

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов»

Институт мировой экономики и бизнеса экономического факультета

Рекомендовано МССН

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины Б1.В.ДВ.3.3 История кинематографа

Рекомендуется для направления подготовки/специальности

Реклама и связи с общественностью (42.03.01)

(указываются код и наименование направления подготовки/специальности)

Направленность программы (профиль) «Реклама», «Связи с общественностью»

(наименование образовательной программы в соответствии с направленностью (профилем))

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины «История кинематографа» - ознакомить обучающихся с основными историческими этапами и тенденциями развития мирового кинематографа и его связью с отечественной и зарубежной рекламой.

Для реализации поставленной цели в процессе преподавания курса решаются следующие задачи:

- рассмотреть культурно-исторический анализ основных этапов мирового кинематографа.;
- изучить специфику взаимоотношений кинематографа и основных видов рекламы;
- сформировать представления об основных каналах рекламирования в кинематографе.
- ознакомиться с основными этапами и событиями в развитии взаимоотношений между рекламным бизнесом и экранным искусством;
- изучить роли и места рекламы в кино на разных этапах его развития;
- освоить научную терминологию из области киноискусства и рекламных технологий;
- рассмотреть исторический анализ социальных функций рекламы в кино в контексте развития экранного искусства;
- раскрыть художественно-эстетического своеобразия использования рекламы в кино.

2. Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина по выбору «История кинематографа» (Б1.В.ДВ.3.3) относится к вариативной части РУП по направлению 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью", профили подготовки – «Реклама» и «Связи с общественностью» (бакалавры) - ШМб+д4

Предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций дисциплины «История кинематографа»

Таблица № 1

№ п/п	Шифр и наименование компетенций	Предшествующие дисциплины	Последующие дисциплины (группа дисциплин)
1.	Профессиональные компетенции		
1.1.	ПК-1 – способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью)	Основы интегрированных коммуникаций в рекламе Основы интегрированных коммуникаций в PR	Практики интегрированных коммуникаций Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью Основы брендинга
1.2.	ПК-7 – способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	Социология	Технологии производства в рекламе и связях с общественностью Маркетинговые исследования и ситуационный анализ

3. Требования к результатам освоения дисциплины (ОС РУДН):

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах; **(УК-5)**

- способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов **(ОПК-3)**;

- способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий **(ПК-1)**;

(указываются в соответствии с ОС ВО РУДН/ФГОС ВО)

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- Основные этапы развития киноискусства и его взаимовлияния с рекламным бизнесом;
- Особенности различных исторических этапов развития рекламного рынка и кинематографа;
- Тенденции развития рекламного рынка и мирового кинематографа на современном этапе;
- Перспективы развития взаимоотношений рекламы и мирового кинематографа.

Уметь:

- Сформулировать особенности каждого исторического этапа эволюции рекламы и мирового кинематографа;
- Владеть методологией социально-исторического анализа рекламной коммуникации и экранного искусства, рассматривая их в широком социально-историческом контексте;
- Соотносить предъявленные рекламные материалы с определенным этапом в развитии киноискусства в контексте культуры той или иной страны.

Владеть:

- Теоретическими знаниями о специфике искусства кино, его значении в современном обществе;
- Различными исследовательскими подходами в изучении медиатекстов;
- Навыками осознанного восприятия образцов киноискусства и критического суждения в сфере интерпретации медиатекстов;
- Техническими приёмами создания зрительных образов на основе использования различных методик соединения слова (музыки, шумов) и изображения на практике.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		3	...

Аудиторные занятия (всего)		24			24	
В том числе:						
<i>Лекции</i>		8			8	
<i>Семинары (С)</i>		16			16	
Самостоятельная работа (всего)		39			39	
Общая трудоемкость	час.	72			72	
	зач. ед.	2			2	

