

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце: МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФИО: Силин Яков Петрович ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»
Должность: Ректор
Дата подписания: 11.06.2026 11:08:48
Уникальный программный ключ заседания кафедры
24f866be2aca16484036a8cbb3c509a9531e605f

24.11.2025 г.
протокол № 5
Зав. кафедрой Капустина Л.М.

Утверждена
Советом по учебно-методическим
вопросам и качеству образования
16 декабря 2025 г.
протокол № 4
Председатель Карх Д.А.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	Графический дизайн и видеопродакшн
Направление подготовки	38.03.02 Менеджмент
Профиль	Интернет-маркетинг
Форма обучения	очно-заочная
Год набора	2026
Разработана: Ст.преподаватель Белобородова О.Г.	
Доцент, к.э.н. Изакова Н.Б.	

Екатеринбург
2025 г.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	3
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП	3
3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ	3
4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОПОП	3
5. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН	4
6. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ	5
7. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	6
8. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ	9
9. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	9
10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ЛИЦЕНЗИОННОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ОНЛАЙН КУРСОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ	10
11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ	11

ВВЕДЕНИЕ

Рабочая программа дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата, разработанной в соответствии с ФГОС ВО

ФГОС ВО	Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 970)
---------	---

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения учебной дисциплины является формирование компетенций, направленных на подбор каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Промежуточная аттестация	Часов					3.е.
	Всего за семестр	Контактная работа (по уч.зан.)			Самостоятельная работа в том числе подготовка контрольных и курсовых	
		Всего	Лекции	Лабораторные		
Семестр 8						
Зачет	144	16	8	8	124	4
Семестр 9						
Экзамен, Контрольная работа	180	20	8	12	151	5
	324	36	16	20	275	9

4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОПОП

В результате освоения ОПОП у выпускника должны быть сформированы компетенции, установленные в соответствии ФГОС ВО.

Шифр и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций
организационно-управленческий	

ПК-3 Подбор каналов и формирование системы показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ИД-1.ПК-3 Знать: Основы предпринимательской деятельности Основы маркетинга Принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (веб-аналитика) Основы бюджетирования маркетинговой деятельности Система инструментов интернет-маркетинга Проектирование веб-сайтов Основы веб-дизайна Основы гипертекстовой разметки Порядок оптимизации веб-сайтов в соответствии с требованиями поисковых машин Основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов Особенности функционирования современных контекстно-медийных рекламных систем Особенности функционирования современных социальных медиа
	ИД-2.ПК-3 Уметь: Составлять систему показателей эффективности продвижения Анализировать соответствие выбранных каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» общей маркетинговой стратегии организации Обосновывать выбор каналов продвижения с точки зрения общей эффективности работы организации на рынке
	ИД-3.ПК-3 Иметь практический опыт: Подбор каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» Разработка показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» Составление стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

5. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Тема	Наименование темы	Всего часов	Контактная работа (по уч.зан.)			Самост. работа	Контроль самостоятельной работы
			Лекции	Лабораторные	Практические занятия		
Семестр 8		140					
Тема 1.	Основы графического дизайна	34	2	2		30	
Тема 2.	Графический дизайн в структуре общей маркетинговой стратегии	24	2	2		20	
Тема 3.	Стили и тренды графического дизайна	38	2	2		34	
Тема 4.	Инструменты графического дизайна	44	2	2		40	
Семестр 9		171					
Тема 5.	Основы создания визуального контента	44	2	2		40	
Тема 6.	Видеопродакшн в структуре общей маркетинговой стратегии	44	2	2		40	
Тема 7.	Основные инструменты видеомонтажа	46	2	4		40	
Тема 8.	Комплексная работа над проектом	37	2	4		31	

6. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ

Раздел/Тема	Вид оценочного средства	Описание оценочного средства	Критерии оценивания
Текущий контроль (Приложение 4)			
Раздел 1/Тема 1-4	Решение кейса Приложение 4.	Изучить текст кейсового задания. Выполнить задание к кейсу, ответить на вопросы	5 баллов
Тема 7	Творческая работа	Созданию видео роликов на заданную тему	5 баллов
Тема 8	Письменная практическая работа	Развернутый письменный ответ на задание по теме 4.	5 баллов
Раздел 2/Тема 5-6	Письменная практическая работа	Развернутые письменные ответы на вопросы задания по темам 5-6	5 баллов
Промежуточная аттестация(Приложение 5)			
8 семестр (За)	Билет для зачета	в билете 1 теоретический вопрос и один практический	зачет/незачет
9 семестр (Эк)	Проект	Разработка стратегии видео-проекта	5 баллов

ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ

Показатель оценки освоения ОПОП формируется на основе объединения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающегося.

