

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Колледж информационных и креативных технологий

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

ОП.03 История экранных искусств

программы подготовки специалистов среднего звена

42.02.01 Реклама

Форма обучения: очная

Владивосток 2026

Рабочая программа учебной дисциплины ОП.03 «История экранных искусств» разработана в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01, Реклама утвержденного приказом Минобрнауки России от 21.07.2023, № 552, примерной образовательной программой.

Разработчик: А.А. Макаренко, преподаватель

Рассмотрено и одобрено на заседании цикловой методической комиссии

Протокол № 9 от «20» мая 2026 г.

Председатель ПЦК _____ А.А. Макаренко


подпись

СОДЕРЖАНИЕ

- 1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 2 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 3 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБ-
НОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Место дисциплины в структуре основной образовательной программы

Учебная дисциплина ОП.03 «История экранных искусств» является частью общепрофессионального учебного общепрофессионального цикла (далее ОП) в соответствии с ФГОС СПО по специальности/профессии 42.02.01, Реклама.

1.2 Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

По итогам освоения дисциплины, обучающиеся должны продемонстрировать результаты обучения, соотнесённые с результатами освоения ОП СПО, приведенные в таблице.

Код компетенции	Умения	Знания
ОК 02	– определять задачи для поиска информации об истории кино, телевидения, видеоарта и рекламных роликов; – находить необходимые достоверные источники информации; – планировать процесс поиска и осуществлять его с помощью современных цифровых технологий; – структурировать получаемые данные и выделять наиболее значимые исторические и визуальные аспекты для создания рекламных продуктов.	– номенклатуру информационных источников, применяемых в рекламной и профессиональной деятельности; – приемы структурирования, анализа и интерпретации информации; – современные средства и устройства информатизации, а также соответствующее программное обеспечение; – форматы оформления результатов поиска (аналитические справки, презентации).

2 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1 Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Объем образовательной программы учебной дисциплины	54
в том числе:	
~ теоретическое обучение	14
~ практические занятия	28
~ самостоятельная работа	12
~ промежуточная аттестация	-

2.2 Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем в часах	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
Раздел 1. Зарождение и эволюция кинематографа		18	
Тема 1.1 Появление кинематографа и эпоха немого кино.	Содержание		
	Изобретение братьев Люмьер. Специфика немого экрана. Великий немой и формирование визуального языка. Творчество Ж. Мельеса, Д. Гриффита, Ч. Чаплина. Монтаж как основа киноязыка.	2	ОК 2
	Практическое занятие №1 «Анализ композиции кадров и приемов визуального повествования в немом кинематографе».	4	ОК 2
	Самостоятельная работа обучающихся Подготовка эссе на тему «Влияние эстетики немого кино на современный рекламный видеоролик».	2	ОК 2
Тема 1.2 Советский киноавангард и классический Голливуд.	Содержание		ОК 2
	Монтажные теории Л. Кулешова, С. Эйзенштейна, Д. Вертова. Рождение звукового и цветного кино. Становление студийной системы Голливуда. Формирование жанрового кино.	4	ОК 2
	Практическое занятие №2 «Эффект Кулешова и ассоциативный монтаж: применение классических кинотехнологий в создании рекламных креативов».	4	ОК 2
	Самостоятельная работа обучающихся Составление визуальной подборки (мудборда) с примерами цитирования голливудских киножанров в рекламе.	2	ОК 2
Раздел 2. Послевоенный кинематограф и развитие телевидения		22	
Тема 2.1 Авторское кино, «новые волны» и эволюция телеиндустрии.	Содержание		
	Итальянский неореализм. Французская «новая волна». Авторский кинематограф (А. Хичкок, А. Курасава, Ф. Феллини, А. Тарковский). Специфика телевизионного искусства, появление телепередач и хроники.	4	ОК 2
	Практическое занятие № 3 «Анализ режиссерского стиля мастеров мирового кино и его адаптация под задачи коммерческого видео».	4	ОК 2
	Самостоятельная работа обучающихся Аналитический разбор структуры и драматургии одного из классических телевизионных репортажей или шоу.	4	ОК 2

Тема 2.2 История и специфика экранной рекламы.	Содержание		
	Эволюция рекламного видеоролика: от кинообъявлений до масштабных кампейнов. Жанры экранной рекламы. Фестиваль «Каннские львы» и его роль в фиксации трендов экранного искусства.	2	ОК 2
	Практическое занятие № 4 «Сравнительный анализ роликов-победителей международных фестивалей рекламы разных десятилетий».	4	ОК 2
	Самостоятельная работа обучающихся Подготовка реферата об истории создания легендарного рекламного видеоролика известного бренда.	4	ОК 2
Раздел 3. Эпоха цифровых медиа и видеоарта		14	
Тема 3.1 Цифровая революция, анимация и новые форматы экранов.	Содержание		
	Переход от пленки к цифре. Компьютерная графика, VFX и CGI в кино. Развитие мировой и отечественной анимации. Клиповое мышление, эстетика музыкального видео и видеоарта.	2	ОК 2
	Практическое занятие № 5 «Раскадровка и концептуализация рекламного клипа с использованием приемов современного видеоарта».	4	ОК 2
Тема 3.2 Экранные искусства в эпоху интернета и социальных сетей.	Содержание		
	Интерактивное кино. Вертикальное видео, screenlife-кинматограф, блогинг, короткие форматы. Специфика восприятия контента на мобильных экранах.	2	ОК 2
	Практическое занятие № 6 «Разработка сценария и концепции рекламной screenlife-кампании для мобильных платформ».	4	ОК 2
Промежуточная аттестация		-	
Всего:		54	

3 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1 Материально-техническое обеспечение

Для реализации программы учебной дисциплины предусмотрено наличие следующих специальных помещений:

- Мастерская «Реклама»;
- Специализированное компьютерное рабочее место, доска учебная, мультимедийный комплект, многофункциональное устройство.
- Компьютерный класс;

3.2 Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы учебной дисциплины библиотечный фонд ВВГУ укомплектован печатными и электронными изданиями.