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела
1.	ВВЕДЕНИЕ В ИСТОРИЮ ВОЗНИКНОВЕНИЯ ЭКРАННОГО ИСКУССТВА	Тема 1. Введение в историю возникновения экранного искусства . Первые рекламные ролики.
2.	КИНО США НЕМОЙ ПЕРИОД	Тема 2. Кино США Д.У. Гриффит- отец кино.
3.	ЕВРОПЕЙСКОЕ КИНО: 20-Е ГОДЫ	Тема 3. Европейское кино: 20-е годы. Французский «Авангард», немецкий экспрессионизм» и др. творческие течения.
4.	КИНЕМАТОГРАФ 30-70 ГГ.	Тема 4. Кинематограф США 30-70 гг.
		Тема 5. Кинематограф Западной Европы 30-70 гг.
5.	КИНЕМАТОГРАФ РАЗНЫХ СТРАН	Тема 6. Кинематограф стран Азии, Африки, Латинской Америки и Австралии. Особенности развития.
6.	СОЮЗ РЕКЛАМЫ И КИНО НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ В МИРОВОМ КИНО	Тема 7. Взаимодействие рекламы и кино на современном этапе в США.
		Тема 8. Тенденции развития взаимоотношений рекламы и кино на современном этапе в Европе.
7.	КИНЕМАТОГРАФ РОССИИ	Тема 9. Российский дореволюционный кинематограф.
		Тема 10. Национализация кино в России. Творчество Эйзенштейна, Вертова, Кулешова и др.
		Тема 11. Приход звука в отечественное кино.30-е годы.
		Тема 12. Отечественное кино в 40-50 гг.
		Тема 13. Особенности развития отечественного кино в годы «оттепели».

		Тема 14. Реклама и кино в период «застоя».
		Тема 15. Кино и реклама в период перестройки.
		Тема 16. Укрепление союза рекламного бизнеса и российского кинематографа на современном этапе.
8.	ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ РЕКЛАМЫ И КИНО НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ	Тема 17. Перспективы взаимоотношений между кинематографом и рекламным бизнесом.

ПРОГРАММА КУРСА:

РАЗДЕЛ 1. ВВЕДЕНИЕ В ИСТОРИЮ ВОЗНИКНОВЕНИЯ ЭКРАННОГО ИСКУССТВА

Тема 1. Введение в историю возникновения экранного искусства . Первые рекламные ролики.

Рождение кинематографа. Первые опыты братьев Люмьер. Первые рекламные ролики. Творчество Ж. Мельеса. Использование спецэффектов. Кинематограф-искусство синтетическое. Развитие кино в странах Европы. Национальные особенности становления кинематографа в Англии, Германии, Италии. Рождение жанров.

РАЗДЕЛ 2. КИНО США НЕМОЙ ПЕРИОД

Тема 2. Кино США Д.У. Гриффит- отец кино.

Возникновение кино в США. Значение фильма Э. Портера «Большое ограбление поезда». Деятельность «независимых» и строительство Голливуда. Ранняя «комическая». Творчество Ч. Чаплина, Б. Китона. Реклама в ленте Г. Ллойда «Наконец в безопасности». Д.У. Гриффит- отец кино. Значение фильмов Гриффита для развития мирового киноискусства.

РАЗДЕЛ 3. ЕВРОПЕЙСКОЕ КИНО: 20-Е ГОДЫ

Тема 3. Европейское кино: 20-е годы. Французский «Авангард», немецкий экспрессионизм» и др. творческие течения.

Особенности развития европейского кино в годы Первой мировой войны. Политическая и экономическая ситуация в странах Европы после войны. Причины возникновения «Авангарда» во Франции. Фильмы Р. Клера, Ж. Ренуара, Л. Бунюэля. «Экспрессионизм» в Германии. Фильмы Р. Вине, Ф. В. Мурнау. Горные фильмы А. Фанка. «Неоромантизм» Ф. Ланга. «Каммершпиль».

РАЗДЕЛ 4. КИНЕМАТОГРАФ 30-70 ГГ.

Тема 4. Кинематограф США 30-70 гг.

Общая характеристика периода. Основные черты социально-экономической и политической жизни. Приход звука в кино, перестройка кинопромышленности. Творчество Ф. Капры, У. Диснея, В. Форда. Политический памфлет Ч. Чаплина «Великий диктатор». Рекламная кампания картины «Унесенные ветром». Шедевр О. Уэллса «Гражданин Кейн». Американское кино в годы войны. Антифашистская пропаганда в фильмах «Почему мы воюем» и ленте М. Кертица «Касабланка». Характеристика

послевоенного периода. «Охота на ведьм». Творчество Э. Казана. Конкуренция с телевидением. Трудные годы Голливуда. Деятельность независимых. Успех фильма Д. Манна «Марти». Творчество М. Скорсезе. Социальная критика общества в картинах «Бунтарь без причины», «Беспечный ездок», «Выпускник» и др. Отражение в кино актуальных проблем общества. Творчество С. Кубрика, Ф.Ф. Копполы, Дж. Лукаса, С. Спилберга и др.

Тема 5. Кинематограф Западной Европы 30-70 гг.

