

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**Государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования**

**КЫРГЫЗСКО-РОССИЙСКИЙ СЛАВЯНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМ. ПЕРВОГО ПРЕЗИДЕНТА РОССИИ Б.Н. ЕЛЬЦИНА**

**Гуманитарный факультет
кафедра рекламы и связи с общественностью**

**РАЗРАБОТКА И ТЕХНОЛОГИИ ИЗГОТОВЛЕНИЯ
РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ
РЕКЛАМНОЕ ВИДЕО
(написание, оформление и защита курсовой работы)**

учебно-методическое пособие
для студентов 4 курса очной формы обучения, обучающихся
по направлению *«Реклама и связи с общественностью»*
(бакалавриат)



БИШКЕК 2015

УДК 659.113.63 (07)

*Утверждено Ученым советом гуманитарного факультета
Кыргызско-Российского Славянского университета
(протокол № 5 от 15 мая 2015 г.)*

Ответственный редактор:

доктор исторических наук, профессор кафедры рекламы и связи с общественностью КРСУ *Джунушалиева Гульмира Дженишевна*

Автор-составитель:

кандидат исторических наук, доцент
Горина Ирина Владимировна

Рецензент:

доктор исторических наук, профессор кафедры рекламы и связи с общественностью КРСУ *Прохорова Наталья Александровна*

РАЗРАБОТКА И ТЕХНОЛОГИИ ИЗГОТОВЛЕНИЯ РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ. РЕКЛАМНОЕ ВИДЕО (написание, оформление и защита курсовой работы) *учебно-методическое пособие* для студентов 4 курса очной формы обучения, обучающихся по направлению «*Реклама и связи с общественностью*» (бакалавриат) / Автор-составитель И.В. Горина. – Бишкек: КРСУ, 2016. – 84 с.

Данное пособие является практическим руководством по дисциплине «Разработка и технология изготовления рекламного продукта. Рекламное видео» для написания курсовой работы, где представлены требования и методические рекомендации по выполнению курсовой работы, ее содержанию и оформлению.

Пособие адресовано студентам для студентов 4 курса очной формы обучения, обучающихся по направлению «Реклама и связи с общественностью» (бакалавриат)

УДК 659.113.63 (07)
© ГОУ ВПО КРСУ, 2016

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	5
1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ К КУРСОВОЙ РАБОТЕ	6
1.1. <i>Квалификационные уровни высшего образования</i>	6
1.2. <i>Порядок подготовки и выполнения работы</i>	6
1.3. <i>Основные требования</i>	6
1.3. <i>Защита курсовой работы</i>	7
1.4. <i>Выбор и утверждение темы курсовой работы</i>	7
1.5. <i>Порядок взаимодействия с руководителем</i>	7
2. СТРУКТУРА РАБОТЫ И ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К СТРУКТУРНЫМ ЭЛЕМЕНТАМ	9
2.1. <i>Титульный лист</i>	9
2.2. <i>Оглавление</i>	9
2.3. <i>Введение</i>	9
2.4. <i>Краткое содержание основного текста курсовой работы</i>	13
2.5. <i>Специфика работы над практической частью</i>	14
2.6. <i>Заключение</i>	16
2.7. <i>Список использованных источников</i>	17
2.8. <i>Приложение</i>	17
3. ТЕХНИЧЕСКИЕ ТРЕБОВАНИЯ ПО ОФОРМЛЕНИЮ РАБОТЫ	19
3.1. <i>Объем работы</i>	19
3.2. <i>Технические требования</i>	19
3.3. <i>Заголовки</i>	20
3.4. <i>Нумерация страниц работы</i>	20
3.5. <i>Переносы</i>	20
3.6. <i>Правила набора знаков</i>	20
3.7. <i>Библиографические ссылки</i>	21
3.8. <i>Примеры ссылок на различные источники</i>	22
3.9. <i>Правила оформления библиографических ссылок</i>	23
3.10. <i>Язык изложения</i>	25
4. РЕКОМЕНДАЦИИ ПО СОСТАВЛЕНИЮ ТЕКСТА ВЫСТУПЛЕНИЯ НА ЗАЩИТЕ	27
5. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ ЗАЩИТЫ КУРСОВОЙ РАБОТЫ	29
6. КРИТЕРИИ ВЫСТАВЛЕНИЯ ОЦЕНОК	30
7. ТИПИЧНЫЕ ОШИБКИ ПРИ НАПИСАНИИ КУРСОВОЙ РАБОТЫ	31
ПРИЛОЖЕНИЕ 1 <i>Титульный лист</i>	32
ПРИЛОЖЕНИЕ 2 <i>Речевое клеше оформление научного стиля</i>	33
ПРИЛОЖЕНИЕ 3 <i>Литературный сценарий рекламного видео</i>	34
ПРИЛОЖЕНИЕ 4 <i>Литературный сценарий рекламного видео</i>	36

