



ЧАСТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

«ЗАОЧНЫЙ НАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИСКУССТВ»

101000, г. Москва, ул. Покровка, д. 1/13/6 стр. 2. Тел.: (495) 623-74-26; 621-96-22

E-mail: mail@znui.ru. Сайт: www.znui.ru



«УТВЕРЖДАЮ»

Ректор ЧО УДО «ЗНУИ»

А.Р. Киракосян

«10» января 2019 г.

УЧЕБНЫЙ ПЛАН ПО ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ

Фото-видео-искусство

**КУРС РЕКЛАМЫ. ТВОРЧЕСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ
1-3 КУРС**

**Москва
2019**



ЧАСТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

«ЗАОЧНЫЙ НАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИСКУССТВ»

101000, г. Москва, ул. Покровка, д. 1/13/6 стр. 2. Тел.: (495) 623-74-26; 621-96-22

E-mail: mail@znui.ru. Сайт: www.znui.ru



«УТВЕРЖДАЮ»

Ректор ЧО УДО «ЗНУИ»

А.Р. Киракосян

«10» января 2019 г.

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

Цель: удовлетворить потребности любителей искусства в самообразовании содействовать развитию творческих способностей, духовному, нравственному и эстетическому росту.

Категория слушателей: все желающие от 14 лет без возрастного ограничения, независимо от образования, профессии и места жительства.

Срок обучения: от 4 месяцев до 15 месяцев.

Режим занятий: заочные и дистанционные индивидуальные консультации.

Наименование курса	Срок обучения (мес.)	Кол-во часов по учебно-тематическому плану	Формы контроля (кол-во работ по курсу, предоставляемых на проверку)
ФОТО-ВИДЕО-ИСКУССТВО			
Курс рекламы. Творческие технологии			
1 ступень	10	225	10
2 ступень	10	215	10
3 ступень	10	225	10



ЧАСТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

«ЗАОЧНЫЙ НАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИСКУССТВ»

101000, г. Москва, ул. Покровка, д. 1/13/6 стр. 2. Тел.: (495) 623-74-26; 621-96-22

E-mail: mail@znui.ru. Сайт: www.znui.ru



«УТВЕРЖДАЮ»

Ректор ЧО УДО «ЗНУИ»

А.Р. Киракосян

«10» января 2019 г.

УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ПО ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ

Фото-видео-искусство

КУРС РЕКЛАМЫ. ТВОРЧЕСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ

1-3 СТУПЕНЬ

Москва

2019



«УТВЕРЖДАЮ»
Ректор ЧО УДО «ЗНУИ»

А.Р. Киракосян

«10» января 2019 г.

УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Фото-видео-искусство

Задача курса: выявить и развить способности рекламиста-профессионала и любителя, подготавливая его для самостоятельной работы.

Название курса	Длительность обучения	Темы заданий	Кол-во часов пост. ра боты уч-ся.	Формы отчета
Курс рекламы. Творческие технологии (основы рекламоведения) 1 ступень	10 мес.	1. История рекламы и её роль в современном обществе. Реклама как часть общечеловеческой культуры. Развитие рекламы (исторический экскурс). Бюджеты мировых лидеров рекламного бизнеса. Особенности применения авторского права в рекламной деятельности.	25 час.	Реферат
		2. Основы теории коммуникации. Виды и функции социальной коммуникации. Система «коммуникатор - адресат».	20 час.	Реферат
		3. Реклама и маркетинг. Реклама как одна из важнейших маркетинговых функций. Понятие, цель и признаки сегментации рынка. Целевая аудитория. Ситуационный анализ. Рекламная стратегия фирмы.	20 час.	Реферат
		4. Информационное обеспечение рекламной деятельности. Виды и этапы исследований в рекламе. Методы получения первичной информации. Брифы. Контроль эффективности рекламной деятельности.	20 час.	Реферат
		5. Мотивация и позиционирование в рекламе. Уровни психологического воздействия рекламы (глубинные социокультурные предпосылки, семья, роль, статус...). Мотивы рациональные, эмоциональные, нравственно-социальные. Жизненный цикл семьи.	20 час.	Реферат
		6. Основы медиапланирования. Средства передачи рекламного обращения и их особенности (пресса, радио, полиграфия, интернет...). Характеристики медиаканалов (охват, частота, пересечение аудиторий, распределение частот экспозиции, рейтинги ...). Выбор медианосителей.	25 час.	Реферат
		7. Этапы разработки рекламного обращения. Постановка задачи. Позиционирование рекламируемого товара. Примеры коммуникационных технологий в рекламе: мифодизайн, ТРИЗ, УТП, NLP, метод "Разрыва"...	25 час.	Реферат
		8. Стилиевые решения и структура рекламного обращения. Формула AIDA, модели "сильной" и "слабой" рекламы. Диалог, сказка, иллюстрация, гипербола, комикс, пародия, мюзикл... Изображение, слоган, зачин, информационный блок, справочные сведения, эхо-фраза. Примеры: мебель, обувь, туризм ...	20 час.	Реферат
		9. Организация рекламной кампании (РК). Виды рекламных кампаний. Постановка задачи медиапланёру. Договоры на производство и размещение рекламной продукции в СМИ. Комплектность документов. Примеры эффективных РК.	25 час.	Реферат
		10. Подведение итогов первой ступни обучения.	25 час.	Реферат
			225 час.	

