

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Кудинова Анна Васильевна

Должность: Заведующая кафедрой арт-бизнеса и рекламы

Дата подписания: 31.07.2020 14:14:34

Уникальный программный ключ:

1366bab9c8f00d7373af5daae090acbec83d71fc

Министерство культуры Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

**«КРАСНОДАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ
КУЛЬТУРЫ»**

Факультет социально-культурной деятельности и туризма

Кафедра арт-бизнеса и рекламы

УТВЕРЖДАЮ

зав. кафедрой

арт-бизнеса и рекламы

 А.В. Кудинова

25 августа 2020 г., пр. №1

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**Б1.В.ДВ.03.02 Аудиовизуальные технологии в арт-бизнесе и
рекламе**

Направление подготовки 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки

Профиль подготовки Арт-бизнес и реклама

Форма обучения – очная, заочная

**Краснодар
2020**

Рабочая программа учебной дисциплины разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО, утвержденным приказами Министерства образования и науки Российской Федерации, по направлению подготовки 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки (№ 532 от 08.06.2017).

Рецензенты:

Доктор филологических наук,
профессор кафедры электронных
средств
массовой информации и новых медиа
факультета журналистики
Кубанского государственного
университета

Е.Г. Сомова

Кандидат педагогических наук,
доцент кафедры телерадиовещания
Краснодарского государственного
института культуры

Устрижицкий О.В.

Составитель: А.Ю. Куликов, кандидат философских наук, доцент кафедры арт-бизнеса и рекламы КГИК

Рабочая программа учебной дисциплины рассмотрена и утверждена на заседании кафедры арт-бизнеса и рекламы 25 августа 2020 г., протокол №1.

Рабочая программа учебной дисциплины «Аудиовизуальные технологии в арт-бизнесе и рекламе» одобрена и рекомендована к использованию в учебном процессе Учебно-методическим советом ФГБОУ ВО «КГИК» 26 августа 2020 г., протокол № 1.

Содержание

1. Цели и задачи освоения дисциплины	4
2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО	4
3. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций	4-5
4. Структура и содержание дисциплины	5-6
4.1. Структура дисциплины:	5-6
4.2. Тематический план освоения дисциплины по видам учебной деятельности и виды самостоятельной (внеаудиторной) работы	6-9
5. Образовательные технологии	9
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации:	9-13
6.1. Контроль освоения дисциплины	
6.2. Оценочные средства	
7. Учебно-методическое и информационно обеспечение дисциплины (модуля)	14-15
7.1. Основная литература	14
7.2. Дополнительная литература	14
7.3. Периодические издания	14
7.4. Интернет-ресурсы	15
7.5. Методические указания и материалы по видам занятий	15
7.6. Программное обеспечение	15
8. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)	15
9. Дополнения и изменения к рабочей программе учебной дисциплины (модуля)	16

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели освоения дисциплины

- развитие аудиовизуального мышления и медиа коммуникативной образованности студентов;
- выявление выразительной и формообразующей роли звука в различных жанрах медиа.

Задачи дисциплины:

- дать определения и наметить классификацию основных жанров медиа;
- выявить принципы функционирования музыки в жанрах медиа;
- показать контекстуальную специфику языка музыки в электронных медиажанрах;
- обосновать методику анализа музыки в жанрах медиа с позиций музыковедческого и киноведческого анализа;
- определить роль музыки в текстах, репрезентирующих различные медиажанры (художественный, документальный, анимационный кинематограф; аудио и видеореклама; видеоклипы; теле и радиопрограммы; компьютерные игры, аудио и видео реклама).
- наметить роль технологий мультимедиа в процессе анализа и в репрезентации результатов анализа произведений медиакультуры;
- внедрить формы творческих заданий по созданию конкретных медиажанров с акцентом на музыкальную составляющую;
- определить профессиональную компетентность студентов при работе со звуком в жанрах медиа.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина относится к элективным дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1 «Дисциплины (модули)».

Теоретические знания, полученные при изучении данной дисциплины взаимосвязаны с предметами: «Разработка визуального контента в рекламе и арт-бизнесе», «Информационные технологии в рекламе и арт-бизнесе», а также видам практик.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С УСТАНОВЛЕННЫМИ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ ИНДИКАТОРАМИ ДОСТИЖЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ.