ПРИЛОЖЕНИЕ 5 <i>Оформление второй главы курсовой работы</i>39
ПРИЛОЖЕНИЕ 6 <i>Режиссерский сценарий рекламного видеоролика</i>41
ПРИЛОЖЕНИЕ 7 <i>Раскадровка видеоролика</i>44
ПРИЛОЖЕНИЕ 8 <i>Фотораскадровка рекламного видеоролика</i>48
ПРИЛОЖЕНИЕ 9 <i>Постановочный проект рекламного видеоролика</i>53
ПРИЛОЖЕНИЕ 10 <i>Производство телевизионной рекламы</i>54
ПРИЛОЖЕНИЕ 11 <i>Команда рекламного проекта</i>55
ПРИЛОЖЕНИЕ 12 <i>Монтаж рекламного фильма</i>56
ПРИЛОЖЕНИЕ 13 <i>Примеры оплаты на отдельные виды услуг</i>58
ПРИЛОЖЕНИЕ 14 <i>Логотип КРСУ и кафедры РСсО</i>64

ВВЕДЕНИЕ

С начала 1990-х гг. реклама прочно вошла в жизнь нашего общества, а на этапе развития рыночной экономики страны, стала играть существенную роль, проникая практически во все сферы деятельности — экономическую, политическую, социально-культурную.

Реклама, являясь инструментом маркетинга, в настоящее время превратилась в отдельный вид деятельности человека — рекламный бизнес. Благодаря грамотному использованию рекламных технологий на рынок вводятся и закрепляются новые товары и услуги, побеждают на политических выборах те или иные партии и деятели, появляются и становятся «звездами» никому не известные до этого музыканты, артисты и т.д.

Общеизвестно, что телевидение на сегодняшний день — самый дорогой канал распространения рекламы и, теоретически, самый эффективный. Воздействие телевизионной рекламы определяют два фактора — большой охват практически всех слоев населения и комплексное воздействие визуальных, звуковых и текстовых форм. Стремительно растет и развивается инфраструктура отрасли — производство программ, видеопродукции, рекламы, развивается рынок вещательного и студийного оборудования. В этих условиях важное значение приобретают рекламные технологии.

Возникает вопрос, почему одна видеореклама раздражает зрителя, а другая доставляет удовольствие? Талантливо поставленные, грамотно снятые, с идейным стержнем фильмы зритель готов смотреть снова и снова, независимо от возраста, образованности и социального статуса. И следует заметить, что рекламный фильм снять гораздо сложнее, чем часовой (документальный или художественный). За предельно короткое время нужно суметь найти не только прохождение событий и круг жизненных проблем, но и их внутреннюю связь. Потому что тридцатисекундный фильм подчиняется тем же законам драматургии и режиссуры, что и часовой. За это время нужно выразить основную идею, привлечь внимание, «втянуть» зрителя в действие. Ведь удачно найденная идея может потерять свою силу, если ее неумело преподать. В случае, если сюжет будет «серым» и скучным, не заслуживающим внимания, неоригинальным и типичным, то зритель не станет смотреть такую рекламу, как бы замечателен ни был товар.

Именно поэтому знание основ съемки, композиционного построения кадра, световых и звуковых параметров производства телерекламы позволяет избежать ошибок при создании рекламного ролика.

Современная методика подготовки специалистов с высшим образованием требует обязательного наличия в упомянутых работах элементов научных исследований. Поэтому определяющими стандартами на структуру и оформление результатов таких работ приняты ДСТУ 3008-95 «Документация. Отчеты в сфере науки и техники. Структура и правила оформления» и ГОСТ 2.105-95 «Общие требования к текстовым документам».

Выполнение курсовой работы является определенным этапом обучения в высшем учебном заведении.