Приход звука в кино Европы. Немецкое кино в довоенный период и годы войны. Творчество Л. Риффеншталь. Фильм Ф. Ланга «М». М. Дитрих в картине Дж. Фон Штрогейма «Голубой ангел». Политическая ситуация в Германии в 50-е и 60-е годы. Кино ФРГ и кино ГДР. «Новая немецкая волна». Фильмы В. Вендерса, В. Херцога, Р.В. Фассбиндера и др.

Экспансия Голливуда и английское кино Комедии студии «Иллинг». Английские «рассерженные» молодые режиссеры. Фильмы Л. Андерсона, Т. Ричардсона. Экранизации Л. Оливье. Продукция студии «Хаммер». Рождение «Бондианы».

Итальянское кино в предвоенный период и годы войны. Значение направления неореализма для мирового кино. Знамениты фильмы «неореализма». Творчество великих итальянских режиссеров: Ф. Феллини, М. Антониони, П.П. Пазолини, Л. Висконти и др.

«Политическое» кино Италии.

Франция до войны и в годы войны. Послевоенная ситуация в стране. Развлекательное кино Франции. «Новая волна»- причины возникновения данного направления. Мастера «новой волны»- фильмы А.Рене, Ж.Л. Годара, Ф. Трюффо. Актерская школа Франции

Швеция- традиции и проблемы. Творчество И. Бергмана. «Новая шведская волна».

РАЗДЕЛ 5. КИНЕМАТОГРАФ РАЗНЫХ СТРАН

Тема 6. Кинематограф стран Азии, Африки, Латинской Америки и Австралии. Особенности развития.

Особенности развития кинематографа в странах Азии. Индия. Связь кинематографа с театром. Мифологические мотивы в кино. «Болливуд» и его система. Творчество Сатьяджита Рейя. «Параллельное» кино Индии.

Специфика японского кино. «Дзидайгэки» и «Гэндайгэки». Творчество А. Куросавы и С. Имамуры. Особенности развития японского кино на современном этапе. Фильмы Т. Китано

Кинематограф трех Китаев. Китайский кинематограф завоевывает Запад. От Брюса Ли до Джеки Чана: успех фильмов карате. Китайские режиссеры в Голливуде. Феномен Чжан Имоу и Чэн Кайге.

Особенности развития кино в Австралии и Новой Зеландии. Отъезд ведущих кинематографистов в Голливуд. Фильмы П. Уэйра, Дж. Миллера, Дж. Кэмпбелл, П. Джексона. Звезды: Н. Кидман, М. Гибсон, Р. Кроу и др.

Кино Африки. Проблемы и решения. Кино Египта. Творчество сенегальского режиссера С. Усмана. Кино Южной Африки. Фильмы Дж. Уиса.

Особенности развития кино стран Латинской Америки. Экспансия Голливуда.

Кино Аргентины. Жанр «тангедии». Бразильская «шаншада». Эстетика «голода и насилия» в картинах Г. Роши. Мексиканская «ранчера». Фильмы Г. Иньяритту, Кино А. Кваррона. культура. Специфика кинематографа Кубы.

РАЗДЕЛ 6. СОЮЗ РЕКЛАМЫ И КИНО НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ В МИРОВОМ КИНО

Тема 7. Взаимодействие рекламы и кино на современном этапе в США.

Причины укрепления союза между рекламным бизнесом и кинематографом. Использование технологии PR в кино. Проблемы юридического и морального характера. Деятельность E.R.M.A, Фильмы С. Спилберга, Р. Земекиса и др. Запрещенная реклама. Развитие рекламы в кино США на рубеже веков. Разнообразие рекламных приемов и способы их регулирования.

Тема 8. Тенденции развития взаимоотношений рекламы и кино на современном этапе в Европе.

Особенности использования PR в Англии. Испанский опыт. Отношение к рекламе во Франции. Фильм Д. Кунена «99 франков». Развитие новых средств рекламы. Традиционная и нетрадиционная реклама. Реклама фильмов в Интернет. Реклама как развлечение. Тенденции использования различных рекламных средств. Интегрированные маркетинговые коммуникации.

Рост социальной ответственности рекламы. Регулирование и саморегулирование рекламной отрасли.

РАЗДЕЛ 7. КИНЕМАТОГРАФ РОССИИ

Тема 9. Российский дореволюционный кинематограф.

Появление кинематографа в России. Характеристика первого периода (1896-1907 гг). Деятельность зарубежных кинофирм. Строительство кинотеатров. Второй период (1908-1914 гг). Первые русские студии. Деятельность русских меценатов: Дранкова, Ханжонкова, Ермольева. «Стенька Разин или понизовая вольница» - первый русский фильм. Увлечения экранизациями и историческими картинами. Рождение «системы звезд». Реклама в кино. Появление кинопрессы. Третий период (1914 – 1917 гг.) Кино в годы Первой мировой войны. Особенности развития кино в данный период. Фильмы Я. Протазанова, В. Гардина, Е. Бауэра. Анимационные работы В. Старевича.