Показатель рейтинга по каждой дисциплине выражается в процентах, который показывает уровень подготовки студента.

Текущий контроль.Используется 100-балльная система оценивания. Оценка работы студента в течении семестра осуществляется преподавателем в соответствии с разработанной им системой оценки учебных достижений в процессе обучения по данной дисциплине.

В рабочих программах дисциплин и практик закреплены виды текущего контроля, планируемые результаты контрольных мероприятий и критерии оценки учебных достижений.

В течение семестра преподавателем проводится не менее 3-х контрольных мероприятий, по оценке деятельности студента. Если посещения занятий по дисциплине включены в рейтинг, то данный показатель составляет не более 20% от максимального количества баллов по дисциплине.

Промежуточная аттестация. Используется 5-балльная система оценивания. Оценка работы студента по окончанию дисциплины (части дисциплины) осуществляется преподавателем в соответствии с разработанной им системой оценки достижений студента в процессе обучения по данной дисциплине. Промежуточная аттестация также проводится по окончанию формирования компетенций.

Порядок перевода рейтинга, предусмотренных системой оценивания, по дисциплине, в пятибалльную систему.

Высокий уровень – 100% - 70% - отлично, хорошо.

Средний уровень – 69% - 50% - удовлетворительно.

Показатель оценки	По 5-балльной системе	Характеристика показателя
100% - 85%	отлично	обладают теоретическими знаниями в полном объеме, понимают, самостоятельно умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов на высоком уровне
84% - 70%	хорошо	обладают теоретическими знаниями в полном объеме, понимают, самостоятельно умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов. Могут быть допущены недочеты, исправленные студентом самостоятельно в процессе работы (ответа и т.д.)
69% - 50%	удовлетворительно	обладают общими теоретическими знаниями, умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов на среднем уровне. Допускаются ошибки, которые студент затрудняется исправить самостоятельно.
49 % и менее	неудовлетворительно	обладают не полным объемом общих теоретическими знаниями, не умеют самостоятельно применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов. Не сформированы умения и навыки для решения профессиональных задач
100% - 50%	зачтено	характеристика показателя соответствует «отлично», «хорошо», «удовлетворительно»
49 % и менее	не зачтено	характеристика показателя соответствует «неудовлетворительно»

7. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. Содержание лекций

<p>Тема 1. Основы графического дизайна Введение в теорию графического дизайна. Виды компьютерной графики. Форматы графических изображений. Понятие о видах и алгоритмах сжатия информации в графических файлах. Форматы графики для web. Графические редакторы. Устройства ввода/вывода графической информации.</p>
<p>Тема 2. Графический дизайн в структуре общей маркетинговой стратегии Графический дизайн в визуальной идентификации бренда. Методы разработки элементов фирменного стиля. Работа с логотипами, типографикой, библиотекой изображений, цветовой гаммой, визитками, корпоративными бланками и другими визуальными составляющими бренда.</p>
<p>Тема 3. Стили и тренды графического дизайна Новые стили и течения в графическом дизайне. Технологии работы с анимированными объектами. Основные понятия анимации. Принципы создания анимированных графических объектов.</p>
<p>Тема 4. Инструменты графического дизайна Технологии работы с объектами растровой графики. форматы растровых графических файлов и форматы графики для web.</p>
<p>Тема 5. Основы создания визуального контента Принципы создания визуального контента, его роль в продвижении в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</p>
<p>Тема 6. Видеопродакшн в структуре общей маркетинговой стратегии Основы разработки стратегии визуального контента</p>
<p>Тема 7. Основные инструменты видеомонтажа Основные инструменты видеомонтажа</p>
<p>Тема 8. Комплексная работа над проектом Основы работы над видео-проектом</p>

7.2 Содержание практических занятий и лабораторных работ

<p>Тема 2. Графический дизайн в структуре общей маркетинговой стратегии</p> <p>Разработать практикоориентированный графический продукт (в соответствии с определенными: профессиональными целями, целевой аудиторией).</p> <p>Определить тип графического продукта (постер, плакат, баннер, буклет, обложка и др.), выполняют подбор информации и изображений, оптимизируют их объем и качество; определяют сочетания цветов, которые будут использоваться в дизайне и графические эффекты; разрабатывают логотип фирмы, руководствуясь рекомендациями (предоставляются преподавателем)</p>
<p>Тема 3. Стили и тренды графического дизайна</p> <p>1. Создание простых 3d-объектов в Google SketchUp. Сохранение и конвертация файлов. 2.Создание композиций и дизайн 3d-моделей. 3. Разработка практик ориентированного графического продукта</p>