Данное учебно-методическое пособие подготовлено для установления единых требований к структуре и оформлению самостоятельных работ, выполняемых студентами. Именно к числу таких работ относится курсовая работа, предназначенная для практического закрепления теоретических знаний по дисциплине «Разработка и технологии изготовления рекламной продукции» и выработки практического умения решать конкретные проблемы в рамках изучаемого курса.

1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ К КУРСОВЫМ РАБОТАМ

Квалификационные уровни высшего образования

Бакалавр – образовательно-квалификационный уровень высшего образования человека, который на основе полного среднего образования получил углубленную общекультурную подготовку, фундаментальные и профессионально-ориентированные умения и знания, касающиеся обобщенного объекта труда, и способный решать **типовые профессиональные задания**, предусмотренные для соответствующих должностей, в определенной отрасли народного хозяйства.

Учебная (курсовая) работа – это самостоятельное учебно-научное исследование студента, которое выполняется по определенному учебному курсу или по определенным его разделам. Она должна решать техническую задачу дисциплины (курса) и быть проработана до уровня предложения применения.

Курсовая работа выполняется с целью закрепления, углубления и обобщения знаний, полученных студентами за время обучения, и их применения к комплексному решению конкретной профессиональной задачи.

Тематика курсовых работ должна отвечать задачам учебной дисциплины и быть тесно связана с практическими вопросами конкретной специальности. Тематика курсовых работ утверждается на заседании кафедры.

Сроки выполнения курсовых работ и время их защиты определяются учебным планом.

Порядок подготовки и выполнения работы

Курсовая работа должна продемонстрировать наличие у студента базовых умений *самостоятельной работы*, а именно:

- тема курсовой работы выбирается студентом самостоятельно из рекомендательного списка, студент вправе предложить свой вариант темы, которые должны быть согласованы с преподавателем.
- в ходе работы над курсовым сочинением студент должен научиться самостоятельно находить, систематизировать и теоретически осмысливать научную литературу по выбранной теме;
- в работе должно проявляться авторское видение логики ответа на поставленные вопросы;
- выдвинутые в работе положения должны иметь убедительную и научно-обоснованную аргументацию и сопровождаться выводами;
- текст работы должен демонстрировать хорошее владение автором грамотным, научным стилем изложения и соответствовать библиографическим требованиям оформления сносок и списков литературы.

Логика построения курсовой работы обязательно должна включать следующие элементы: введение, основная часть работы (главы или разделы), заключение, списка использованной литературы и по необходимости приложение.

Основные требования

Курсовая работа должна отвечать следующим **основным требованиям**:

- иметь четкую характеристику предмета исследования, конкретно сформулированные цель и задачи исследований;

- быть актуальной, соответствовать современному состоянию определенной области науки и перспективам развития соответствующей сферы;
- иметь практическое значение;
- давать общую характеристику исследуемой проблемы, ее современного состояния, а также передовых методов исследования и опыта работы в соответствующей области;
- давать критический анализ научных и практических работ по теме;
- давать описание и анализ проведенных автором исследований, экспериментов;
- использовать корректные методы исследований;
- результатом работы должны быть работающий программный продукт или аппаратно-программный комплекс.

Защита курсовой работы

При защите курсовой работы студент должен подчеркнуть свой личный вклад и степень самостоятельности, обосновать использованные методы исследований и достоверность полученных результатов, указать на апробацию результатов работы и публикации (если такие были).

Пояснительная записка, доклад и иллюстрации должны быть оформлены согласно требованиям данных методических рекомендаций.

Ответственность за полноту и достоверность данных, содержащихся в работе, и за соответствие ее требованиям данных методических рекомендаций несет исполнитель.

Нормоконтроль работы проводится кафедрой, на которой осуществляется ее выполнение в соответствии с требованиями ГОСТ 2.105-95. Распечатанный и сшитый экземпляр подается на утверждение руководителю. В установленные сроки курсовая работа должна быть защищена публично и сдана в переплетенном и электронном видах руководителю.

Выбор и утверждение темы курсовой работы

Тему курсовой работы студент выбирает из предложенного списка примерных тем или формулирует при помощи руководителя. Два студента не могут готовить работу на одну и ту же тему, однако они могут написать работу по одному и тому же понятию (концепту) или по одной и тоже персоналии (источнику), если сформулированная совместно с научным руководителем тема затрагивает разные аспекты объекта исследования (понятия, персоналии, источника и т.д.). Окончательная формулировка темы утверждается руководителем и согласовывается с ведущим преподавателем профильных курсов.