Тема 10. Национализация кино в России. Творчество Эйзенштейна, Вертова, Кулешова и др.

Февральская и октябрьская революции. Положение кинематографии в этот период. Декрет о национализации кино и фотопромышленности. Агитфильмы и хроника. Творчество Л. Кулешова. «Эффект Кулешова». Фильмы С. Эйзенштейна. Политическая пропаганда в картине С. Эйзенштейна «Броненосец «Потемкин». Работы Д. Вертова. Эксперименты в кино. Картины В. Пудовкина, Г. Козинцева, Л. Трауберга. Подчинение кинематографа указаниям партии.

Тема 11. Приход звука в отечественное кино.30-е годы.

Приход звука в российское кино. Значение фильма Н. Экка «Путевка в жизнь». Политическая пропаганда в картине бр. Васильевых «Чапаев». Роль музыки в кино. Первое всесоюзное совещание кинематографистов и Первый международный кинофестиваль. Идеологический посыл в жанре комедии. Фильмы для детей. Современность и история на экране. Фильм С. Эйзенштейна «Александр Невский». Российское кино в предвоенный период.

Тема 12. Отечественное кино в 40-50 гг.

Особенности периода. Кинематограф в годы войны. Роль хроники. Эвакуация студий. Боевые киноборники. Тематика военных фильмов Картина А. Столпера «Жди меня». М. Бернес и Б. Андреев в ленте Л. Лукова «Два бойца». Судьба картины С. Эйзенштейна «Иван Грозный» Комедия в годы войны. Фильм И. Пырьева «В 6 часов вечера после войны». Отечественное кино в 1945-1953 гг. Тема войны в кино: «Подвиг

разведчика» Б. Барнета, «Молодая гвардия» С. Герасимова и др. Искажение истории в фильмах «Падение Берлина», «Сталинградская битва» и др. «Железный занавес» и «холодная» война в фильмах «Встреча на Эльбе», «Секретная миссия» и др. Дискуссия по поводу ленты И. Пырьева «Кубанские казаки».

Тема 13. Особенности развития отечественного кино в годы «оттепели».

Особенности периода. Улучшение ситуации в кинематографии. Значение фильма М. Хуциева «Весна на Заречной улице» Появление нового героя. Фильмы Л. Кулиджанова и М. Рома. Дебюты В. Шукшина, К. Муратовой Э. Климова, Л. Шепитько и др. «Полочные фильмы. Лучшие фильмы о войне: «Летят журавли» М. Колотозова, «Баллада о солдате» Н. Чухрая, «Живые и мертвые» А. Столпера, «Никто не хотел умирать» В. Желаквичуса Комедии Э. Рязанова, Л. Гайдая, Г. Данелия. Экранизации: «Гамлет» Г. Козинцева, «Андрей Рублев» А. Тарковского, «Тени забытых предков» С. Параджанова и др.

Успех фильмов о современности. Критика допущенных ранее ошибок. Успех отечественных фильмов на международных кинофестивалях. Укрепление связей с зарубежными кинематографистами. Диктат чиновников: запрещение выхода в прокат ряда актуальных и талантливых работ: «Мне 20 лет» М. Хуциева, «История Аси Клячиной, которая любила, да не вышла замуж, потому, что гордая была» А. Кончаловского и др. Фильмы для детей: «Айболит 66» П. Быкова, «Добро пожаловать или Посторонним вход воспрещен» Э. Климова. Эпопея С. Бондарчука «Война и мир». Общая оценка периода.

Тема 14. Реклама и кино в период «застоя».

Экономические и общественно-политические особенности периода «застоя». Увеличение потока «серых» фильмов. Увлечение производственной тематикой. Значение фильма «Премия» С. Микаэляна. Творчество А. Тарковского и причины эмиграции режиссера. Дебюты молодых. Работы Н. Михалкова. Экранизации классики: «Васса» Г. Панфилова, «Бег» А. Алова и В. Наумова. Работы Э. Рязанова. Усиление критических взглядов на происходящее в стране. Значение фильма Р. Быкова «Чучело». Телевизионные ленты М. Захарова «Обыкновенное чудо», «Убить дракона», «Дом, который построил Свифт» и др. Пятый Всесоюзный съезд кинематографистов – подготовка к перестройке. Значение фильма Т. Абуладзе «Покаяние»

Теоретические исследования в области киноискусства и проблемы подготовки кадров.

