии.

3. Какая классическая схема построения сценария используется?
Ответ: Классическая схема построения сценария включает в себя экспозицию, завязку, развитие действия, кульминацию и развязку, чтобы создать цельный и увлекательный сюжет.

4. Какая альтернативная схема построения сценария может быть использована?
Ответ: Альтернативная схема включает в себя экспозицию, завязку, поворот и вывод, чтобы создать более динамичное и неожиданное развитие сюжета.

5. Что включает в себя экспозиция в сценарии и какова ее основная функция?
Ответ: Экспозиция включает в себя введение зрителя в ситуацию, обозначение условностей, места и времени действия, а также представление действующих лиц. Ее основной функцией является установление контекста и создание основы для развития сюжета.

6. Что требуется от завязки в сценарии и как ее лаконичность может быть реализована?
Ответ: От завязки требуется точность и лаконичность, чтобы сразу заинтересовать зрителя и захватить его внимание. Лаконичность может быть реализована через использование минимального количества планов и ясных действий.

7. Может ли завязка и экспозиция сливаться в сценарии?
Ответ: Да, завязка и экспозиция могут сливаться в сценарии, чтобы установить быстрое развитие событий и более непосредственное введение зрителя в сюжет.

8. Что происходит в завязке сценария и какие события она раскрывает?
Ответ: В завязке происходят события, которые приводят к раскрытию свойств объекта рекламы. Она раскрывает "драму" объекта через конфликт, который провоцирует дальнейшие события.

9. Какова роль главного героя в сценарии и куда направлены все его действия?
Ответ: Главный герой является главным действующим лицом в сценарии, и все его действия направлены на раскрытие потребительских свойств проекта.

10. Что представляет собой поворот в сценарии и какая мотивация его участия?
Ответ: Поворот - это изменившийся ход событий, который приводит к разрешению проблемы, созданной в завязке. Мотивацией его участия являются предшествующие события и желание привлечь внимание зрителя.

11. Как поворот может быть неожиданным для зрителя и привлечь его внимание?
Ответ: Поворот может быть неожиданным для зрителя, если он основан на предшествующих событиях, которые были лаконично представлены. Это привлекает внимание зрителя и создает интригу.

12. Что представляет собой вывод в сценарии и какой является его драматургическая и рекламная точка зрения?
Ответ: Вывод в сценарии - это завершение сюжета с драматургической и рекламной точек зрения. Он заключает в себе определенное разрешение и завершение идеи и образа, а также предлагает окончательный вывод зрителю.

13. Какие визуальные элементы могут быть использованы для подчеркивания конфликта в сценарии?
Ответ: Визуальные элементы, такие как композиция кадров, освещение, цветовая гамма и движение камеры, могут быть использованы для подчеркивания конфликта и передачи его эмоциональной сущности.

14. Какие ключевые моменты и повороты могут быть использованы для удержания интереса зрителя в сценарии?
Ответ: Ключевые моменты и повороты, такие как неожиданные события, резкое изменение обстановки или резолюция конфликта, могут быть использованы для удержания интереса зрителя и создания напряженной атмосферы.

15. Какое значение имеют диалоги и речь персонажей для передачи "драмы" и конфликта в сценарии?
Ответ: Диалоги и речь персонажей играют важную роль в передаче "драмы" и конфликта в сценарии, поскольку они раскрывают эмоции, намерения и мотивацию персонажей.

16. Как могут быть использованы аудиоэффекты и звуковое оформление для повышения интенсивности "драмы" в сценарии?
Ответ: Аудиоэффекты, такие как музыкальные акценты, звуковые эффекты и звуковые дорожки, могут быть использованы для повышения интенсивности "драмы" и создания эмоциональной напряженности в сценарии.

17. Как можно создать эмоциональную связь между главным героем и зрителем в сценарии?
Ответ: Эмоциональную связь между главным героем и зрителем можно создать через глубокое развитие характера героя, его стремления, страхи и уязвимости, которые позволяют зрителю воспринять его как реального и отождествиться с ним.

18. Какие визуальные и литературные элементы могут быть использованы для создания символики и метафор в сценарии?
Ответ: Визуальные и литературные элементы, такие как повторяющиеся образы, символы, аллюзии и метафоры, могут быть использованы для создания глубины и значимости в сценарии, а также углубить понимание идеи и образа.

19. Какие элементы внутреннего мира персонажей могут быть использованы для усиления "драмы" и конфликта в сценарии?
Ответ: Элементы внутреннего мира персонажей, такие как их секреты, внутренние конфликты, сомнения и изменение внутренних убеждений, могут быть использованы для усиления "драмы" и конфликта в сценарии. Эти элементы помогают создать внутреннюю напряженность и подчеркнуть эмоциональную борьбу персонажей.

20. Как можно использовать арки персонажей для развития сюжета и создания эмоциональной связи с зрителем?
Ответ: Арки персонажей, т.е. эволюция их характера и личностей на протяжении всего сценария, могут быть использованы для развития сюжета и создания эмоциональной связи с зрителем. Зритель может наблюдать за внутренними перемещениями персонажей, воспринимать их рост и развитие, и в итоге чувствовать сопереживание и интерес к их судьбе.

21. Что необходимо учитывать при написании сериального сценария?
а) Долгосрочное развитие сюжета и персонажей
б) Равномерное распределение действия по эпизодам
в) Возможность привлечения эффектных локаций
г) Ориентация на одну главную драматическую линию
Ответ: а) Долгосрочное развитие сюжета и персонажей

22. Что входит в процесс выработки концепции?
а) Определение целевой аудитории и целей рекламы
б) Расстановка актеров и декораций
в) Формирование временных рамок и бюджета
г) Прохождение предварительных очерков и корректировки
Ответ: а) Определение целевой аудитории и целей рекламы

23. Что такое целевая аудитория?
а) Группа людей, которую необходимо заинтересовать и убедить
б) Группа актеров, которую нужно найти и привлечь к проекту
в) Люди, которые занимаются созданием рекламы и сериалов
г) Лояльные зрители, которые часто смотрят ТВ-программы
Ответ: а) Группа людей, которую необходимо заинтересовать и убедить

24. Что означает целеполагание в процессе выработки концепции?
а) Определение целей, которые необходимо достичь через рекламу или сериал
б) Составление списка актеров, которых нужно пригласить в проект

в) Разработка бюджета и распределение средств на различные возможности
г) Формирование расписания работы и завершение всего проекта
Ответ: а) Определение целей, которые необходимо достичь через рекламу или сериал

25. Каким образом осуществляется выбор формата для концепции?
а) Анализируются тренды и потребности целевой аудитории
б) Используются накопленный опыт и предпочтения заказчика
в) Определяется доступный бюджет и возможности воплощения идеи
г) Все вышеперечисленное
Ответ: г) Все вышеперечисленное