Порядок взаимодействия с руководителем

Руководитель курсовой работой – это преподаватель кафедры, который консультирует студента по поводу подготовки и написания й работы, а также в итоге оценивает работу.

В функции руководителя входит:

- определяет задание по выбранной теме не позднее, чем за два месяца до защиты работы;
- разрабатывает вместе со студентом календарный график выполнения работы и затем контролирует его соблюдение;

- помощь студенту в выборе литературы по избранной теме, в составлении плана работы, в определении этапов данной работы и в овладении навыками работы с источниками;

- постоянный контроль над самостоятельной работой студента над темой и общим ходом подготовки текста (утверждение списка источников и литературы, а также плана текста работы, прочтение и рекомендации по усовершенствованию написанного текста) как по частям, так и в целом.

Студент ответственен за поддержание связи со своим руководителем.

2. СТРУКТУРА РАБОТЫ И ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К СТРУКТУРНЫМ ЭЛЕМЕНТАМ

Титульный лист

Титульный лист является первой страницей работы и служит основным источником библиографической информации, необходимой для обработки и поиска документа.

Примеры оформления титульных листов приведены в конце настоящего издания (см. приложение 1).

ОГЛАВЛЕНИЕ

Оглавление (или «Содержание») включает перечисление частей работы, начиная от введения и кончая приложениями, с указанием страницы начала каждой части.

Названия глав и разделов должны быть сформулированы, по возможности кратко и отражать их содержание.

ВВЕДЕНИЕ

Во Введении дано краткое обоснование выбора темы исследования, где обоснована актуальность проблемы исследования, объект и предмет исследования, определены цель и задачи, выбраны методы проведения исследования проекта. Кроме того, должна быть четко определена теоретическая база исследования, т.е. перечислены все наиболее значимые авторы, проводившие научные или научно-практические исследования по данной проблеме; сформулировано и обосновано отношение студента к их научным позициям. Далее раскрыта научная новизна и практическая значимость работы. В конце Введения приводится краткое содержание основной работы – структура курсовой работы.

Структура Введения выглядит следующим образом:

- **Актуальность темы исследования**
- **Степень изученности проблемы**
- **Цель работы**
- **Объект исследования**
- **Предмет исследования**
- **Задачи**
- **Методологическая основа исследования**
- **Научная новизна**
- **Теоретическая и практическая значимость**
- **Структура исследования**

Предлагаем рассмотреть детально.

Обоснование **актуальности выбранной темы** – это начальный этап работы над курсовым сочинением. Целесообразно брать для курсовой работы как можно более конкретные темы, поскольку только узкая тематика может быть проработана достаточно глубоко и детально в течение учебного года. Однако слишком узкая и специальная проблема может создать трудности для выполнения курсовой как квалификационной работы, а также для обоснования значимости темы в теоретическом и прикладном аспектах.

Освещение актуальности темы не должно быть многословным. Достаточно в пределах одной машинописной страницы показать главное – суть проблемной ситуации и какие последствия может принести ее разрешение.

Актуальность находится в самой тесной связи с решаемой в работе научной и в то же время прикладной проблемой, от которой и надлежит отталкиваться.

Степень изученности проблемы – это краткий обзор имеющейся по данной теме специальной литературы. Определяется круг авторов, исследовавших избранную тему, и делается лаконичный анализ, способствующий, чтобы прийти к выводу, что данная тема еще не раскрыта (или раскрыта лишь частично, или раскрыта, но не в том аспекте) и поэтому нуждается в дальнейшей разработке.

Здесь важно показать умение анализировать, систематизировать материал, источники, критически их рассматривать, выделять существенное, оценивать ранее сделанное другими исследователями, определять главное в современном состоянии темы. В ходе изложения должна чувствоваться определенная логическая связь и последовательность, поэтому перечень работ и их критический разбор не обязательно делать в хронологическом порядке их публикации.

Работа посвящена сравнительно узкой теме, поэтому и обзор работ следует делать только по вопросам выбранной темы, а не по всей проблеме в целом. Не стоит излагать все то, что стало известно исследователю из прочитанного, и что имеет лишь косвенное отношение к курсовой работе. Но ценные публикации, имеющие прямое и непосредственное отношение к теме научной работы, должны быть названы и критически оценены.