Тема 15. Кино и реклама в период перестройки.

Особенности периода перестройки. Резкое сокращение государственного финансирования кинопроизводства. Появление «чернушных» фильмов. Экспансия американских фильмов категории «В». Разрыв между кинопроизводством и кинопрокатом. Переход на новую систему кинопроизводства. Поиск новых источников финансирования. Использование опыта зарубежных стран. Возникновение союза между кинематографом и рекламным бизнесом. Перемены в рекламном процессе. Создание типовых рекламных агентств.

Тема 16. Укрепление союза рекламного бизнеса и российского кинематографа на современном этапе.

Экономическая политика: успехи и неудачи. Приход в кинематограф молодых режиссеров. «Перестройка» в кинематографии. Международный успех отечественного кино. Изменение политики проведения московских международных кинофестивалей Сотрудничество в области кино с другими странами. Укрепление союза рекламного бизнеса и российского кинематографа на современном этапе.

Радио-, теле- и кинореклама. Активное использование разных способов рекламы в кино. Создание РР-агентств

РАЗДЕЛ 8. ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ РЕКЛАМЫ И КИНО НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Тема 17. Перспективы взаимоотношений между кинематографом и рекламным бизнесом.

Особенности периода. Новая организационная структура рекламного производства. Необходимость возрождения экономической функции рекламы в кино Новая практика рекламных учреждений: бриф, массовые компании. Дальнейшее совершенствование рекламного производства в киноиндустрии.

Особенности кинорешений в рекламе. Ограничение творчества в телерекламе. Поиск эффективных форм рекламы на телевидении и кино Использование зарубежного опыта. Подведение итогов и выработка новых способов воздействия на потребителя

Конкурсы фильмов и реклама на телевидении. Теоретические инновации в сфере рекламы Скрытая реклама в кино Осознание выгоды союза кино и рекламы. Перспективы сотрудничества.

5.2. Разделы дисциплин и виды занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекции	Практ. зан.	Лаб. зан.	Семинары	СРС	Всего часов
1	Введение в историю возникновения экранного искусства	1			2	2	5
2	Кино США немой период	1			2	2	5
3	Европейское кино: 20-е годы	1			2	2	5
4	Кинематограф 30-70 гг.	1			2	6	9
5	Кинематограф разных стран	1			2	2	5
6	Союз рекламы и кино на современном этапе в мировом кино	1			2	6	8
7	Кинематограф России	1			2	16	19
8	Тенденции развития взаимоотношений рекламы и кино на современном этапе	1			2	3	6
	ИТОГО:	8			16	39	72

6. Лабораторный практикум

Лабораторный практикум программой курса не предусмотрен.

7. Практические занятия (семинары)

№ п/п	№ раздела дисциплины	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудоемкость (час.)
2.	Кино США	Семинар 1.	2

	немой период	Кино США Д.У. Гриффит- отец кино.	
4.	Кинематограф 30-70 гг.	Семинар 2. Кинематограф США 30-70 гг.	2
		Семинар 3. Кинематограф Западной Европы 30-70 гг.	2
6.	Союз рекламы и кино на современном этапе в мировом кино	Семинар 4. Взаимодействие рекламы и кино на современном этапе в США.	2
		Семинар 5. Тенденции развития взаимоотношений рекламы и кино на современном этапе в Европе.	2
7.	Кинематограф России	Семинар 6. Национализация кино в России. Творчество Эйзенштейна, Вертова, Кулешова и др.	2
		Семинар 7. Отечественное кино в 40-50 гг. Особенности развития отечественного кино в годы «оттепели».	2
		Семинар 8. Кино и реклама в период перестройки. Укрепление союза рекламного бизнеса и российского кинематографа на современном этапе.	2
8.	Тенденции развития взаимоотношений рекламы и кино на современном этапе	Семинар 9. Перспективы взаимоотношений между кинематографом и рекламным бизнесом.	2
		Всего	16

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для осуществления образовательной деятельности по дисциплине «История кинематографа» необходимо следующее материально-техническое обеспечение:

учебные аудитории с рабочими местами для проведения лекций и семинарских занятий; доска; стационарный персональный компьютер с пакетом Microsoft Office; мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры ноутбук и проектор; экран (стационарный или переносной напольный).