Название курса	Длительность обучения	Темы заданий	Кол-во часов пост. работы уч-ся	Формы отчета
Курс рекламы. Творческие технологии (визуальная реклама) 2 ступень	10 мес.	1. Теоретические основы восприятия информации. Физиология восприятия. Звук. Свет. Цвет. Перспектива. Движение.	25 час.	Реферат
		2. Визуальная составляющая рекламы и принципы её построения. Рекламный образ и функции визуального ряда.	25 час.	Реферат
		3. Законы композиции в изобразительном искусстве. Исторический экскурс и современная трактовка законов композиции. Композиционные формы. СВКЦ. Золотое сечение.	20 час.	Реферат
		4. Изобразительные средства рекламы. Уравновешенность. Замкнутость. Ритм. Колорит. Нюанс. Диагональ...	20 час.	Реферат
		5. Специфика фоторекламы. Технические особенности рекламной фотографии. Примеры: архитектура, пейзаж, интерьер, портрет, натюрморт...	20 час.	Реферат
		6. Основы фотосъёмки. Виды освещения. Технические характеристики аппаратуры.	20 час.	Реферат
		7. Photoshop как инструмент рекламиста. Интерфейс. Слои. Выделения. Уровни. Фильтры.	25 час.	Реферат
		8. Виды шрифтов и их применение. История развития шрифтов. Основные характеристики шрифтов. Шрифты по их назначению.	15 час.	Реферат
		9. Разработка рекламного обращения. Обоснование рекламной идеи, и её визуальное воплощение.	20 час.	Реферат
		10. Подведение итогов второй ступени обучения.	25 час.	Реферат
			215 час.	

Название курса	Длительность обучения	Темы заданий	Кол-во часов пост. работы уч-ся	Формы отчета
Курс Творческие технологии (разработка рекламного продукта) 3 ступень	10 мес.	1. Экранная реклама. Виды и специфика. Виды монтажа. План. Звук.	25 час.	Реферат
		2. Сценарий рекламного видео-ролика. Рекламная идея и методы её транслирования. Литературный и режиссёрский сценарии. Художественная ценность и коммерческая составляющая. Оценка качества.	20 час.	Реферат
		3. Драматургия рекламного видео-клипа. Замысел. Сюжет. Литературный и режиссёрский сценарий	20 час.	Реферат
		4. Основы видеосъёмки. Форматы видео. Устройство видеокамеры. Приёмы съёмки.	25 час.	Реферат
		5. Монтаж видеоклипа. Программы монтажа.	20 час.	Реферат
		6. Реклама в печати (полиграфия). Виды полиграфической продукции. Основные техпроцессы. Технические требования по качеству.	25 час.	Реферат
		7. Реклама на радио. Достоинства и недостатки. Приёмы радиорекламы (джингл, диалог, объявление ...). Особенности размещения.	20 час.	Реферат
		8. Наружная реклама (НР). Виды и особенности эксплуатации. Инженерно-технические аспекты разработки НР.	20 час.	Реферат
		9. Практическая разработка рекламного продукта.	25 час.	Реферат
		10. Подведение итогов третьей ступни обучения.	25 час.	Реферат
			225 час.	



ЧАСТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

«ЗАОЧНЫЙ НАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИСКУССТВ»

101000, г. Москва, ул. Покровка, д. 1/13/6 стр. 2. Тел.: (495) 623-74-26; 621-96-22

E-mail: mail@znui.ru. Сайт: www.znui.ru



«УТВЕРЖДАЮ»

Ректор ЧО УДО «ЗНУИ»

А.Р. Киракосян

«10» января 2019 г.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

Фото – видео - искусство

КУРС РЕКЛАМЫ. ТВОРЧЕСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ

1-3 СТУПЕНЬ

**Москва
2019**

ПРОГРАММА

Цели и задачи курса

Программа курса «**Курс рекламы. Творческие технологии**» предназначена для всех желающих изучить теорию рекламоведения, методы и средства разработки рекламного продукта, соответствующего не только требованиям маркетинга, но и критериям художественного произведения.

Изучение данного курса происходит индивидуально и состоит из трёх курсовых ступеней:

I ступень - Основы рекламоведения;

II ступень - Визуализация рекламного образа;

III ступень - Разработка рекламного продукта.

Обучение возможно в очной и очно-заочной форме (для жителей Москвы и Подмосковья), а также в заочной (дистанционной) форме через интернет.

Срок обучения на каждой ступени 10 месяцев. Программа каждой ступени рассчитана на 10 индивидуальных консультаций преподавателя и 10 самостоятельных (с ежемесячной отчётностью) контрольных работ учащегося (по согласованным с преподавателем темам). Договор на образовательные услуги заключается на календарный год на каждую курсовую ступень.

Примечание. Допускается обучение в ускоренном режиме.

Цели освоения курса:

- ✓ изучение методов определения рекламной стратегии;
- ✓ изучение основ проведения рекламных кампаний;
- ✓ воспитание у учащихся навыков художественного воплощения рекламной идеи.

В результате прохождения курса учащийся должен изучить теоретические основы данного предмета, приобрести (или усовершенствовать) имеющиеся навыки и продемонстрировать их в своих самостоятельных работах.

На первой и второй ступенях обучения учащийся выполняет курсовые работы, а на третьей – итоговую самостоятельную работу (выпускную). Темы курсовых и выпускных работ согласовываются с преподавателем. Как правило, работа состоит из аналитических и рекламных текстов, визуальных авторских разработок как в эскизном, так и в окончательном исполнении. Каждую работу автор сдаёт в электронном и распечатанном виде.

Примечание. Указанные работы становятся собственностью ЗНУИ и автору не возвращаются.

При условии успешного выполнения практической (курсовой) работы учащийся аттестовывается и получает право перевода на следующий курс.

При успешном выполнении итоговой выпускной самостоятельной работы, учащийся получает свидетельство об окончании полного курса обучения.

Примерный учебно-тематический план 1 курса:

Название курса	Длительность обучения	Темы заданий	Кол-во часов пост. ра боты уч-ся.	Формы отчета
Курс рекламы. Творческие технологии (основы рекламоведения) 1 степень	10 мес.	1. История рекламы и её роль в современном обществе. Реклама как часть общечеловеческой культуры. Развитие рекламы (исторический экскурс). Бюджеты мировых лидеров рекламного бизнеса. Особенности применения авторского права в рекламной деятельности.	25 час.	Реферат
		2. Основы теории коммуникации. Виды и функции социальной коммуникации. Система «коммуникатор - адресат».	20 час.	Реферат
		3. Реклама и маркетинг. Реклама как одна из важнейших маркетинговых функций. Понятие, цель и признаки сегментации рынка. Целевая аудитория. Ситуационный анализ. Рекламная стратегия фирмы.	20 час.	Реферат
		4. Информационное обеспечение рекламной деятельности. Виды и этапы исследований в рекламе. Методы получения первичной информации. Брифы. Контроль эффективности рекламной деятельности.	20 час.	Реферат
		5. Мотивация и позиционирование в рекламе. Уровни психологического воздействия рекламы (глубинные социокультурные предпосылки, семья, роль, статус...). Мотивы рациональные, эмоциональные, нравственно-социальные. Жизненный цикл семьи.	20 час.	Реферат
		6. Основы медиапланирования. Средства передачи рекламного обращения и их особенности (пресса, радио, полиграфия, интернет...). Характеристики медиаканалов (охват, частота, пересечение аудиторий, распределение частот экспозиции, рейтинги ...). Выбор медианосителей.	25 час.	Реферат
		7. Этапы разработки рекламного обращения. Постановка задачи. Позиционирование рекламируемого товара. Примеры коммуникационных технологий в рекламе: мифодизайн, ТРИЗ, УТП, NLP, метод "Разрыва"...	25 час.	Реферат
		8. Стилиевые решения и структура рекламного обращения. Формула AIDA, модели "сильной" и "слабой" рекламы. Диалог, сказка, иллюстрация, гипербола, комикс, пародия, мюзикл... Изображение, слоган, зачин, информационный блок, справочные сведения, эхо-фраза. Примеры: мебель, обувь, туризм ...	20 час.	Реферат
		9. Организация рекламной кампании (РК). Виды рекламных кампаний. Постановка задачи медиапланёру. Договоры на производство и размещение рекламной продукции в СМИ. Комплектность документов. Примеры эффективных РК.	25 час.	Реферат
		10. Подведение итогов первой ступни обучения.	25 час.	Реферат
			225 час.	