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

Основная литература

1. Шипулинский, Ф. П. История кино на Западе: учебник для среднего профессионального образования / Ф. П. Шипулинский. – Москва: Издательство Юрайт, 2023. – 236 с. – (Антология мысли). – ISBN 978-5-534-12735-5. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: urait.ru.

2. Беленький, И. История кино: киносъемки, кинопромышленность, киноискусство: учебное пособие для СПО / И. Беленький. – Москва: Альпина Паблишер, 2024. – 405 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-96142-188-0. – Текст: электронный // ЭБС Знаниум [сайт]. – URL: znanium.com.

3. Трищенко, Д. А. Техника и технологии рекламного видео: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Д. А. Трищенко. – Москва: Издательство Юрайт, 2024. – 177 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-12575-7. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: urait.ru.

Дополнительная литература

1. Брейтман, А. С. Основы экранной культуры: учебное пособие для вузов и колледжей / А. С. Брейтман. – Москва: ИНФРА-М, 2023. – 214 с. – ISBN 978-5-16-018241-1. – Текст: электронный // ЭБС Знаниум [сайт]. – URL: znanium.com.

2. Базен, А. Что такое кино? / А. Базен; перевод с французского И. И. Эпштейн. – Москва: Канон+ РООИ «Реабилитация», 2021. – 384 с. – ISBN 978-5-88373-611-6. – Текст: непосредственный.

3. Маклюэн, Г. М. Понимание Медиа: внешние расширения человека / Г. М. Маклюэн; перевод с английского В. Г. Николаева. – Москва: Кучково поле, 2022. – 464 с. – ISBN 978-5-9950-0253-6. – Текст: непосредственный.

Электронные ресурсы

1. AdIndex – Информационный портал о рынке рекламы и маркетинга (новости индустрии, аналитические статьи и кейсы креативного видео). – URL: <https://adindex.ru>.

2. КиноПоиск (Индустрия) – Профессиональный русскоязычный ресурс о кинематографе (кассовые сборы, обзоры фестивалей, история создания кинопроизведений). – URL: kinopoisk.ru.

3. Журнал «Сеанс» – Профильное культурно-просветительское издание об искусстве кино (анализ киноязыка, рецензии, архивы и теоретические статьи). – URL: seance.ru

Нормативные документы

1. Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 N 38-ФЗ (действующая редакция, регламентирующая требования к производству и распространению рекламы).

2. Закон Российской Федерации «О средствах массовой информации» от 27.12.1991 N 2124-1 (действующая редакция, в части размещения рекламных материалов в СМИ).

3. Федеральный закон «О государственной поддержке кинематографии Российской Федерации» от 22.08.1996 N 126-ФЗ (действующая редакция, определяющая правовой статус национального фильма и проката).

4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
Умения:		
Анализировать композицию кадров, монтажные приемы и средства визуального повествования в экранных произведениях различных эпох.	– Точность определения приемов монтажа и построения мизансцены; – Глубина понимания художественно-выразительных средств экрана.	– Оценка выполнения практической работы № 1; – Устный опрос.
Проводить сравнительный и драматургический анализ образцов экранного искусства и рекламных видеороликов.	– Логика и полнота разбора структуры видеопроизведения; – Точность выявления ключевых трендов экранной культуры разных десятилетий.	– Оценка выполнения практической работы № 4; – Рецензирование аналитических эссе.
Формулировать творческие концепции, разрабатывать сценарии и раскадровки для современных интерактивных и мобильных видеоформатов.	– Соответствие сценария/раскадровки специфике выбранной платформы; – Креативность и техническая реализуемость предложенной концепции.	– Оценка выполнения практических работ № 5, 6; – Защита творческих проектов.
Выделять и адаптировать классические кинотехнологии и режиссерские стили для решения современных коммерческих и рекламных задач.	– Обоснованность выбора кино-приемов для создания рекламного креатива; – Корректность интеграции элементов авторского стиля в коммерческое видео.	– Оценка выполнения практических работ № 2, 3; – Экспертная оценка визуальных подборок (мудбордов).
Знания:		
Этапов зарождения, эволюции и ключевых вех в истории мирового и отечественного кинематографа и телевидения.	– Точное знание хронологии развития экранных искусств и их главных представителей; – Понимание роли советского авангарда и классического Голливуда в формировании киноязыка.	– Тестирование.
Основных теоретических концепций монтажа, специфики экранного времени, пространства и звукозрительного синтеза.	– Правильное описание сущности монтажных теорий (эффект Кулешова, ассоциативный монтаж); – Понимание принципов взаимодействия звука и изображения.	– Тестирование.
Жанрового многообразия экранных искусств, истории и специфики становления видеорекламы и фестивального движения.	– Полнота перечисления жанров кино и форматов телевизионного/видеоконтента; – Знание знаковых рекламных кампаний и роли фестиваля «Каннские львы» в индустрии.	– Собеседование.
Особенностей функционирования экранных искусств в	– Понимание разницы между пленочными и цифровыми технологиями;	– Устный опрос.