9. Информационное обеспечение дисциплины

а) Windows, MicrosoftOffice, Интернет, Mentor

б) Базы данных УНИБЦР РУДН:

- Электронный каталог – база книг и периодики в фонде библиотеки РУДН.
- Электронные ресурсы – в том числе раздел: *Лицензированные ресурсы УНИБЦ (НБ):*
- [Университетская библиотека ONLINE](#)
- [SPRINGER. Книжные коллекции издательства](#)

- [Вестник РУДН](#)
- [East View](#)
- Универсальные базы данных
- [eLibrary.ru](#)
- [Grebennikon](#)
- [Library PressDisplay](#)
- [SwetsWise](#)
- [Swets Wise online content](#)
- [University of Chicago Press Journals](#)
- [Книги издательства «Альпина Паблишерз»](#)
- [Электронная библиотека диссертаций РГБ](#)

База данных "Мультиязыковый словарь терминов", информационные библиографические базы данных ИНИОН РАН, Информационная база данных менеджера (Все по специальности Менеджмент), Базы данных нормативных актов РФ: документы для менеджеров, маркетологов, экономистов и финансистов КонсультантПлюс: ВерсияПроф. ON-LINE ВЕРСИЯ, Библиографическая база данных Management Contents, База данных по бизнесу и экономике (Business Source Complete), Базы данных Ассоциации Менеджеров России.

в) Информационно-справочные и поисковые системы:

[Rambler.ru](#), [Yandex.ru](#), [Google.ru](#), [FileSearch](#)

г) информационные источники по курсу

1. Международная маркетинговая группа <http://marketing-ua.com>
2. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU: <http://elibrary.ru/>
3. РЕКЛАМА. МАРКЕТИНГ. PR <http://www.sostav.ru>
4. История менеджмента. Статьи. Режим доступа: <http://topknowledge.ru/istoriya-menedzhmenta.html>
5. Glossary Commander: служба тематических толковых словарей: <http://glossary.ru/index.htm>
6. EmeraldManagementExtra 111 - база данных по экономическим наукам, включает 111 полнотекстовых журналов издательства Emerald по менеджменту и смежным дисциплинам: www.emeraldinsight.com/

д) периодические издания по дисциплине «История кинематографа»

1. Журнал «Искусство кино»
10. Журнал «Индустрия рекламы»
2. Журнал «Кине-журнал»
3. Журнал «Киноведческие записки»
4. Журнал «Сине-фоно»
5. Журнал «Empire»
6. Журнал «Entertainment Weekly»
7. Журнал «Film Culture»
8. Журнал «Sight & Sound»
9. Журнал «Лаборатория рекламы»

10. Учебно-методическое обеспечение дисциплины:

а) основная литература

1. Беленький И. История кино: Киносъемки, кинопромышленность, киноискусство, М., Альпина Паблишер, 2019

• **б) дополнительная литература**

1. Веселов С. Российский рынок рекламы завершает свое формирование // Финансовая газета, 1994. N 4.
2. Веселов С. Формирование рынка рекламы в России в первой половине 90-х гг// Маркетинг. 1995. №1.
3. Евстафьев В.А., Ткаченко А.П. История рекламных коммуникаций в Японии. М. 1998.
4. Крылов И. Пещерное искусство XX века // Рекламные технологии, 1997. N 1.
5. Садуль Ж. История киноискусства от его зарождения до наших дней. М. Из-во иностранной литературы. 1977
6. Сивулка Дж. Мыло, секс и сигареты. История американской рекламы. СПб. 2001.
7. Шерковин Ю. Реклама: недавнее прошлое и ближайшее будущее // Деловая жизнь, 1993. N 10.

в) литература на английском языке

1. Prof. Patrick de Pelsmacker. Advertising in New Formats and Media: Current Research and Implications for Marketers. Publisher: Emerald. 2016.
2. Jonah Berger. Contagious: Why Things Catch On. Publisher: Simon & Schuster. 2016.
3. Seth Godin. Purple Cow, New Edition: Transform Your Business by Being Remarkable. Publisher: Portfolio. 2016.

11. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

а) методические указания по организации и выполнению СРС при изучении курса

Дисциплина «История кинематографа» имеет продолжительность 17 учебных недель.

Изучение дисциплины «История кинематографа» осуществляется по кредитно-модульной системе и заканчивается промежуточным контролем.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 акад. часа. Из них аудиторные занятия составляют 34 часов, из которых 16 часа – лекции и 18 часов – семинарские занятия.

Формами обучения являются аудиторные занятия и внеаудиторная работа студентов.

Основные формы и методы обучения – это лекции с использованием мультимедийного оборудования как форма подачи базовых теоретических знаний в предметной области, семинарские занятия в диалоговой форме, индивидуальное и групповое консультирование, а также самостоятельная работа студентов.