Тема 1.

История рекламы и её роль в современном обществе.

Реклама как часть общечеловеческой культуры. Развитие рекламы (исторический экскурс). Бюджеты мировых лидеров рекламного бизнеса. Особенности применения авторского права в рекламной деятельности.

Тема 2.

Основы теории коммуникации.

Виды и функции социальной коммуникации. Система «коммуникатор- адресат».

Тема 3.

Реклама и маркетинг.

Реклама как одна из важнейших маркетинговых функций. Понятие, цель и признаки сегментации рынка. Целевая аудитория. Ситуационный анализ. Рекламная стратегия фирмы.

Тема 4.

Информационное обеспечение рекламной деятельности.

Виды и этапы исследований в рекламе. Методы получения первичной информации. Брифы. Контроль эффективности рекламной деятельности.

Тема 5.

Мотивация и позиционирование в рекламе.

Уровни психологического воздействия рекламы (глубинные социокультурные предпосылки, семья, роль, статус...). Мотивы рациональные, эмоциональные, нравственно-социальные. Жизненный цикл семьи.

Тема 6.

Основы медиапланирования.

Средства передачи рекламного обращения и их особенности (пресса, радио, полиграфия, интернет...). Характеристики медиаканалов (охват, частота, пересечение аудиторий, распределение частот экспозиции, рейтинги ...). Выбор медианосителей.

Тема 7.

Этапы разработки рекламного обращения.

Постановка задачи. Позиционирование рекламируемого товара. Примеры коммуникационных технологий в рекламе: мифодизайн, ТРИЗ, УТП, NLP, метод "Разрыва"...

Тема 8.

Стилевые решения и структура рекламного обращения.

Формула AIDA, модели "сильной" и "слабой" рекламы. Диалог, сказка, иллюстрация, гипербола, комикс, пародия, мюзикл... Изображение, слоган, зачин, информационный блок, справочные сведения, эхо-фраза. Примеры: мебель, обувь, туризм ...

Тема 9.

Организация рекламной кампании (РК)

Виды рекламных кампаний. Постановка задачи медиапланёру. Договоры на производство и размещение рекламной продукции в СМИ. Комплектность документов. Примеры эффективных РК.

Тема 10.

Подведение итогов первой ступни обучения.

Примерный учебно-тематический план 2 курса:

Название курса	Длительность обучения	Темы заданий	Кол-во часов пост. работы уч-ся	Формы отчета
Курс рекламы. Творческие технологии (визуальная реклама) 2 ступень	10 мес.	1. Теоретические основы восприятия информации. Физиология восприятия. Звук. Свет. Цвет. Перспектива. Движение.	25 час.	Реферат
		2. Визуальная составляющая рекламы и принципы её построения. Рекламный образ и функции визуального ряда.	25 час.	Реферат
		3. Законы композиции в изобразительном искусстве. Исторический экскурс и современная трактовка законов композиции. Композиционные формы. СВКЦ. Золотое сечение.	20 час.	Реферат
		4. Изобразительные средства рекламы. Уравновешенность. Замкнутость. Ритм. Колорит. Нюанс. Диагональ...	20 час.	Реферат
		5. Специфика фоторекламы. Технические особенности рекламной фотографии. Примеры: архитектура, пейзаж, интерьер, портрет, натюрморт...	20 час.	Реферат
		6. Основы фотосъёмки. Виды освещения. Технические характеристики аппаратуры.	20 час.	Реферат
		7. Photoshop как инструмент рекламиста. Интерфейс. Слои. Выделения. Уровни. Фильтры.	25 час.	Реферат
		8. Виды шрифтов и их применение. История развития шрифтов. Основные характеристики шрифтов. Шрифты по их назначению.	15 час.	Реферат
		9. Разработка рекламного обращения. Обоснование рекламной идеи, и её визуальное воплощение.	20 час.	Реферат
		10. Подведение итогов второй ступени обучения.	25 час.	Реферат
			215 час.	