цифровую эпоху, влияния VFX/CGI-технологий и интернет-платформ на восприятие контента.	– Знание законов удержания внимания аудитории в вертикальных и интерактивных видеоформатах.	
--	---	--

Для оценки достижения запланированных результатов обучения по дисциплине разработаны контрольно-оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, которые прилагаются к рабочей программе дисциплины.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Колледж информационных и креативных технологий

КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации
по учебной дисциплине

ОП.03 История экранных искусств

программы подготовки специалистов среднего звена
42.02.01 Реклама

Форма обучения: очная

Владивосток 2026

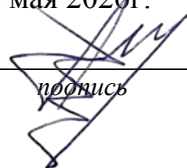
Контрольно-оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по учебной дисциплине ОП.03 «История экранных искусств» разработаны в соответствии с требованиями ФГОС СПО по специальности 42.02.01, Реклама, *утвержденного* приказом Минобрнауки России от 21.07.2023, № 552, примерной образовательной программой, рабочей программой учебной дисциплины.

Разработчик: А.А. Макаренко, преподаватель

Рассмотрено и одобрено на заседании цикловой методической комиссии

Протокол №9 от «20» мая 2026г.

Председатель ПЦК _____ А.А. Макаренко


подпись

1 Общие сведения

Контрольно-оценочные средства (далее – КОС) предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу учебной дисциплины ОП.04 «Рекламная деятельность».

КОС включают в себя контрольные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине, которая проводится в форме дифференцированного зачёта (с использованием оценочного средства - устный опрос, устный опрос в форме собеседования, выполнение письменных заданий, тестирование).

2 Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие результаты освоения образовательной программы

Код ОК, ПК	Код результата обучения	Наименование результата обучения
ОК 02	У1	Использовать профильные медиаресурсы и базы данных для поиска, анализа и интерпретации информации об истории кино и современных трендах видеоиндустрии.
	У2	Применять цифровые инструменты для создания визуальных подборок (мудбордов) и раскадровок рекламных видео продуктов.
	З1	Знать структуру, ключевые разделы и возможности профессиональных информационных порталов и электронных библиотек в области экранных искусств и медиа.

3 Соответствие оценочных средств контролируемым результатам обучения

3.1 Средства, применяемые для оценки уровня теоретической подготовки

Краткое наименование раздела (модуля) / темы дисциплины	Код результата обучения	Показатель овладения результатами обучения	Наименование оценочного средства и представление его в КОС	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
Раздел 1 Зарождение и эволюция кинематографа				
Тема 1.1 Появление кинематографа и эпоха немого кин	ОК 02	Знание хронологии немого кино, авторов и изобретений; умение анализировать визуальный язык и приемы раннего экрана.	Устный опрос (п. 5.1, вопр. 1, 2)	Тестирование (п.6.2, вар. 1, вопр. 1; вар. 2, вопр. 1)
Тема 1.2 Советский киноавангард и классический Голливуд.	ОК 02	Знание монтажных теорий (Кулешов, Эйзенштейн, Вертов) и жанровой системы Голливуда; умение адаптировать их в рекламе.	Устный опрос (п. 5.1, вопр. 3, 4, 5, 6, 7)	Темы рефератов (п. 5.2, тема 1)
Раздел 2 Послевоенный кинематограф и развитие телевидения				
Тема 2.1 Авторское кино, «новые волны» и эволюция телеиндустрии.	ОК 02	Знание направлений (неореализм, новая волна) и специфики ТВ; умение делать драматургический разбор экранных стилей.	Устный опрос (п. 5.1, вопр. 8, 9, 10); Темы докладов (п. 5.5, темы 4, 5)	Темы рефератов (п. 5.2, темы 4, 5)
Тема 2.2 История и специфика экранной рекламы.	ОК 02	Знание этапов развития видеорекламы, роли «Каннских львов»; умение анализировать шедевры брендингового видео.	Устный опрос (п. 5.1, вопр. 11, 12, 13); Темы рефератов (п. 5.2, темы 6, 7, 8)	Тестирование (п. 6.2, вар. 1, вопр. 5, 9)
Раздел 3 Эпоха цифровых медиа и видеоарта				
Тема 3.1 Цифровая	ОК 02	Знание законов удержания внимания, роли CGI/VFX,	Устный опрос (п. 5.1, вопр. 14, 15,	Тестирование (п. 6.2, вар. 1,

Краткое наименование раздела (модуля) / темы дисциплины	Код результата обучения	Показатель овладения результатами обучения	Наименование оценочного средства и представление его в КОС	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
революция, анимация и новые форматы экранов.		клипового монтажа; умение проектировать концепции современного видео.	16, 17); Темы докладов (п. 5.5, тема 7)	вопр. 4)
Тема 3.2 Экранные искусства в эпоху интернета и соцсетей.	ОК 02	Знание форматов Screenlife, Reels/Shorts, AR/VR; умение создавать сценарии для мобильных и интерактивных платформ.	Устный опрос (п. 5.1, вопр. 18, 19, 20); Темы рефератов (п. 5.2, темы 9, 10)	Темы рефератов (п. 5.2) Практические кейсы (п. 5.3, кейс 9)