В результате освоения дисциплины обучающиеся должны демонстрировать следующие результаты.

Наименование компетенций	Индикаторы сформированности компетенций
--------------------------	---

	знать	уметь	владеть
ПК-3. Способен разрабатывать, создавать и продвигать рекламные продукты в рамках рекламной кампании в сфере арт-бизнеса;	- основы аудиовизуальных технологий в арт-бизнесе и рекламе	- применять под руководством аудиовизуальные технологии в арт-бизнесе и рекламе	- опытом применения под руководством аудиовизуальных технологий в арт-бизнесе и рекламе

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц (216 часов).

По очной форме обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости Форма промежуточной аттестации
			Л	ПЗ	К	СР	
1	Видеотехнологии в рекламе и арт-бизнесе	5	32	32		44	Практическое задание
2	Аудиотехнологии в рекламе и арт-бизнесе	6	18	12	18	6	Практическое задание
3	Мультимедиа в рекламе и арт-бизнесе	6	14	20	18	2	Практическое задание
Итого:			64	64	36	52	216/6

По заочной форме обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости Форма промежуточной аттестации
			Л	ПЗ	К	СР	
1	Видеотехнологии в рекламе и арт-бизнесе	5	6	6		168	Практическое задание
2	Аудиотехнологии в рекламе и арт-бизнесе	6	4		9		Практическое задание

3	Мультимедиа в рекламе и арт-бизнесе	6	2	6	9	6	Практическое задание
	Итого:		12	12	18	174	216/6

4.2. Тематический план освоения дисциплины по видам учебной деятельности и виды самостоятельной (внеаудиторной) работы

По очной форме обучения

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала (темы, перечень раскрываемых вопросов): лекции, практические занятия (семинары), индивидуальные занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов /з.е.	Формируемые компетенции (по теме)
1	2	3	
Раздел 1 Видеотехнологии в рекламе и арт-бизнесе. (4 семестр)			
Тема 1.1. Специфика режиссуры рекламного видео.	<u>Лекции:</u> Основные направления и тенденции коммуникативного видеопроизводства. Специфика режиссуры рекламного видео. Выразительные средства режиссуры. Функции и приемы художественного монтажа. Режиссерская экспликация-авторского замысла	16/0,44	ПК-3
	<u>Практические занятия:</u> Принципы классификации рекламного видео	12/33	
	<u>Самостоятельная работа</u> Изучение литературы по режиссуре и драматургии видео продуктов	36/1	
Тема 1.2. Социальная ТВ реклама как канал трансляции моральных ценностей.	<u>Лекции:</u> Понятие социальной рекламы и ее специфика. Этика и содержательность, педагогическое воздействие на подсознание, формирование социальной позиции и т.д. Исторические тенденции развития и место социальной рекламы на ТВ.	16/0,44	ПК-3
	<u>Практические занятия:</u> Настройка и правила съемки видео Монтаж видео	20/0,55	
	<u>Самостоятельная работа</u> Анализ видеоматериалов в современных информационных ресурсах	8/0,22	
Раздел 2.Аудиотехнологии в рекламе и арт-бизнесе. (5 семестр)			