Тема 1.**Теоретические основы восприятия информации.**

Физиология восприятия. Звук. Свет. Цвет. Перспектива. Движение.

Тема 2.**Визуальная составляющая рекламы и принципы её построения.**

Рекламный образ и функции визуального ряда.

Тема 3.**Законы композиции в изобразительном искусстве.**

Исторический экскурс и современная трактовка законов композиции. Композиционные формы. СВКЦ. Золотое сечение.

Тема 4.**Изобразительные средства рекламы.**

Уравновешенность. Замкнутость. Ритм. Колорит. Нюанс. Диагональ...

Тема 5.**Специфика фоторекламы.**

Технические особенности рекламной фотографии. Примеры: архитектура, пейзаж, интерьер, портрет, натюрморт...

Тема 6.**Основы фотосъёмки.**

Виды освещения. Технические характеристики аппаратуры.

Тема 7.**Photoshop как инструмент рекламиста.**

Интерфейс. Слои. Выделения. Уровни. Фильтры.

Тема 8.**Виды шрифтов и их применение.**

История развития шрифтов. Основные характеристики шрифтов. Шрифты по их назначению.

Тема 9.**Разработка рекламного обращения.**

Обоснование рекламной идеи, и её визуальное воплощение.

Тема 10.**Подведение итогов второй ступни обучения.****Примерный учебно-тематический план 3 курса:**

Название курса	Длительность обучения	Темы заданий	Кол-во часов пост. работы уча-ся	Формы отчета
Курс Творческие технологии (разработка рекламного продукта) 3 ступень	10 мес.	1. Экранная реклама. Виды и специфика. Виды монтажа. План. Звук.	25 час.	Реферат
		2. Сценарий рекламного видео-ролика. Рекламная идея и методы её транслирования. Литературный и режиссёрский сценарии. Художественная ценность и коммерческая составляющая. Оценка качества.	20 час.	Реферат
		3. Драматургия рекламного видео-клипа. Замысел. Сюжет. Литературный и режиссёрский сценарий	20 час.	Реферат
		4. Основы видеосъёмки. Форматы видео. Устройство видеокамеры. Приёмы съёмки.	25 час.	Реферат
		5. Монтаж видеоклипа. Программы монтажа.	20 час.	Реферат
		6. Реклама в печати (полиграфия). Виды полиграфической продукции. Основные техпроцессы. Технические требования по качеству.	25 час.	Реферат
		7. Реклама на радио. Достоинства и недостатки. Приёмы радиорекламы (джингл, диалог, объявление ...). Особенности размещения.	20 час.	Реферат
		8. Наружная реклама (НР). Виды и особенности эксплуатации. Инженерно-технические аспекты разработки НР.	20 час.	Реферат
		9. Практическая разработка рекламного продукта.	25 час.	Реферат
		10. Подведение итогов третьей ступни обучения.	25 час.	Реферат
			225 час.	

Тема 1.**Экранная реклама.**

Виды и специфика. Виды монтажа. План. Звук.

Тема 2.

Сценарий рекламного видео-ролика.

Рекламная идея и методы её транслирования. Литературный и режиссёрский сценарии. Художественная ценность и коммерческая составляющая. Оценка качества.

Тема 3.

Драматургия рекламного видео-клипа.

Замысел. Сюжет. Литературный и режиссёрский сценарий.

Тема 4.

Основы видеосъёмки.

Форматы видео. Устройство видеокамеры. Приёмы съёмки.

Тема 5.

Монтаж видеоклипа.

Программы монтажа.

Тема 6.

Реклама в печати (полиграфия).

Виды полиграфической продукции. Основные техпроцессы. Технические требования по качеству.

Тема 7.

Реклама на радио.

Достоинства и недостатки. Приёмы радиорекламы (джингл, диалог, объявление ...). Особенности размещения.

Тема 8.

Наружная реклама (НР).

Виды и особенности эксплуатации. Инженерно-технические аспекты разработки НР.

Тема 9.

Практическая разработка рекламного продукта.

Тема 10.

Подведение итогов третьей ступни обучения.

По окончании обучения на 3 курсе учащимся, успешно выполнившим программу и все виды учебных заданий, выдается документ установленного образца (свидетельство) без присвоения квалификации.