3.2 Средства, применяемые для оценки уровня практической подготовки

Краткое наименование раздела (модуля) / темы дисциплины	Код результата обучения	Показатель овладения результатами обучения	Наименование оценочного средства и представление его в КОС	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
Раздел 1 Зарождение и эволюция кинематографа				
Тема 1.1 Практическое занятие № 1	ОК 02	Умение определять приемы монтажа и построения мизансцены в немом кино; анализировать визуальный язык без слов.	Проверка выполнения практической работы № 1; Темы докладов (п. 5.5, тема 1)	Вопросы на экзамен (п. 6.1, билеты 3-5)
Тема 1.2 Практическое занятие № 2	ОК 02	Умение использовать законы монтажа (эффект Кулешова) для конструирования новых смыслов в коммерческих видеороликах.	Проверка выполнения практической работы № 2; Устный опрос (п. 5.1, вопр. 3, 5)	Вопросы на экзамен (п. 6.1, билеты 3-5)
Раздел 2 Послевоенный кинематограф и развитие телевидения				
Тема 2.1 Практическое занятие № 3	ОК 02	Умение выделять авторские маркеры кинорежиссеров и интегрировать элементы их художественного стиля в концепцию бренда.	Проверка выполнения практической работы № 3; Оценка визуальных мудбордов	Вопросы на экзамен (п. 6.1, билеты 5-7)
Тема 2.2 Практическое задание № 4	ОК 02	Умение проводить драматургический разбор видеопродукта и выявлять тренды экранной рекламы на примере фестивальных кейсов.	Проверка выполнения практической работы № 4; Темы докладов (п. 5.5, тема 6)	Тест (п. 6.2. варианты 1-2)
Раздел 3 Эпоха цифровых медиа и видеоарта				
Тема 3.1 Практическое задание № 5	ОК 02	Умение проектировать визуальные решения, создавать покадровую структуру и применять клиповый монтаж для удержания внимания.	Проверка выполнения практической работы № 5; Темы докладов (п. 5.5, тема 7)	Тест (п. 6.2. варианты 1-2)
Тема 3.2		Умение писать сценарии	Проверка выпол-	Вопросы на экзамен

Практическое задание № 6	ОК 02	рии для вертикальных форматов и screenlife-проектов с учетом специфики мобильного экрана.	нения практической работы № 6; Темы докладов (п. 5.5, темы 8, 9)	(п. 6.1, билеты 1-10)
--------------------------	-------	---	--	-----------------------

4 Описание процедуры оценивания

Результаты обучения по дисциплине, уровень сформированности компетенций оцениваются по четырём бальной шкале оценками: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Текущая аттестация по дисциплине проводится с целью систематической проверки достижений обучающихся. Объектами оценивания являются: степень усвоения теоретических знаний, уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы, качество выполнения самостоятельной работы, учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине).

При проведении промежуточной аттестации оценивается достижение студентом запланированных по дисциплине результатов обучения, обеспечивающих результаты освоения образовательной программы в целом. Оценка на зачете выставляется с учетом оценок, полученных при прохождении текущей аттестации.

Критерии оценивания устного ответа

(оценочные средства: устное сообщение, доклад)

5 баллов - ответ показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа; умение приводить примеры современных проблем изучаемой области.

4 балла - ответ, обнаруживающий прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна - две неточности в ответе.

3 балла – ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой предметной области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа; неумение привести пример развития ситуации, провести связь с другими аспектами изучаемой области.

2 балла – ответ, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа; незнание современной проблематики изучаемой области.

Критерии оценивания письменной работы

(оценочные средства: эссе, конспект, доклад (сообщение), в том числе выполненный в форме презентации, творческое задание).

5 баллов - студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Проблема раскрыта полно-

стью, выводы обоснованы. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Студент владеет навыком самостоятельной работы по заданной теме; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно.

4 балла - работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Проблема раскрыта. Не все выводы сделаны и/или обоснованы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы.

3 балла – студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы.

2 балла - работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Проблема не раскрыта. Выводы отсутствуют. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.

Критерии оценивания тестового задания

Оценка	<i>Отлично</i>	<i>Хорошо</i>	<i>Удовлетворительно</i>	<i>Неудовлетворительно</i>
Количество правильных ответов	91 % и $\geq$	от 81% до 90,9 %	не менее 70%	менее 70%

Критерии выставления оценки студенту на зачете/ экзамене

(оценочные средства: устный опрос в форме ответов на вопросы билетов, устный опрос в форме собеседования, кейс-задача).

Оценка по промежуточной аттестации	Характеристика качества сформированности компетенций
«зачтено» / «отлично»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на продвинутом уровне: обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.
«зачтено» / «хорошо»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на базовом уровне: основные знания, умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.
«зачтено» / «удовлетворительно»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на пороговом уровне: имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, в ходе контрольных мероприятий допускаются значительные ошибки, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении

	практических работ, при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.
«не зачтено» / «неудовлетворительно»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на уровне ниже порогового: выявляется полное или практически полное отсутствие знаний значительной части программного материала, студент допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы, умения и навыки не сформированы.

5. Примеры оценочных средств для проведения текущей аттестации

5.1 Вопросы для собеседования (устного опроса)