Объектом исследования является определенная сфера действительности, которая выбрана для изучения, **предметом** – конкретный аспект этой сферы, включает наиболее существенные признаки объекта, круг вопросов, непосредственно рассматриваемых в дипломной работе. ***Объект исследования всегда шире, чем его предмет.***

Цель исследования – это планируемый результат, модель ожидаемого решения проблемы, которая может быть достигнута только с помощью проведения исследования.

Задачи исследования. В соответствии с целью исследования, логически определяются задачи работы (должно быть не менее четырех задач). ***Определение задач*** следует производить как можно тщательнее, поскольку их решение ***должно составить основное содержание глав и параграфов курсовой работы.***

Рекомендуется формулировать задачи с глаголов в форме перечисления: «изучить...», «выявить...», «проанализировать...», «установить...», «выяснить...», «разработать...», «доказать...», «описать...» и т.п. Заголовки курсовой работы отражают суть поставленной задачи. Первая задача может быть связана с выявлением, методологическим обоснованием сущности, природы и структуры исследуемого объекта, вторая – с анализом состояния исследуемого предмета, третья – с исследованиями (анкетирование, контент-анализ, интервью и т.д.), четвертая – с результатами собственной деятельности, рекомендациями по усовершенствованию, оптимизации, эффективности практической стороны деятельности исследуемого предмета

Например, исходя из единственной цели исследования, определяется несколько задач. Разрешение каждой задачи является последовательным шагом на пути достижения цели. Так, если целью курсовой является определение способов формирования корпоративных ценностей, то задачами могут быть: обзор точек зрения, представленных в научной литературе, анализ понятия корпоративных ценностей, установление эффективности того или иного способа формирования корпоративных ценностей.

Разрешение каждой из задач осуществляется в структурной единице текста курсовой работы (главе, параграфе).

Очень важным этапом исследования является выбор *методов*, которые служат инструментом добывания фактического материала, его систематизации и анализа.

Метод исследования – это способ получения достоверных научных знаний, умений, практических навыков и данных в различных сферах жизнедеятельности. *Метод* – это совокупность действий, призванных помочь достижению желаемого результата приемов, которые в свою очередь являются частью метода.

Методы делятся на три большие группы:

1) методы эмпирического исследования (наблюдение, сравнение, измерение, эксперимент);

2) методы эмпирического и теоретического уровня (абстрагирование, анализ и синтез, индукция и дедукция, моделирование и др.);

3) методы теоретического исследования (восхождение от абстрактного к конкретному и др.)

Например, такие методы как:

Анализ – расчленение целостного предмета на составляющие части (стороны, признаки, свойства или отношения) с целью их всестороннего изучения. Данный метод является наиболее популярным для курсовых работ. Но может использоваться и:

- ***сравнительно-правовой анализ*** (например, сравниваются правовые системы России и Кыргызстана),
- ***статистический анализ*** (динамика рассматриваемого явления за определенный период) и т.д.

Синтез – соединение ранее выделенных частей (сторон, признаков, свойств или отношений) предмета в единое целое.

Аналогия – прием познания, при котором на основе сходства объектов по одним признакам делается заключение об их сходстве по другим.

Дедукция – вид умозаключения от общего к частному, когда из массы частных случаев делается обобщенный вывод о всей совокупности таких случаев.

Индукция – метод исследования и способ рассуждения, в котором общий вывод строится на основе частных посылок.

Классификация – разделение всех изучаемых предметов на отдельные группы в соответствии с каким-либо важным для исследователя признаком (особое значение имеет в описательных науках).

Моделирование – изучение объекта (оригинала) путем создания и исследования его копии (модели), замещающей оригинал с определенных сторон, интересующих познание. Модель всегда соответствует объекту-оригиналу в тех свойствах, которые подлежат изучению, но в то же время отличаются от него по ряду других признаков, что делает модель удобной для исследования изучаемого объекта.

Наблюдение – целенаправленное восприятие явлений объективной действительности, в ходе которого получают знания о внешних сторонах, свойствах и отношениях изучаемых объектов.

Обобщение – прием мышления, в результате которого устанавливаются общий свойства и признаки объектов.

Описание – фиксация средствами естественного или искусственного языка сведений об объектах.

Прогнозирование – специальное научное исследование конкретных перспектив развития какого-либо явления.

Эксперимент – апробирование, испытание изучаемых явлений в контролируемых и управляемых условиях. В эксперименте стремятся выделить изучаемое явление в чистом виде, с тем, чтобы было как можно меньше препятствий в получении искомой информации.