<p>Тема 4. Инструменты графического дизайна</p> <p>Создание графических продуктов с использованием эффектов, текстур и художественных приемов</p>
<p>Тема 5. Основы создания визуального контента</p> <p>Создание визуального контента в зависимости от цели рекламного объявления</p>
<p>Тема 6. Видеопродакшн в структуре общей маркетинговой стратегии</p> <p>Роль видеопродакшн в продвижении товаров/услуг</p>
<p>Тема 7. Основные инструменты видеомонтажа</p> <p>Создание графической анимации, создание текстовой анимации</p>
<p>Тема 8. Комплексная работа над проектом</p> <p>Этапы разработки видео и промо-роликов</p>

7.3. Содержание самостоятельной работы

<p>Тема 2. Графический дизайн в структуре общей маркетинговой стратегии</p> <p>Разработка логотипа фирмы, руководствуясь рекомендациями (предоставляются преподавателем). Добавление к изображению эффекты анимации при необходимости. Разработка графического проекта.</p>
<p>Тема 3. Стили и тренды графического дизайна</p> <p>РАЗРАБОТКА АНИМИРОВАННОГО АТТРИБУТА КОМПАНИИ</p>
<p>Тема 4. Инструменты графического дизайна</p> <p>Создание логотипа фирмы.</p>
<p>Тема 5. Основы создания визуального контента</p> <p>Освоение принципов работы с визуальным контентом</p>
<p>Тема 6. Видеопродакшн в структуре общей маркетинговой стратегии</p> <p>Разработка стратегии визуального контента</p>
<p>Тема 7. Основные инструменты видеомонтажа</p> <p>Создание видеоролика с графической анимацией по заданному проекту</p>
<p>Тема 8. Комплексная работа над проектом</p> <p>Создание промо-ролика</p>

7.3.1. Примерные вопросы для самостоятельной подготовки к зачету/экзамену
Приложение 1

7.3.2. Практические задания по дисциплине для самостоятельной подготовки к зачету/экзамену
Приложение 2

7.3.3. Перечень курсовых работ
не предусмотрено

7.4. Электронное портфолио обучающегося
Размещается контрольная работа

7.5. Методические рекомендации по выполнению контрольной работы
Приложение 6

7.6 Методические рекомендации по выполнению курсовой работы
не предусмотрено

8. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

По заявлению студента

В целях доступности освоения программы для лиц с ограниченными возможностями здоровья при необходимости кафедра обеспечивает следующие условия:

- особый порядок освоения дисциплины, с учетом состояния их здоровья;
- электронные образовательные ресурсы по дисциплине в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья;
- изучение дисциплины по индивидуальному учебному плану (вне зависимости от формы обучения);
- электронное обучение и дистанционные образовательные технологии, которые предусматривают возможности приема-передачи информации в доступных для них формах.
- доступ (удаленный доступ), к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определен РПД.

9. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Сайт библиотеки УрГЭУ

<http://lib.usue.ru/>

Основная литература:

2. Винарский Я.С., Гутгарц Р.Д. Web-аппликации в интернет-маркетинге: проектирование, создание и применение [Электронный ресурс]: Практическое пособие. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2023. - 269 с. – Режим доступа:

<https://znanium.com/catalog/product/1891781>

3. Изакова Видеопродакшн. Курс лекций. Тема 1. Основы создания визуального контента [Электронный ресурс]:. - Екатеринбург: [б. и.], 2022. - 1 – Режим доступа: <http://lib.wbstatic.usue.ru/202207/19.mp4>

4. Изакова Видеопродакшн. Курс лекций. Тема 2. Видеопродакшн в структуре общей маркетинговой стратегии [Электронный ресурс]:. - Екатеринбург: [б. и.], 2022. - 1 – Режим доступа: <http://lib.wbstatic.usue.ru/202207/20.mp4>

5. Изакова Видеопродакшн. Курс лекций. Тема 3. Комплексная работа над проектом [Электронный ресурс]:. - Екатеринбург: [б. и.], 2022. - 1 – Режим доступа: <http://lib.wbstatic.usue.ru/202207/21.mp4>