Тема 2.1. Принципы функционирования звука в рекламе.	<u>Лекции:</u> Музыка в формах телевидения и радиовещания. Понятие формата радиовещания. Музыкальные форматы вещания. Исторический (разные периоды развития телевидения), жанровый (в зависимости от жанра передачи), авторский (выражение через музыкальный ряд формата канала или позиции автора программы) подходы к музыкальному оформлению телерадиопрограмм.	6/0,16	ПК-3
	<u>Практические занятия:</u> Музыка в авторских радио и телепрограммах.	4/0,1	
	<u>Самостоятельная работа</u> Подбор и анализ разножанровых примеров. Работа с литературой.	2/0,5	
Тема 2.2. Методика и практика создания медиапродукции	<u>Практические:</u> Создание звуковой продукции к теле и радио программам. Компиляция видеоклипов. Создание звуковых дорожек к компьютерным играм.	6/0,16	ПК-3
	<u>Практические занятия:</u> Оформление звуковых заставок и разбивок.	4/0,1	
	<u>Самостоятельная работа</u> Работа по монтажу и подбору музыки в рекламе, видеоклипе	2/0,5	
Тема 2.3 Аспекты звукорежиссуры и музыкального редактирования при создании электронных медиа	<u>Лекции:</u> Речь, музыка и шумовые эффекты как составляющие медиатекста. Закадровая и внутрикадровая музыка. Иллюстративность и контекст при использовании звука. Особенности музыкального материала. Цитаты и авторская музыка.	6/0,16	ПК-3
	<u>Практические занятия:</u> Автономная и прикладная музыка. Функции звука.	4/0,1	
Раздел 3. Мультимедиа в рекламе и арт-бизнесе (5 семестр)			
Тема 1.1. Классификация жанров медиа.	<u>Лекции:</u> Определение медиатекста, его особенности, составляющие.	14/0,38	ПК-3
	<u>Практические занятия:</u> Принципы классификации жанров медиа.	20/0,55	
	<u>Самостоятельная работа</u> Изучение литературы по медиаобразованию и медикультуре.	2/0,5	
Вид итогового контроля (экзамен)		36/1	
ВСЕГО:		216/6	

По заочной форме обучения

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала (темы, перечень раскрываемых вопросов): лекции, практические занятия (семинары), индивидуальные занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов /з.е.	Формируемые компетенции (по теме)
1	2	3	
Раздел 1 Видеотехнологии в рекламе и арт-бизнесе. (4 семестр)			
Тема 1.1. Специфика режиссуры рекламного видео.	Лекции: Основные направления и тенденции коммуникативного видеопроизводства. Специфика режиссуры рекламного видео. Выразительные средства режиссуры. Функции и приемы художественного монтажа. Режиссерская экспликация-авторского замысла	2/0,5	ПК-3
	Практические занятия: Принципы классификации рекламного видео	2/0,5	
	Самостоятельная работа Изучение литературы по режиссуре и драматургии видео продуктов	72/2	
Тема 1.2. Социальная ТВ реклама как канал трансляции моральных ценностей.	Лекции: Понятие социальной рекламы и ее специфика. Этика и содержательность, педагогическое воздействие на подсознание, формирование социальной позиции и т.д. Исторические тенденции развития и место социальной рекламы на ТВ.	4/0,1	ПК-3
	Практические занятия: Настройка и правила съемки видео Монтаж видео	4/0,1	
	Самостоятельная работа Анализ виноматериалов в современных информационных ресурсах	96/2,6	
Раздел 2.Аудиотехнологии в рекламе и арт-бизнесе. (5 семестр)			
Тема 2.1. Принципы функционирования звука в рекламе.	Лекции: Музыка в формах телевидения и радиовещания. Понятие формата радиовещания. Музыкальные форматы вещания. Исторический (разные периоды развития телевещания), жанровый (в зависимости от жанра передачи), авторский (выражение через музыкальный ряд формата канала или позиции автора программы) подходы к музыкальному оформлению телерадиопрограмм.	2/0,5	ПК-3
	Практические занятия: Музыка в авторских радио и телепрограммах.		
	Самостоятельная работа Подбор и анализ разножанровых примеров. Работа с литературой.		

Тема 2.2. Методика и практика создания медиапродукции	<u>Практические:</u> Создание звуковой продукции к теле и радио программам. Компиляция видеоклипов. Создание звуковых дорожек к компьютерным играм.	2/0,05	ПК-3
	<u>Практические занятия:</u> Оформление звуковых заставок и разбивок.		
	<u>Самостоятельная работа</u> Работа по монтажу и подбору музыки в рекламе, видеоклипе	2/0,5	
Тема 2.3 Аспекты звукорежиссуры и музыкального редактирования при создании электронных медиа	<u>Лекции:</u> Речь, музыка и шумовые эффекты как составляющие медиатекста. Закадровая и внутрикадровая музыка. Иллюстративность и контекст при использовании звука. Особенности музыкального материала. Цитаты и авторская музыка.		ПК-3
	<u>Практические занятия:</u> Автономная и прикладная музыка. Функции звука.		
Раздел 3. Мультимедиа в рекламе и арт-бизнесе (5 семестр)			
Тема 1.1. Классификация жанров медиа.	<u>Лекции:</u> Определение медиатекста, его особенности, составляющие.	2/0,05	ПК-3
	<u>Практические занятия:</u> Принципы классификации жанров медиа.	6/0,16	
	<u>Самостоятельная работа</u> Изучение литературы по медиаобразованию и медикультуре.	6/0,16	
Вид итогового контроля (экзамен)		18/0,55	
ВСЕГО:		216/6	

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В процессе обучения курсу «Аудио-видеопроизводство коммуникативного продукта» применяются активные и интерактивные формы проведения занятий.