Студент должен самостоятельно обосновать применение тех или иных теоретических и эмпирических методов в курсовой работе.

Научная новизна исследования. Играет особую роль, вследствие чего к исследованию надо отнестись с повышенным вниманием.

К числу признаков, позволяющих утверждать о научной новизне работы, относятся:

- а. постановка новой научной проблемы;
- б. введение новых научных категорий и понятий, развивающих представление о данной отрасли знаний;
- в. раскрытие новых закономерностей протекания естественных и общественных процессов;
- г. применение новых методов, инструментов, аппарата исследования;
- д. разработка и научное обоснование предложений об обновлении объектов, процессов и технологий, используемых в экономике, управлении,
- е. развитие научных представлений об окружающем мире, природе, обществе.

Научная новизна – это признак, дающий автору право на использование понятия «впервые», при характеристике полученных им результатов и проведенного исследования в целом. Понятие «впервые» означает в науке факт отсутствия подобных результатов до их публикации. Впервые может проводиться исследование на оригинальные темы, которые ранее не исследовались в той или иной отрасли научного знания.

В большинстве случаев научная новизна проявляется в наличии теоретических положений, которые впервые сформированы и содержательно обоснованы, методических рекомендациях, внедренных в практику и оказывающих существенное влияние на достижение новых социально-экономических результатов. Новыми могут быть только те положения исследования, которые способствуют дальнейшему развитию науки в целом или отдельных ее направлений.

Научная новизна состоит также в определении генезиса развития той или иной отрасли научного знания, во вскрытии закономерностей и основных путей развития той или иной науки.

Теоретическая и практическая значимость результатов исследования. Дается обоснование, в каких областях, прикладной деятельности, какими органами и организациями, в какой форме используются и могут быть использованы результаты выполненного исследования и рекомендации, высказанные в работе.

Формы внедрения научных результатов могут быть весьма различны, например:

- предложения по совершенствованию систем социально-экономического, технического, политического, юридического и т.п. регулирования;
- рекомендации по совершенствованию экономического, юридического механизма, управления социальными процессами и т.д.;
- нормативные и методические документы, которые утверждены или рекомендованы к использованию министерствами, государственными комитетами, ведомствами, объединениями или другими заинтересованными организациями.
- научного обоснования вариантов направлений, способов совершенствования условий и эффективности труда, основных производственных и непроизводственных фондов, материальных, топливно-энергетических ресурсов и других факторов социальной и экономической деятельности объединения, ведомства, организации;
- обоснование предложений по использованию достижений научных разработок в практической деятельности предприятий и организаций;
- решение отдельных проблемных вопросов при разработке научно-исследовательских тем, выполняемых госбюджетных и хоздоговорных научных работ.

Структура исследования.

Например, структура исследования обусловлена логикой достижения цели и решения поставленных исследовательских задач. Текстовая часть работы состоит из введения, двух глав, содержащих по два параграфа, заключения, списка использованной литературы и приложения.

Краткое содержание основного текста курсовой работы

Структура *основной части курсовой работы* состоит из теоретического, экспериментального и практического разделов (может быть разделена на несколько глав (не менее двух глав), поделенные на параграфы (не менее двух параграфов в каждой главе). В них освещаются теоретические вопросы и экспериментальная часть, дается анализ полученных результатов, расчетов, иллюстраций. Желательно, чтобы главы и параграфы резко не отличались по объему.

Исследование не должно ограничиваться освещением только теоретического материала.

Выделять целую главу под теорию не рекомендуется.

Например, в *первой главе* необходимо четко, ясно и однозначно определить основные термины и понятия, которые составят основу работы. Полезно сделать небольшой исторический экскурс, по возможности, оценить степень изученности проблемы в современной литературе. В процессе изучения литературных источников очень важно найти сходства и различия точек зрения различных авторов, дать их анализ. Желательно рассмотреть вопросы, не только теоретически и практически уже решенные, но и спорные, дискуссионные, по-разному освещаемые в литературе, и обязательно высказать свою точку зрения, обосновав ее.

Следует также осветить эволюцию взглядов на изучаемую проблему за относительно длительный период времени для того, чтобы выявить основные тенденции и особенности ее развития.