Характеристика цифровой оценки (отметки):

- «5» («отлично») – уровень выполнения требований значительно выше оценки «хорошо»: самостоятельное творчество, полнота изложения, отсутствие ошибок.
- «4» («хорошо») – уровень выполнения требований выше удовлетворительного: использование дополнительного материала, полнота изложения, предпосылки к самостоятельному творчеству.
- «3» («удовлетворительно») – достаточный минимальный уровень выполнения требований. Не более 3-5 ошибок по пройденному учебному материалу, неполнота раскрытия темы.
- «2» («плохо») – уровень выполнения требований ниже удовлетворительного: наличие более 10 недочетов по текущему материалу, неполнота, нераскрытость темы.

При получении оценки не ниже удовлетворительной, учащемуся выдается документ установленного образца (свидетельство) без присвоения квалификации.

Список предлагаемой литературы:

1. Симонов А.Г. Основы цветной фотосъёмки. М., 1984
2. Дыко Л.П. Основы композиции в фотографии. М. 1988
3. Васильев А.А. Творческая фотография: от замысла к воплощению. М., 1988
4. Васильев А.А. Творческая фотография: от замысла к воплощению (иллюстрации). М., 1988
5. Осипов О.А. Специальные приёмы фотопечати. М. 1990
6. Щепанковский Г.В. Негативный фотопроект и фотопечать. М. 1990
7. Лесюк В. Фотомастерство. Москва, 2004.
8. Дегтярев А.Р. «Изобразительные средства рекламы». Москва, 2006.
9. Дегтярев А.Р. «Фотокомпозиция. Средства. Формы. Приемы». Москва, 2009
10. Дегтярев А.Р. «Фотокомпозиция. В жанрах фотографии» Москва, 2014.



ЧАСТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

«ЗАОЧНЫЙ НАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИСКУССТВ»

101000, г. Москва, ул. Покровка, д. 1/13/6 стр. 2. Тел.: (495) 623-74-26; 621-96-22

E-mail: mail@znui.ru. Сайт: www.znui.ru



«УТВЕРЖДАЮ»

Ректор ЧО УДО «ЗНУИ»

А.Р. Киракосян

«10» января 2019 г.

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ

Фото – видео - искусство

КУРС РЕКЛАМЫ. ТВОРЧЕСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ

1-3 СТУПЕНЬ

**Москва
2019**

По окончании обучения на 3 курсе учащимся, успешно выполнившим программу и все виды учебных заданий, выдается документ установленного образца (свидетельство) без присвоения квалификации.

Характеристика цифровой оценки (отметки):

- «5» («отлично») – уровень выполнения требований значительно выше оценки «хорошо»: самостоятельное творчество, полнота изложения, отсутствие ошибок.
- «4» («хорошо») – уровень выполнения требований выше удовлетворительного: использование дополнительного материала, полнота изложения, предпосылки к самостоятельному творчеству.
- «3» («удовлетворительно») – достаточный минимальный уровень выполнения требований. Не более 3-5 ошибок по пройденному учебному материалу, неполнота раскрытия темы.
- «2» («плохо») – уровень выполнения требований ниже удовлетворительного: наличие более 10 недочетов по текущему материалу, неполнота, нераскрытость темы.



ЧАСТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЗАОЧНЫЙ НАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИСКУССТВ»
101000, г. Москва, ул. Покровка, д. 1/13/6 стр. 2. Тел.: (495) 623-74-26; 621-96-22
E-mail: mail@znui.ru. Сайт: www.znui.ru



«УТВЕРЖДАЮ»

Ректор ЧО УДО «ЗНУИ»

А.Р. Киракосян

«10» января 2019 г.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ ПО ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ

Фото – видео - искусство

КУРС РЕКЛАМЫ. ТВОРЧЕСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ

1-3 СТУПЕНЬ

**Москва
2019**

**Список литературы по
дополнительной образовательной программе:**

1. Симонов А.Г. Основы цветной фотосъёмки. М., 1984
2. Дыко Л.П. Основы композиции в фотографии. М. 1988
3. Васильев А.А. Творческая фотография: от замысла к воплощению. М., 1988
4. Васильев А.А. Творческая фотография: от замысла к воплощению (иллюстрации). М., 1988
5. Осипов О.А. Специальные приёмы фотопечати. М. 1990
6. Щепанский Г.В. Негативный фотопроект и фотопечать. М. 1990
7. Лесюк В. Фотомастерство. Москва, 2004.
8. Дегтярев А.Р. «Изобразительные средства рекламы». Москва, 2006.
9. Дегтярев А.Р. «Фотокомпозиция. Средства. Формы. Приёмы». Москва, 2009
10. Дегтярев А.Р. «Фотокомпозиция. В жанрах фотографии» Москва, 2014.