- Лекционные занятия: изложение теоретических положений курса, проиллюстрированные примерами из прикладной музыки.
- Практические занятия по созданию аудиовизуального продукта.
- Самостоятельная работа с литературой по проблемам.
- Просмотр видеоматериалов с их последующим анализом.

6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

6.1. Контроль освоения дисциплины

Программой дисциплины в целях проверки прочности усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля.

Текущий контроль успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах: рефераты, анализ медиажанров в аспекте звуковой составляющей.

6.2.Оценочные средства

6.2.1. Примеры тестовых заданий (ситуаций)

Исключите лишнее в данном смысловом ряду:

1. Монтажный лист

- 1) лист, на котором напечатаны прямоугольники в виде телеэкрана;
- 2) лист, содержащий полное и точное описание каждого кадра фильма от первого до последнего плана;
- 3) лист с режиссерской экспликацией рекламного ролика.

2. Конфликт

- 1) острое столкновение противостоящих друг другу интересов, сил, идей, характеров, исторических тенденций;
- 2) идейно-тематическая основа любого драматического действия;
- 3) сюжетное развитие сценария.

3. Композиция сценария

- 1) последовательность сюжета;
- 2) организация событийного действия и соответствующее расположение материала в развитии конфликтной ситуации;
- 3) общепринятый порядок построения режиссерско-сценарного замысла.

4. Выразительные средства режиссуры рекламного видеосюжета

- 1) мизансценирование, атмосфера, темпо-ритм, художественный монтаж;
- 2) слоган, дикторский текст;
- 3) новейшие цифровые технологии.

5. Идея

- 1) основной авторский замысел;
- 2) главная мысль, жизненный «урок», идейный вывод автора;
- 3) угол зрения художника, его способность видеть жизнь.

6. Событие

- 1) то, что перешло от одного поколения к другому;
- 2) краткое содержание сценария;
- 3) действенный факт, происходящий здесь, сейчас, на наших глазах.

7. Тема

- 1) круг жизненных явлений, отобранных и освещенных автором;
- 2) краткое содержание;

3) замечания автора текста.

8.Сценарно-режиссерский ход

1) совокупность событий, раскрывающих ход действия;
предмет, основное содержание сценария;
образно-смысловой стержень, который пронизывает весь сценарий и цементирует в его логическом развитии.

9. Художественный монтаж

1) организация событийного действия;
2) подборка, соединение отдельных частей фильма в целое, единое произведение;
3) раскадровка видеоряда рекламного фильма.

Определите правильную последовательность

Порядок написания сценария рекламного видеосюжета:

1) образно-смысловой ход
2) тема
3) идея

Режиссерский сценарий:

4) редактирование
5) композиционное построение
6) утверждение
1) видеоряд
2) примечания
3) длительность кадра
4) номер кадра

6.2.2. Контрольные вопросы для проведения текущего контроля(не предусмотрено).

6.2.3. Тематика эссе, рефератов, презентаций

1. Специфика драматургии телевизионного рекламного ролика.
2. Идеино-тематическая основа – драматургический фундамент любого рекламного
3. сюжета.
4. Понятие образно-смыслового хода сценария видеорекламы.
5. Последовательность работы над сценарием рекламного видеоролика
6. (характеристика этапов).
7. Понятие литературного и режиссерского сценариев рекламного видеоролика.
8. Специфика композиционного построения сценария видеорекламы.
9. Классическая музыка как объект цитирования в рекламе
10. Джазовый пласт как объект цитирования в рекламе
11. Рок-музыка как объект цитирования в рекламе

12. Песенный пласт (фольклор, песни советских композиторов) как объект цитирования в рекламе
13. Музыка немого кинематографа
14. Жанры музыкальных передач: тематика, стилистика, форма
15. Соотношение музыкального и визуального рядов в структурировании видеоклипа
16. Взаимосвязь жанровой специфики музыкального материала с композиционной стороной в видеоклипе.