Однако, не стоит чрезмерно затягивать описательные аспекты генезиса и эволюции проблемы. Гораздо предпочтительнее показать общую схему и направление развития, сделав при этом краткие выводы-обобщения.

В первой главе автор определяется с методологией исследования, необходимой для работы с практическим материалом второй части работы.

Во *второй главе*, ее обычно называют экспериментальной, раскрывается проводимый в исследовании эксперимент, описываются его основные параметры и характеристики. Необходимым элементом курсовой по связям с общественностью (рекламе) является анализ (описание) практического приложения теоретических знаний. В качестве такого практического элемента может выступать анализ конкретной PR-кампании, мониторинг прессы, создание собственного проекта и т.п. Выявляются и обосновываются социально-экономические, политические, исторические, культурные и другие факторы, влияющие на активизацию процессов, проходящих в истории и культуре исследуемых стран.

Выводы и рекомендации, сформулированные по основным результатам исследования, должны обладать краткостью и четкостью, дышать уверенностью, быть конкретными и найти реальную востребованность в практической деятельности.

Многие вопросы на предварительной и заключительной защите задаются именно на основании сделанных выводов и рекомендаций.

Специфика работы над практической частью

Этапы работы над рекламным роликом:

I. Написание литературного сценария для рекламного ролика, на основании которого пишется режиссерский сценарий.

Сценарий телевизионной рекламы – письменная версия ролика с полным текстом, диалогами, стихами и инструкциями.

Сценарий включает в себя визуальный план ролика плюс описания, необходимые для поиска места съемки или создания декораций, для подбора актеров, для подбора (написания) музыки, графика выполнения данного проекта.

1. написание рекламного сценария имеющего композицию, экспозицию, развитие действия, кульминацию, развязку, вывод (финал) и эпилог;
2. написание режиссерского сценария, состоящего из двух колонок: в левой колонке (визуальной) пишется описание кадров, а в правой (аудиальной) – текст, музыка, шумы, звуки.

II. **Раскадровка** – визуальный план, макет рекламного ролика, состоящий из серии отобранных кадров, показывающих развитие сюжетной линии, отражает как композицию и крупность кадров, так и взаимосвязь видеоряда с текстом.

Раскадровка позволяет увидеть необходимые элементы оформления, реквизит, костюмы, актерские типажи, схему света.

III. **Анимационная раскадровка (аниматика)** – предварительная версия рекламного ролика с фрагментами из раскадровки, записанными на видеопленку вместе с черновым вариантом звуковой дорожки.

Кадры, состоящие из фотографий реального места действия – фотораскадровка.

IV. **Постановочный проект** включает: сценарий, раскадровку, фото или видео места съемки, эскизы декораций, костюмов, варианты грима, список технического оборудования и реквизита.

Постановочный проект готовят режиссер, художник, оператор и продюсер.

1. режиссерский замысел – основная часть постановочного проекта (или постановочного плана), который осуществляется на основе подробной информации о рекламируемом товаре/ услуге, т.е. брифа, а также на основе литературного сценария рекламного ролика.
2. режиссерский разбор литературного сценария рекламы делается с точки зрения главного героя рекламного произведения.

Замысел включает в себя:

- ✓ тему;
- ✓ идею,
- ✓ сверхзадачу,
- ✓ конфликт,
- ✓ событийный ряд,
- ✓ характеристику действующих лиц,
- ✓ художественный образ,
- ✓ жанр.

V. **Производство телевизионной рекламы**

VI. **Команда рекламного проекта - студенты**

1. **рекламное агентство** – креативная группа, состоящая из креативного директора, арт-директора, продюсера.

Рекламное агентство придумывает идею, решающую конкретную маркетинговую задачу, затем пишет сценарий и создает раскадровку.

✓ *Креативный директор* на основе брифа придумывает идею рекламного ролика.

✓ *Копирайтер* на основе идеи пишет сценарий рекламного ролика, который состоит из диалогов, рассказа, стихов или описания.

✓ *Художественный директор (арт-директор)* создает типажи рекламных героев, которых придумали креативный директор и копирайтер, разрабатывает раскадровку и выбирает внешний облик ролика. Под руководством арт-директора работают художники.

✓ *Продюсер* возглавляет и координирует все виды деятельности, связанные с производством ролика; ведает материальным обеспечением производства и бюджетом, осуществляет контроль над всеми аспектами производства и монтажа рекламного ролика, служит связующим звеном между агентством и режиссером. Продюсер «прогоняет» сценарий по «цепочке согласований» внутри агентства и у заказчика.