1. Какое техническое изобретение братьев Люмьер ознаменовало рождение кинематографа и в чем заключалось его принципиальное отличие от кинетоскопа Томаса Эдисона?
2. В чем состоит историческое значение творчества Жоржа Мельеса для развития киноязыка и какие из его приемов до сих пор используются в коммерческом видеопроизводстве?
3. Что такое «эффект Кулешова»? Каким образом этот феномен восприятия используется современными режиссерами при монтаже рекламных роликов?
4. Охарактеризуйте концепцию «киноглаза» Дзиги Вертова. Как эстетика советского документального авангарда отражается в современной динамичной видеорекламе?
5. Назовите основные принципы интеллектуального и ассоциативного монтажа С. Эйзенштейна. Приведите пример, как с помощью сопоставления двух кадров можно передать скрытый смысл в рекламе.
6. Как появление звука в конце 1920-х годов изменило эстетику кинематографа? С какими главными проблемами столкнулись режиссеры немого кино?
7. Что представляла собой «студийная система» классического Голливуда в 1930–1940-е годы и как она повлияла на формирование жестких законов киножанров (вестерн, нуар, мюзикл)?
8. Какие визуальные и драматургические особенности итальянского неореализма и французской «новой волны» повлияли на эстетику современного независимого и малобюджетного видеоконтента?
9. В чем заключается специфика понятия «авторский кинематограф»? Каким образом уникальный визуальный стиль режиссера (например, Альфреда Хичкока или Андрея Тарковского) может быть адаптирован для брендовой рекламы?
10. Как появление и массовое распространение домашнего телевидения в середине XX века изменило структуру медиапотребления и как это повлияло на формат кинопроизводства?
11. Каковы ключевые этапы эволюции экранной рекламы – от простейших текстовых кинообъявлений начала XX века до сложносюжетных мини-фильмов (кампейнов) крупных брендов?
12. Какую роль международный фестиваль рекламы «Каннские львы» играет в фиксации трендов экранного искусства и как размывается граница между чистым искусством и коммерческим видео?
13. Проанализируйте знаменитый рекламный ролик Apple «1984» режиссера Ридли Скотта: какие кинематографические приемы и антиутопические кинообразы легли в его основу?
14. Что принес кинематографу переход от пленочных технологий к цифровым (Digital Revolution)? Как это упростило и удешевило процесс продакшена и постпродакшена?
15. В чем разница между технологиями визуальных эффектов VFX, CGI и практической анимацией? Каковы особенности их интеграции в современную видеорекламу?
16. Как эстетика музыкального видео (клиповый монтаж, разрушение линейного повествования) трансформировала восприятие информации современным зрителем и как это учитывается в копирайтинге и режиссуре рекламы?
17. Что такое «клиповое мышление» аудитории и какими экранными методами создатели контента удерживают внимание зрителя в первые 3 секунды видеоролика?
18. Опишите специфику формата Screenlife (кино на экране девайсов, например, фильмы Т. Бекмамбетова). Каковы преимущества и технологические особенности создания рекламных кампаний в этом стиле?

19. В чем заключаются композиционные и режиссерские особенности создания вертикального видеоконтента по сравнению с классическим горизонтальным кинематографическим кадром?

20. Что такое интерактивное экранное искусство и как технологии дополненной (AR) и виртуальной (VR) реальности трансформируют роль зрителя из пассивного наблюдателя в активного участника медиaprостранства?

5.2 Темы рефератов

1. Эстетика немого кинематографа в современной видеорекламе: приемы визуального повествования без использования слов.

2. Советский монтажный авангард 1920-х годов (Л. Кулешов, С. Эйзенштейн, Д. Вертов): от теоретических манифестов к законам современных рекламных креативов.

3. Голливудская система киножанров 1930–1940-х годов и её использование при позиционировании современных брендов.

4. Влияние режиссерского стиля Альфреда Хичкока на создание атмосферы саспенса в коммерческих и социальных видеороликах.

5. Французская «новая волна» и её отражение в эстетике инди-рекламы и малобюджетного продакшена.

6. Эволюция рекламного видеоролика на телевидении: от информационных объявлений XX века до современных имиджевых мини-фильмов (кампейнов).

7. Международный фестиваль «Каннские львы» как зеркало трансформации экранных искусств и фиксатор глобальных культурных трендов.

8. Феномен антиутопии в экранной рекламе: подробный художественный и маркетинговый разбор ролика Apple «1984» (реж. Ридли Скотт).

9. Стилистика музыкального видео и клиповый монтаж как инструменты формирования клипового мышления и удержания внимания современного потребителя.

10. Screenlife-драматургия и вертикальный формат видео: новые законы композиции кадра и построения сюжета в эпоху мобильных экранов.

5.3 Примеры тестовых заданий

Вариант 1

1. Какое событие официально считается датой рождения кинематографа?

а) Демонстрация «кинетоскопа» Т. Эдисона в 1891 году

б) Первый платный публичный сеанс братьев Люмьер в Париже 28 декабря 1895 года

в) Выход фильма «Певец джаза» в 1927 году

г) Создание первой анимационной ленты Э. Рено в 1892 году

2. Какого режиссера немого кино называют «отцом кинофантастики» и первооткрывателем первых спецэффектов (стоп-кадр, двойная экспозиция)?

а) Дэвид Гриффит

б) Чарльз Чаплин

в) Жорж Мельес

г) Лев Кулешов

3. Эксперимент Льва Кулешова доказал, что смысл кадра зависит от:

а) Длительности его демонстрации на экране

б) Качества освещения и цветокоррекции

в) Соседних кадров, между которыми он расположен при монтаже

г) Актерского мастерства и мимики в данном кадре

4. Какой советский режиссер сформулировал концепцию «киноглаза» и создал документальный шедевр «Человек с киноаппаратом» (1929)?