Проведение семинарских занятий предполагает: устные опросы студентов по темам лекций, индивидуальные и групповые презентации творческих работ, тестирование.

Внеаудиторная самостоятельная работа студента включает следующие виды деятельности:

- изучение и проработку учебного материала (по конспектам, учебной и научной литературе);
- конспектирование учебной литературы;

- задания по подготовке эссе;
- изучение глоссария;
- вопросы для подготовки к семинарским занятиям;
- тест по всем темам курса.
- письменные задания;
- творческие задания;
- задания, направленные на развитие навыков работы в малых группах;
- задания, нацеленные на формирование коммуникативных компетенций;
- задания, направленные на познавательные универсальные учебные действия;
- подготовку творческого проекта;
- подготовку к аттестационным работам.

В процессе освоения Программы применяются следующие виды контроля: текущий, рубежный, промежуточный.

Текущий контроль проводится в форме опроса, защиты проектных заданий.

Рубежный контроль осуществляется с помощью тестирования по пройденным темам и проводится в рамках аудиторных занятий в письменной форме. Результат рубежной аттестации выражается количеством баллов, набранных студентом.

Промежуточный контроль проводится в форме зачета с оценкой с целью проверки уровня полученных знаний.

Структура и содержание зачета с оценкой

К зачету с оценкой допускаются студенты, полностью выполнившие программу курса обучения по дисциплине «История кинематографа».

Зачет с оценкой проходит в письменной форме (тест по всем темам курса, содержащий 20 вопросов) За каждый правильный ответ итогового теста студент получает 1 балл.

Продолжительность письменного зачета с оценкой – 90 минут.

В некоторых случаях по усмотрению преподавателя зачет с оценкой может проводиться в устной форме. Результат зачета с оценкой выражается количеством баллов, набранных студентом.

б) методические указания и рекомендации по выполнению и оформлению заданий для самостоятельной работы (рефератов, эссе)

Реферат

Реферат, как вид самостоятельной работы студента, представляет собой краткое изложение в письменном виде содержания научного труда, обзора научной литературы по определенной теме.

Реферат – это сокращенное отображение реферируемого произведения, при этом необходимо по возможности точное воспроизведение предмета реферирования. Если же при подготовке реферата автор хочет выразить свои мысли, то он должен с помощью тех или иных приемов (например, путем заключения в скобки указания своих инициалов) отличить их от содержания реферируемого произведения.

Структура реферата: введение, основная часть, заключение, список литературы.

Во *введении* излагается актуальность и важность рассматриваемой темы, определяются цель, предмет, 2-3 задачи работы, указываются используемые литературные источники с точным библиографическим описанием в ссылках.

Основная часть должна включать 2-3 раздела (подраздела, параграфа), содержание которых должно соответствовать задачам. Изложение материала предполагает наличие схем, таблиц, позволяющих структурировать и обобщать материал.

При выполнении работы являются обязательными ссылки на использованную литературу и информационные источники, которые помещаются в виде сносок внизу страниц.

Заключение предполагает наличие самостоятельных выводов, т.е. краткое изложение существа содержания, короткий ответ на вопросы, сформулированные в задачах введения.

В библиографию (*список использованных источников и литературы*) помещаются источники, которые были использованы при написании текста работы.

Оформление реферата

Объем реферата: 5-10 страниц печатного текста.

Шрифт

В работе можно использовать шрифты 12-14 пикселей.

Интервал – 1,5

Размер абзацного отступа – 5 знаков (1,25 см).

Поля

Текст работы следует печатать, соблюдая следующие размеры полей:

левое - не менее 30 мм,

правое - не менее 20 мм,

верхнее - не менее 20 мм,

нижнее - не менее 20 мм.

Эссе

Эссе – это краткая письменная творческая работа студента на определенную тему (обзорные, исследовательские и аналитические записки по темам занятий и результатам выполнения практических заданий в аудитории). Основная цель написания эссе – раскрыть предложенную тему путем приведения различных аргументов (тезисов). Они должны подкрепляться доказательствами и иллюстрироваться возможными примерами, в том числе, из жизненной практики студента.

Первый вариант. Эссе готовится на основе изучения современных научных источников, в качестве которых могут выступать монографии, научные и публицистические статьи, статистические и нормативно-правовые документы, учебники и учебные пособия, материалы из интернет-изданий. Всего должно быть привлечено не менее десяти источников.

Второй вариант. Эссе пишется в произвольной форме как сочинение и должно представлять самостоятельный анализ поставленной проблемы, стиль изложения – свободный, аналитический, но без излишней «публицистики».