6.2.4. Вопросы к зачету по дисциплине

1. Понятие литературного и режиссерского сценариев рекламного видеоролика.
2. Специфика композиционного построения сценария видеорекламы.
3. Понятие технического монтажа (современные технологии).
4. Понятие ВТК (организация, состав, управление).
5. Функции и приемы художественного монтажа видеорекламы.
6. Выразительные средства режиссуры рекламного видеоролика.
7. Режиссерско-постановочная экспликация рекламного сценария
8. Составление сметы расходов производства рекламного видеоролика (разделы,
9. примерные расценки на производимые работы)
10. Специфика телевизионной рекламы (роль, цели и задачи).
11. Развитие визуальной рекламы в России-динамика содержания.
12. Понятие литературно-авторского замысла рекламного видеосюжета.
13. Специфика рекламного сценария.
14. Роль музыки и шумов аудиоряда в реализации рекламной идеи.
15. Пластическое решение кинокадра рекламного фильма («мизанкадр»).
16. Характеристика основных этапов производства рекламного фильма.
17. Аудиоряд рекламного фильма, выразительные средства.
18. Режиссерско-операторские планы рекламного видеоролика (характеристика и
19. возможности).
20. Современные компьютерные технологии производства рекламного фильма.

6.2.5. Вопросы к экзамену по дисциплине

1. Понятие литературного и режиссерского сценариев рекламного видеоролика.
2. Специфика композиционного построения сценария видеорекламы.
3. Понятие технического монтажа (современные технологии).
4. Понятие ВТК (организация, состав, управление).
5. Функции и приемы художественного монтажа видеорекламы.

6. Выразительные средства режиссуры рекламного видеоролика.
7. Режиссерско-постановочная экспликация рекламного сценария
8. Составление сметы расходов производства рекламного видеоролика (разделы,
9. примерные расценки на производимые работы)
10. Специфика телевизионной рекламы (роль, цели и задачи).
11. Развитие визуальной рекламы в России-динамика содержания.
12. Понятие литературно-авторского замысла рекламного видеосюжета.
13. Специфика рекламного сценария.
14. Роль музыки и шумов аудиоряда в реализации рекламной идеи.
15. Пластическое решение кинокадра рекламного фильма («мизанкадр»).
16. Характеристика основных этапов производства рекламного фильма.
17. Аудиоряд рекламного фильма, выразительные средства.
18. Режиссерско-операторские планы рекламного видеоролика (характеристика и
19. возможности).
20. Современные компьютерные технологии производства рекламного фильма.
21. Текст, медиатекст – определение понятий
22. Категории медиа
23. Функции музыки в медиатексте
24. Принципы сочетания музыки с видеорядом
25. Виды и этапы анализа звуковой составляющей медиатекста
26. Специфика использования музыки в жанрах кинематографа
27. Приемы музыкальной звукорежиссуры и их роль в создании рекламных аудио и видеороликов
28. Музыкальный слоган и логотип, их роль в рекламной теле и радиокоммуникации
29. Индивидуализированный музыкальный материал в теле и радиорекламе
30. Принципы классификации видеоклипа
31. Функции музыки в радио и телеэфире
32. Кульминации в медиатекстах: виды, местоположение в форме целого, роль музыки в их создании
33. Виды и этапы анализа звуковой составляющей медиатекста
34. Специфика использования музыки в жанрах кинематографа
35. Роль звука в рекламе

На экзамен студент представляет творческих мультимедийных заданий.

6.2.6. Примерная тематика курсовых работ(не предусмотрена)

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

И

7.1. Основная литература

1. Холопова, В.Н. Феномен музыки / В.Н. Холопова. - М. : Директ-Медиа, 2014. - 384 с. - ISBN 978-5-4458-6481-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=230073> (07.04.2016).

2. Медиа: введение : учебник / под ред. А. Бриггз, П. Кобли ; пер. Ю.В. Никуличев. - 2-е изд. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 551 с. : ил., табл. - (Зарубежный учебник). - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-00960-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114784> (07.04.2016).