6. Лаврентьев А. Н., Жердев Е. В., Кулешов В. В., Мясникова Л. Г., Сазиков А. В., Бирюков В. Е., Покровская Л. В., Левина О. Ю. Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика [Электронный ресурс]:учебник и практикум для вузов. - Москва: Юрайт, 2023. - 208 – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/515504>

7. Трищенко Д. А. Техника и технологии рекламного видео [Электронный ресурс]:учебник и практикум для вузов. - Москва: Юрайт, 2023. - 177 – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/518406>

8. Павловская Е. Э., Ковалев П. Г., Салмин Л. Ю., Семенов В. Б., Филоненко Д. Ю., Типикин В. В., Колбина Н. В., Игошина Т. С., Свалов М. С., Босых И. Б. Графический дизайн. Современные концепции [Электронный ресурс]:учебное пособие для вузов. - Москва: Юрайт, 2023. - 119 – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/515527>

Дополнительная литература:

2. Китова О. В., Брускин С.Н., Дьяконова Л.П., Горбенко А. О., Китов В.В., Китов В.А., Сафонова М.С., Старостина Л.А., Шихнабиева Т.Ш., Борцова Д.Э. Цифровой бизнес [Электронный ресурс]:учебник. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2023. - 418 – Режим доступа: <https://znanium.ru/catalog/product/1917620>

3. Пименов В. И. Видеомонтаж. Практикум [Электронный ресурс]:учебное пособие для вузов. - Москва: Юрайт, 2023. - 159 – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/514062>

4. Кузвесова Н. Л. Графический дизайн: от викторианского стиля до ар-деко [Электронный ресурс]:учебник для вузов. - Москва: Юрайт, 2024. - 137 – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/534740>

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ЛИЦЕНЗИОННОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ОНЛАЙН КУРСОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Перечень лицензионного программного обеспечения:

Astra Linux Common Edition. Договор №0417-ПО/2019 от 08.05.2019, Акт №Sk000343 от 24.05.2019 и Контракт № 35-У/2018 от 13.06.2018, Акт № УТ213 от 17.12.2018. Срок действия лицензии - без ограничения срока.

МойОфис стандартный. Соглашение № СК-281 от 7 июня 2017. Дата заключения - 07.06.2017. Срок действия лицензии - без ограничения срока.

Corel Painter 2017. Договор № 34-С 2017 от 27.03.2017, Акт № Tr007267 от 24.01.2020. Срок действия лицензии -бессрочное пользование.

CorelDRAW Graphics Suite X8. Договор № 34-С 2017 от 27.03.2017, Акт № Tr007267 от 24.01.2020. Срок действия лицензии -бессрочное пользование.

Перечень информационных справочных систем, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

Справочно-правовая система Консультант+. Договор № 143/223-У/2025 от 02.12.2025 Срок действия лицензии до 31.12.2026

Справочно-правовая система Гарант. Договор № 58419 от 22 декабря 2015. Срок действия лицензии -без ограничения срока

11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Реализация учебной дисциплины осуществляется с использованием материально-технической базы УрГЭУ, обеспечивающей проведение всех видов учебных занятий и научно-исследовательской и самостоятельной работы обучающихся:

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения всех видов занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду УрГЭУ.

Все помещения укомплектованы специализированной мебелью и оснащены мультимедийным оборудованием (информационно-телекоммуникационным, иным компьютерным), доступом к информационно-поисковым, справочно-правовым системам, электронным библиотечным системам, базам данных действующего законодательства, иным информационным ресурсам служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа презентации и другие учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации.

Примерные вопросы для самостоятельной подготовки к зачету

К зачету

1. Правила построения композиции?
2. Основные принципы выбора тем и подбора материала?
3. Особенности подбора оборудования для видеосъемки?
4. Принципы составления сценария?
5. Перечислите основные этапы создания стратегии визуального контента?
6. Как выбрать цветовую композицию?
7. Как выбрать приложение для создания видео контента?
8. Цели и функции видео контента в рекламной стратегии?
9. Метод анализа конкурентоспособности фирмы в социальных сетях.
10. Какие форматы файлов существуют и в чем их различие?
11. Правила построения композиции?
12. Основные принципы выбора тем и подбора материала?
13. Особенности подбора оборудования для видеосъемки?
14. Принципы составления сценария?
15. Перечислите основные этапы создания стратегии визуального контента

К экзамену

1. Особенности этапа знакомства с клиентом и формулировки задания на создание видеоролика
2. Выбор направления работы в видеопродакшн
3. Формулировка концепции контента
4. Характеристика целевой аудитории
5. Особенности этапа препродакшн
6. Правила составления бюджета и сметы на создание видеоролика
7. Особенности этапа продакшн
8. Принципы планирования съемочного дня
9. Особенности этапа постпродакшн
10. Основные ошибки при создании видеоролика

Практические задания по дисциплине для самостоятельной подготовки к зачету

ПК-3: Подбор каналов и формирование системы показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Задания открытого типа.