а) Сергей Эйзенштейн

б) Дзига Вертов

в) Всеволод Пудовкин

- г) Андрей Тарковский
5. Как называется классический голливудский жанр, зародившийся в 1940-х годах, для которого характерны мрачная атмосфера, циничные герои, игра света и тени (низкий ключ) и образ «роковой женщины»?
- а) Вестерн
 - б) Нуар
 - в) Мюзикл
 - г) Пеплум
6. Какое направление в кинематографе послевоенной Европы отказалось от павильонных съемок и профессиональных актеров в пользу съемок на реальных улицах ради «правды жизни»?
- а) Французская «новая волна»
 - б) Итальянский неореализм
 - в) Немецкий экспрессионизм
 - г) Поэтическое кино
7. Режиссером какого легендарного рекламного ролика «1984» для компании Apple стал знаменитый голливудский мастер Ридли Скотт?
- а) Альфред Хичкок
 - б) Стенли Кубрик
 - в) Ридли Скотт
 - г) Стивен Спилберг
8. Какой международный фестиваль креативности является главным глобальным событием для оценки достижений в сфере экранной рекламы и брендируемого видеоконтента?
- а) Оскар
 - б) Каннские львы
 - в) Берлинале
 - г) Венецианский кинофестиваль
9. Что означает аббревиатура CGI в контексте современного цифрового производства видео и кино?
- а) Коммерческий графический интерфейс (Commercial Graphical Interface)
 - б) Изображения, сгенерированные компьютером (Computer Generated Imagery)
 - в) Цветовая градация кадров (Color Grading Images)
 - г) Индекс непрерывного кадра (Continuous Frame Index)
10. Как называется кинематографический формат, в котором все действие фильма или ролика разворачивается исключительно на экранах компьютеров или смартфонов героев?
- а) Вертикальное видео
 - б) Интерактивное кино
 - в) Screenlife
 - г) Видеоарт

Вариант 2

1. Какое фундаментальное ограничение немого кинематографа заставило режиссеров активно развивать визуальный язык, мимику и монтаж?
- а) Отсутствие цветного изображения
 - б) Невозможность синхронной передачи речи и звука
 - в) Малая длительность киноплёнки (до 5 минут)
 - г) Запрет на съемку внутри помещений
2. Какой режиссер в фильме «Рождение нации» (1915) впервые применил параллельный монтаж и заложил основы повествовательной структуры Голливуда?
- а) Жорж Мельес
 - б) Дэвид Уорк Гриффит
 - в) Томас Эдисон
 - г) Сергей Эйзенштейн

3. Монтажная теория Сергея Эйзенштейна строилась на принципе «монтажа аттракционов», где стык двух кадров должен приводить к:
- а) Максимально плавному и незаметному переходу для зрителя
 - б) Столкновению смыслов, рождающему новое понятие или эмоцию
 - в) Простому удлинению экранного времени
 - г) Исключительно демонстрации разных ракурсов одного предмета
4. Какой фильм 1927 года студии Warner Bros. официально открыл эпоху коммерческого звукового кинематографа?
- а) «Метрополис»
 - б) «Певец джаза»
 - в) «Огни большого города»
 - г) «Броненосец «Потемкин»»
5. Что было отличительной чертой «студийной системы» Голливуда в её золотой век (1930-е гг.)?
- а) Актеры и режиссеры принадлежали студиям на основе жестких долгосрочных контрактов
 - б) Фильмы снимались без предварительного сценария
 - в) Полное отсутствие коммерческой рекламы в кинотеатрах
 - г) Съёмки велись исключительно на государственные субсидии
6. Авторы какого направления (Ж.-Л. Годар, Ф. Трюффо) ввели в киноязык «рванный монтаж» (jump cut) и разрушили каноны гладкого голливудского повествования?
- а) Итальянский неореализм
 - б) Французская «новая волна»
 - в) Сюрреализм
 - г) Дадаизм
7. Какая главная маркетинговая и художественная особенность отличала рекламный ролик Apple «1984» во время его показа на Супербоуле?
- а) В нем более 50 раз демонстрировался логотип компании
 - б) В нем детально перечислялись технические характеристики компьютера
 - в) Продукт ни разу не был показан на экране в течение всего ролика
 - г) Это была прямая речь Стива Джобса
8. Какое явление в культуре конца XX века, связанное с развитием музыкального телевидения (MTV), закрепило моду на сверхбыстрый, нелинейный монтаж и яркие визуальные метафоры?
- а) Документальное кино
 - б) Эстетика музыкального клипа (клиповый монтаж)
 - в) Телевизионные сериалы
 - г) Прямые спортивные трансляции
9. Специфика удержания внимания зрителя в мобильных видеоформатах требует от рекламного видеоролика:
- а) Затяжной экспозиции и долгого представления бренда
 - б) Вовлечения и демонстрации главного крючка (хука) в первые 3 секунды
 - в) Обязательного использования сложной закадровой оркестровой музыки
 - г) Использования исключительно черно-белой гаммы
10. В чем заключается основное композиционное отличие вертикального кадра (9:16) от классического кинематографического (16:9)?
- а) Вертикальный кадр требует акцента на вертикальных линиях и центральном объекте (портретная ориентация)
 - б) Вертикальный кадр вмещает больше объектов на заднем плане
 - в) В вертикальном кадре невозможно использовать монтаж
 - г) Вертикальный кадр предназначен только для анимации

Время выполнения – 45 минут.

5.5 Темы докладов, устных сообщений

1. Жорж Мельес и рождение спецэффектов: как трюки столетней давности эволюционировали в современную компьютерную графику (VFX) в рекламе.
2. Эффект Кулешова и его практическое применение: разбор современных рекламных видеороликов, построенных на ассоциативном монтаже.
3. Великие комики немого экрана (Ч. Чаплин, Б. Китон): приемы визуального юмора и их использование в вирусных рекламных кампаниях.
4. Стилль «нуар» в кинематографе и рекламе: как игра со светотенью и образ рокового героя помогают продвигать премиальные бренды (парфюмерия, автомобили).
5. Мастера саспенса: какие приемы удержания и нагнетания внимания Альфреда Хичкока работают в современных коммерческих триггерах.
6. Каннские львы – эволюция креатива: как за последние десятилетия изменился формат роликов-победителей главного фестиваля рекламы.
7. Клиповый монтаж и реклама: как эстетика телеканала MTV изменила скорость восприятия информации и законы современного видеопроизводства.
8. Эстетика screenlife-видео: разбор рекламных кейсов, где действие полностью происходит на экранах гаджетов.
9. Законы вертикального кадра: особенности композиции, динамики и удержания внимания аудитории.
10. Интерактивность в современном видео: как бренды используют AR-технологии, геймификацию и выбор сюжета зрителем для повышения вовлеченности.