7.2. Дополнительная литература

1. Шак, Т.Ф. Музыка в структуре медиатекста [Текст]: программа для высших учебных заведений / Т.Ф. Шак. – Краснодар: Эоловы струны, 2006. – 30 с.

2. Шак, Т.Ф. Анализ медиатекста в аспекте музыкального формообразования [Текст] / Т.Ф. Шак // Медиаобразование. – №2. – 2010. – С. 32-36.

3. Бонфельд, М.Ш. Анализ музыкальных произведений: Структуры tonальной музыки: уч. пособие для студентов высших уч. заведений: в 2 ч. Ч.1. [Текст] / М.Ш. Бонфельд – М.: Гуманитарный изд. центр Владос, 2003. — 256 с.

4. Черных, А. Мир современных медиа / А. Черных. - М. : Издательский дом «Территория будущего», 2007. - 309 с. - (Университетская библиотека Александра Погорельского). - ISBN 5-91129-037-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=84955> (27.04.2016).

5. Шустрова, О.И. Пространство медиа искусства / О.И. Шустрова. - СПб : Алетейя, 2013. - 132 с. - ISBN 978-5-91419-830-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=138939> (27.04.2016).

6. Бонфельд, М.Ш. Музыка: Язык. Речь. Мышление. Опыт системного исследования музыкального искусства [Текст] / М.Ш. Бонфельд. – СПб.: Композитор, 2006. – 646 с.

7.3. Периодические издания

- 1 Киносценарий
2. Музыкальная академия
3. Музыкальная жизнь
4. Медиамузыка

7.4. Интернет-ресурсы

1. Образовательные ресурсы интернета <http://www.alleng.ru/edu/>

2. Портал «Гуманитарное образование»
<http://www.humanities.edu.ru/>
3. Федеральный портал «Российское образование»
<http://www.edu.ru/>
4. Федеральное хранилище «Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов» <http://school-collection.edu.ru/>
Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов
<http://fcior.edu.ru/>

7.5. Методические указания и материалы по видам занятий

Творческие мультимедийные задания должны создаваться после тщательного анализа профессиональной мультимедийной продукции. В подборе тематики рекламных роликов, видеоклипов, звуковых заставок к телепередачам, компьютерным играм следует руководствоваться вкусовыми предпочтениями ассистента-стажера.

7.6 Программное обеспечение

Преподавание дисциплин обеспечивается следующими программными продуктами: операционные системы – Windows 10,; пакет прикладных программ MSOffice 2007;

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Преподавание дисциплины в вузе обеспечено наличием аудиторий (в том числе оборудованных проекционной техникой) для всех видов занятий.

Действуют компьютерные классы с лицензионным программным обеспечением. Имеются рабочие места с выходом в Интернет для самостоятельной работы.

Все компьютерные классы подключены к локальной сети вуза и имеют выход в интернет, в наличии стационарное мультимедийное оборудование (проектор+ экран) в аудиториях 276,282,116,239, возможно проведение занятий на базе музея вуза (тачпанель, экран, проектор).

Обучающиеся пользуются

- вузовской библиотекой с электронным читальным залом;
- учебниками и учебными пособиями;
- аудио и видео материалами.

Все помещения соответствуют требованиям санитарного и противопожарного надзора.

**Дополнения и изменения
к рабочей программе учебной дисциплины**

на 20__-20__ уч. год

В рабочую программу учебной дисциплины вносятся следующие изменения:

- _____ ;
- _____ ;
- _____ ;
- _____ ;
- _____ ;
- _____ ;
- _____ ;

Дополнения и изменения к рабочей программе рассмотрены и рекомендованы на заседании кафедры _____

(наименование)
Протокол № _____ от «__» _____ 20__ г.

Исполнитель(и):

_____ (должность)	/	_____ (подпись)	/	_____ (Ф.И.О.)	/	_____ (дата)
_____ (должность)	/	_____ (подпись)	/	_____ (Ф.И.О.)	/	_____ (дата)

Заведующий кафедрой

_____ (наименование кафедры)	/	_____ (подпись)	/	_____ (Ф.И.О.)	/	_____ (дата)
---------------------------------	---	--------------------	---	-------------------	---	-----------------