1. Правила построения композиции?
2. Основные принципы выбора тем и подбора материала?
3. Особенности подбора оборудования для видеосъемки?
4. Принципы составления сценария?
5. Перечислите основные этапы создания стратегии визуального контента?

Задания закрытого типа.

1. В переводе с английского языка слово "контент" означает:

- 1) сервис
- 2) данные
- 3) содержание
- 4) услуга

2. Метод преобразования конкретной проблемы в общую. Абстрагируясь от поставленной задачи, можно найти успешные решения, а затем применить их в соответствии с первоначальной задачей. Это метод...:

- 1) ТРИЗ
- 2) ШЛЯП
- 3) ЛИСТОК
- 4) МОЗГОВОЙ ШТУРМ

3. Каков оптимальный объем рекламного объявления?

- 1) 10-15 слов
- 2) 20-30 слов
- 3) 5-10 слов
- 4) 15-20 слов

4. На какой стадии воронки контент-маркетинга рекомендуется предлагать информационный контент об особенностях эксплуатации товара или услуги для поддержания взаимоотношений с уже существующими потребителями?

- 1) Контент на стадии рассмотрения
- 2) Контент на стадии намерения
- 3) Контент на стадии оценки и принятия решения
- 4) Контент на стадии удержания

5. Избежать наличия "воды" в видео можно:

- 1) уменьшив объем
- 2) составив предварительно план
- 3) увеличив объем
- 4) убрав повторы

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ**

УТВЕРЖДЕНЫ
на заседании кафедры маркетинга
и международного менеджмента

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ
КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ**

**по дисциплине
Графический дизайн и видеопродакшн**

Выполнение контрольной работы по курсу «Графический дизайн и видеопродакшн» должно выявить знания по данной дисциплине, полученные студентами в результате самостоятельного изучения специальной литературы.

Для выполнения задания контрольной работы требуется подобрать необходимую литературу по соответствующей теме, не ограничиваясь изучением литературы из предлагаемого списка в рабочей программе, рекомендуется широко использовать материалы периодической печати (газетные и журнальные статьи), а также информационные сайты системы Интернет.

Контрольная работа может быть выполнена в печатном варианте. Печатный вариант контрольной работы выполняется 14 шрифтом, через 1,5 интервал, общим объемом 3-5 листов формата А 4.

В зависимости от начальной буквы фамилии студенты выполняют следующие варианты контрольной работы:

Начальная буква фамилии студента	№ варианта	Начальная буква фамилии студента	№ варианта
А, Б	1	Н, О	7
В, Г	2	П, Р	8
Д, Е	3	С, Т, У	9
Ж, З	4	Ф, Х, Ц	10
И, К	5	Ч, Ш, Щ	11
Л, М	6	Э, Ю, Я	12

Варианты контрольных работ

- 1 Вариант. Прописать сценарий видео ролика для целей продажи объектов загородной недвижимости
- 2 Вариант. Прописать сценарий видео ролика для цели привести подписчиков в социальную сеть
- 3 Вариант. Прописать сценарии видео ролика для цели видео отчет PR мероприятия

- 4 Вариант. Создать графическую анимацию на тему: самопрезентация
- 5 Вариант. Создать графическую анимацию на тему: презентация УрГЭУ
- 6 Вариант. Создать текстовую анимацию на тему: самопрезентация
- 7 Вариант. Создать текстовую анимацию на тему: презентация бизнеса, по самостоятельно выбранному проекту
- 8 Вариант. Прописать стратегию создания визуального контента для бизнес-аккаунта в социальной сети по выбранной тематике
- 9 Вариант. Прописать стратегию визуального контента для запуска продаж, по выбранной организации
- 10 Вариант. Прописать сценарий видео ролика для целей продажи услуг видео-монтажа
- 11 Вариант. Составить бюджет на создание видеоролика по выбранной студентом тематике
- 12 Вариант. Создать графическую анимацию на тему: здоровый образ жизни