6. Примеры оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

6.1 Варианты экзаменационных билетов:

Билет 1

1. Рождение кинематографа: изобретение братьев Люмьер, специфика немого экрана и формирование базового визуального языка.
2. Эволюция телевизионной рекламы: от простейших дикторских объявлений до сюжетных имиджевых мини-фильмов (кампейнов).
3. Практическое задание: предложите концепцию рекламного ролика для продвижения бренда эко-одежды, используя приемы немого кино (отказ от слов, акцент на мимику, жест и титры).

Билет 2

1. Творчество Жоржа Мельеса и зарождение кинофантастики. Первые кинематографические трюки и спецэффекты.
2. Международный фестиваль креативности «Каннские львы» и его роль в фиксации глобальных трендов экранного искусства.
3. Практическое задание: разработайте поактную структуру (экспозиция, завязка, кульминация, развязка) для 30-секундного рекламного ролика финансового приложения.

Билет 3

1. Советский монтажный авангард 1920-х годов: эксперименты Л. Кулешова и его знаменитый эффект. Значение для теории кино.
2. Эстетика музыкального видео (клиповый монтаж) и её влияние на скорость восприятия информации современным зрителем.
3. Практическое задание: опишите, как применить «эффект Кулешова» при монтаже рекламного ролика автомобиля, чтобы вызвать у зрителя ощущение премиальности и комфорта без использования закадрового текста.

Билет 4

1. Монтажные теории С. Эйзенштейна («монтаж аттракционов», ассоциативный монтаж) и концепция «киноглаза» Д. Вертова.
2. Формат Screenlife в современном экранном искусстве: драматургические особенности и специфика производства.
3. Практическое задание: предложите концепцию рекламной кампании службы доставки еды в формате Screenlife (действие происходит исключительно на экране смартфона пользователя).

Билет 5

1. Появление звука и цвета в кино: технологический прорыв конца 1920-х — начала 1930-х годов и изменение эстетики экрана.
2. Специфика удержания внимания аудитории в эпоху «клипового мышления»: правила первых 3 секунд видео.
3. Практическое задание: опишите три различных визуальных приема («крючка»), которые можно использовать в начале вертикального видео, чтобы предотвратить пролистывание ролика пользователем.

Билет 6

1. Становление студийной системы Голливуда в 1930–1940-е годы. Формирование и законы классических киножанров.
2. Вертикальное видео (9:16) как новый формат экранного искусства: композиционные отличия от классического кадра (16:9).
3. Практическое задание: на основе законов построения жанра «вестерн» или «мюзикл» разработайте креативную идею для рекламы сети строительных магазинов.

Билет 7

1. Немецкий экспрессионизм и классический голливудский нуар: работа со светотенью, атмосфера саспенса и визуальные маркеры.
2. Цифровая революция в кинематографе (переход от пленки к цифре): влияние технологий VFX и CGI на визуальную культуру рекламы.
3. Практическое задание: разработайте концепцию визуального решения (мудборд, свет, цвета, образы) для рекламы мужского парфюма в стилистике кинематографического нуара.

Билет 8

1. Итальянский неореализм послевоенного периода: отказ от павильонов, социальная правда и влияние на независимый кинематограф.
2. Интерактивное экранное искусство: как технологии AR (дополненная реальность) и VR (виртуальная реальность) меняют роль зрителя.
3. Практическое задание: предложите идею интерактивного рекламного видео для бренда мебели, где зритель может влиять на развитие сюжета или кастомизировать окружение.

Билет 9

1. Французская «новая волна» (Ж.-Л. Годар, Ф. Трюффо) и разрушение академических канонов: «рванный монтаж» (jump cut), авторский стиль.
2. Художественный и маркетинговый феномен рекламного ролика Apple «1984» (реж. Ридли Скотт): почему он вошел в историю экранных искусств.
3. Практическое задание: примените прием «рваного монтажа» (jump cut) и приемы инди-эстетики французской «новой волны» для создания концепции молодежного промо-ролика школы программирования.

Билет 10

1. Авторский кинематограф XX века (А. Хичкок, А. Курасава, Ф. Феллини, А. Тарковский): понятие режиссерского почерка и киноязыка.
2. Современная цифровая анимация в экранном искусстве: виды, стили и специфика применения в коммерческом видеопроизводстве.
3. Практическое задание: выберите одного из известных кинорежиссеров (например, Альфреда Хичкока или Уэса Андерсона) и опишите, какими визуальными и постановочными приемами должен обладать рекламный ролик бренда часов, стилизованный под этого автора.