Работа должна быть выполнена студентом самостоятельно на основе изученных источников. Она должна иметь структуру, позволяющую оптимально раскрыть содержание выбранной темы. В частности, работа должна иметь:

- титульную страницу;
- оглавление (перечень разделов с указанием страниц);
- введение, в котором обозначается цель и задачи эссе;
- 2-3 раздела (подраздела, параграфа);
- подстраничные ссылки (сноски) на цитируемые источники;
- таблицы и рисунки (схемы, диаграммы, графики) – иллюстрирующие статистические и проч. данные, раскрывающие тематику с указанием источника происхождения;
- заключение, содержащее основные выводы, кратко резюмирующие достигнутую цель;
- список использованных источников и литературы (в т.ч. – электронных ресурсов);

Необходимость приложений автор работы определяет самостоятельно, приложения помещаются после списка источников и в общем постраничном объеме эссе не учитываются.

Эссе предполагает:

- творческий подход к изложению темы;
- раскрытие авторской точки зрения в свободной манере изложения;
- аргументированность, конкретность и четкость в ответе на поставленный вопрос;
- образность и выразительность изложения, оригинальность мышления;
- грамотность изложения материала (отсутствие орфографических, синтаксических и стилистических ошибок).

Оформление эссе

Письменная работа должна иметь *объем не менее 3 страниц* печатного текста (шрифт Times New Roman) и состоять из титульного листа, введения, основного текста, заключения и списка использованной литературы.

Шрифт

В работе можно использовать шрифты 12-14 пикселей.

Интервал – 1,5

Размер абзацного отступа – 5 знаков (1,25 см).

Поля

Текст работы следует печатать, соблюдая следующие размеры полей:

- левое - не менее 30 мм,
- правое - не менее 20 мм,
- верхнее - не менее 20 мм,
- нижнее - не менее 20 мм.

в) Рекомендации по выполнению и оформлению творческих проектов

Творческая работа – это самостоятельно выполненная законченная научно-исследовательская работа, освещающая одну из актуальных проблем дисциплины, но выходящая за рамки учебной программы курса.

Цель – развитие ключевых управленческих компетенций, навыков и интереса к исследовательской деятельности, расширение профессионального кругозора студентов.

Защита творческой работы. Презентация творческой работы осуществляется в форме авторского доклада, на который отводится 15-30 минут (в зависимости от сложности и масштаба проблемы).

Требования к содержанию работы:

В творческих работах авторы должны:

- Осветить любые из аспектов предложенной тематики;
- Сделать самостоятельные выводы относительно проблем, существующих в исследуемой сфере.
- Выводы и предложения авторов должны иметь научно-теоретическое, а также практическое значение;
- Составить список использованных источников информации.

Требования к оформлению работы:

Работа должна быть построена по общепринятой для научных работ структуре: титульный лист, оглавление, введение, основная часть, заключение, библиографический список, приложения (в случае необходимости).

Тексты выступлений должны содержать 5 - 8 страниц текста (формат бумаги – А4). Набор текста должен осуществляться компьютерным способом, шрифт – Times New Roman, высота букв – 12, межстрочный интервал – 1,5. Размеры полей: левое – 30 мм, правое – 20 мм, верхнее – 20 мм, нижнее – 20 мм.

Творческая работа сдается преподавателю на электронном и бумажном носителях после ее презентации на семинарском занятии.



- Наличие презентации, отражающей содержание творческой работы –

г) рекомендации по выполнению и оформлению письменных заданий для самостоятельной работы студента

Домашнее задание – это письменное выполнение конкретных заданий на предложенную тему.

Цель – проработка и закрепление пройденного материала на лекционных и семинарских занятиях, развитие навыков исследовательской деятельности.

В ходе выполнения домашних заданий студент учится классифицировать и анализировать, получает новые дополнительные знания и умения.

Задания для самостоятельной работы (домашние задания) выполняются студентами после того, как они прослушали лекцию по конкретной теме.

Срок выполнения каждого задания - 2 недели.

Выполненные задания сдаются преподавателю на семинарских занятиях в распечатанном виде. Задание должно быть скреплено.

Если студент не сдал задание во время без уважительной на то причины, то он все равно должен выполнить и сдать все задания по каждой теме, при этом его работы оцениваются минимальным баллом (не более 50% от установленной максимальной оценки за задание по данной теме).

Набор текста должен осуществляться компьютерным способом, шрифт – Times New Roman, высота букв – 12, межстрочный интервал – 1,5.

Размеры полей: левое – 30 мм, правое – 20 мм, верхнее – 20 мм, нижнее – 20 мм.