6.2 Примеры тестовых заданий

Вариант 1

1. Какое событие официально считается датой рождения кинематографа?
 - а) Демонстрация «кинетоскопа» Т. Эдисона в 1891 году
 - б) Первый платный публичный сеанс братьев Люмьер в Париже 28 декабря 1895 года
 - в) Выход фильма «Певец джаза» в 1927 году
 - г) Создание первой анимационной ленты Э. Рено в 1892 году
2. Какого режиссера немого кино называют «отцом кинофантастики» и первооткрывателем первых спецэффектов (стоп-кадр, двойная экспозиция)?
 - а) Дэвид Гриффит
 - б) Чарльз Чаплин
 - в) Жорж Мельес
 - г) Лев Кулешов
3. Эксперимент Льва Кулешова доказал, что смысл кадра зависит от:
 - а) Длительности его демонстрации на экране
 - б) Качества освещения и цветокоррекции
 - в) Соседних кадров, между которыми он расположен при монтаже
 - г) Актерского мастерства и мимики в данном кадре
4. Какой советский режиссер сформулировал концепцию «киноглаза» и создал документальный шедевр «Человек с киноаппаратом» (1929)?
 - а) Сергей Эйзенштейн
 - б) Дзига Вертов
 - в) Всеволод Пудовкин
 - г) Андрей Тарковский
5. Как называется классический голливудский жанр, зародившийся в 1940-х годах, для которого характерны мрачная атмосфера, циничные герои, игра света и тени (низкий ключ) и образ «роковой женщины»?
 - а) Вестерн
 - б) Нуар
 - в) Мюзикл
 - г) Пеплум
6. Какое направление в кинематографе послевоенной Европы отказалось от павильонных съемок и профессиональных актеров в пользу съемок на реальных улицах ради «правды жизни»?

- а) Французская «новая волна»
 - б) Итальянский неореализм
 - в) Немецкий экспрессионизм
 - г) Поэтическое кино
7. Режиссером какого легендарного рекламного ролика «1984» для компании Apple стал знаменитый голливудский мастер Ридли Скотт?
- а) Альфред Хичкок
 - б) Стенли Кубрик
 - в) Ридли Скотт
 - г) Стивен Спилберг
8. Какой международный фестиваль креативности является главным глобальным событием для оценки достижений в сфере экранной рекламы и брендируемого видеоконтента?
- а) Оскар
 - б) Каннские львы
 - в) Берлинале
 - г) Венецианский кинофестиваль
9. Что означает аббревиатура CGI в контексте современного цифрового производства видео и кино?
- а) Коммерческий графический интерфейс (Commercial Graphical Interface)
 - б) Изображения, сгенерированные компьютером (Computer Generated Imagery)
 - в) Цветовая градация кадров (Color Grading Images)
 - г) Индекс непрерывного кадра (Continuous Frame Index)
10. Как называется кинематографический формат, в котором все действие фильма или ролика разворачивается исключительно на экранах компьютеров или смартфонов героев?
- а) Вертикальное видео
 - б) Интерактивное кино
 - в) Screenlife
 - г) Видеоарт

Вариант 2

1. Какое фундаментальное ограничение немого кинематографа заставило режиссеров активно развивать визуальный язык, мимику и монтаж?
- а) Отсутствие цветного изображения
 - б) Невозможность синхронной передачи речи и звука
 - в) Малая длительность киноплёнки (до 5 минут)
 - г) Запрет на съёмку внутри помещений
2. Какой режиссер в фильме «Рождение нации» (1915) впервые применил параллельный монтаж и заложил основы повествовательной структуры Голливуда?
- а) Жорж Мельес
 - б) Дэвид Уорк Гриффит
 - в) Томас Эдисон
 - г) Сергей Эйзенштейн
3. Монтажная теория Сергея Эйзенштейна строилась на принципе «монтажа аттракционов», где стык двух кадров должен приводить к:
- а) Максимально плавному и незаметному переходу для зрителя
 - б) Столкновению смыслов, рождающему новое понятие или эмоцию
 - в) Простому удлинению экранного времени
 - г) Исключительно демонстрации разных ракурсов одного предмета
4. Какой фильм 1927 года студии Warner Bros. официально открыл эпоху коммерческого звукового кинематографа?
- а) «Метрополис»
 - б) «Певец джаза»
 - в) «Огни большого города»
 - г) «Броненосец «Потемкин»»

5. Что было отличительной чертой «студийной системы» Голливуда в её золотой век (1930-е гг.)?

а) Актеры и режиссеры принадлежали студиям на основе жестких долгосрочных контрактов

б) Фильмы снимались без предварительного сценария

в) Полное отсутствие коммерческой рекламы в кинотеатрах

г) Съемки велись исключительно на государственные субсидии

6. Авторы какого направления (Ж.-Л. Годар, Ф. Трюффо) ввели в киноязык «рваный монтаж» (jump cut) и разрушили каноны гладкого голливудского повествования?

а) Итальянский неореализм

б) Французская «новая волна»

в) Сюрреализм

г) Дадаизм

7. Какая главная маркетинговая и художественная особенность отличала рекламный ролик Apple «1984» во время его показа на Супербоуле?

а) В нем более 50 раз демонстрировался логотип компании

б) В нем детально перечислялись технические характеристики компьютера

в) Продукт ни разу не был показан на экране в течение всего ролика

г) Это была прямая речь Стива Джобса

8. Какое явление в культуре конца XX века, связанное с развитием музыкального телевидения (MTV), закрепило моду на сверхбыстрый, нелинейный монтаж и яркие визуальные метафоры?

а) Документальное кино

б) Эстетика музыкального клипа (клиповый монтаж)

в) Телевизионные сериалы

г) Прямые спортивные трансляции

9. Специфика удержания внимания зрителя в мобильных видеоформатах требует от рекламного видеоролика:

а) Затяжной экспозиции и долгого представления бренда

б) Вовлечения и демонстрации главного крючка (хука) в первые 3 секунды

в) Обязательного использования сложной закадровой оркестровой музыки

г) Использования исключительно черно-белой гаммы

10. В чем заключается основное композиционное отличие вертикального кадра (9:16) от классического кинематографического (16:9)?

а) Вертикальный кадр требует акцента на вертикальных линиях и центральном объекте (портретная ориентация)

б) Вертикальный кадр вмещает больше объектов на заднем плане

в) В вертикальном кадре невозможно использовать монтаж

г) Вертикальный кадр предназначен только для анимации

Время выполнения – 50 минут