✓ *Производственная фирма (Production House)* полностью координирует съемки, тесно сотрудничая с персоналом агентства.

✓ *Съемочная студия* как структура, предоставляющая в основном посреднические услуги, не обладает собственным оборудованием. Все, что используется на съемочной площадке, студия берет в аренду у владельцев.

✓ *Режиссер-постановщик* разрабатывает свой, режиссерский сценарий ролика и несет ответственность за весь процесс съемки: декорации, реквизит, освещение, продолжительность сцен и действий; определяет игру и поведение актеров в кадре, управляет работой оператора.

На съемках режиссеру-постановщику помогают второй режиссер и ассистенты, которые проверяют диалоги, ведут хронометраж сцен и т. д.

После того как материал отснят, режиссер-постановщик руководит монтажом, вместе с композитором определяет музыкальное и шумовое решение ролика.

✓ *Оператор* – снимает то, что было словами написано в сценарии. От взаимопонимания между режиссером и оператором зависит успех всего проекта.

✓ *Художник-постановщик* рекламного ролика определяет пространственное и стилистическое решение рекламной формы, следит за внутренним оформлением, декорациями, деталями, реквизитом, костюмами.

Ни один план на съемочной площадке не должен сниматься без одобрения его художником-постановщиком. Совместно с оператором он следит за тем, чтобы каждый отснятый кадр был выстроен в соответствие с законами композиции и психологии восприятия, чтобы в кадре не было лишних, отвлекающих внимание деталей.

Наравне с режиссером и оператором художник-постановщик является одной из ключевых фигур создания ролика.

✓ *Композитор* пишет музыку для ролика, которая также является одной из составляющих успеха рекламного проекта.

✓ *Звукооператор* записывает звук во время съемок.

✓ *Осветитель* несет ответственность за свет.

✓ *Подсобные рабочие* устанавливают и передвигают декорации, прокладывают рельсы для операторской тележки, двигают ее во время съемок и т. д. Всему техническому персоналу помогают ассистенты.

Кроме того, на съемках присутствуют костюмеры, гримеры, консультанты, специалисты по управлению операторским краном, водители и др.

✓ **Постпродакшн — видеорежиссер и звукорежиссер.** Заканчиваются съемки, начинается постпродакшн: процесс окончательной полировки и лакировки, озвучивания, подкрашивания и доделывания смонтированного ролика. Длится он от нескольких дней до нескольких месяцев.

✓ *Видеоинженер* (вместе с режиссером) собирает лучшие кадры в сцены. Если в ролике предполагаются двух- или трехмерные анимационные вставки, то над их созданием работают художники-аниматоры и специалисты по компьютерным спецэффектам.

✓ *Звукорежиссер* записывает и сводит вокал (если в ролике предполагается песня), координирует переозвучивание ролика и синхронизирует звуковую дорожку с видеорядом.

✓ Производство рекламного ролика — сложный, трудоемкий и дорогостоящий процесс. Каждый член съемочной группы несет огромную ответственность, но, тем не менее, производство рекламы — это, прежде всего, работа в команде.

2. *продакшн-студия*, занимающаяся подбором актеров, композитора и музыкантов.

VII. Монтаж рекламного фильма

VIII. Монтаж звука к рекламному ролику

IX. Смета на производство социального рекламного ролика «ТЕМА»

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Заключение (выводы и предложения) курсовой работы. Здесь представлены выводы и предложения. Заключение должно отражать результаты практической значимости исследования, пути и дальнейшие перспективы работы над проблемой. В заключении дается краткий перечень наиболее значимых выводов и предложений (рекомендаций), содержатся обобщённые выводы и предложения по совершенствованию общественных отношений в сфере экономики, управления, права, указание дальнейших перспектив работы над проблемой, которые должны быть сформулированы предметно и адресно.

Сформированные в заключении выводы и предложения основываются на частных выводах по пунктам и главам, **но не должны в точности повторять их.**

Выводы следует подразделять на выводы положительного и отрицательного характера. Изложение начинают с фиксации положительных результатов анализа. Негативные выводы становятся базой для формирования предложений и рекомендаций по их устранению, а значит, и для решения проблемы, исследуемой в данной курсовой работе. Выводы и предложения:

– должны вытекать из материалов дипломной работы и не опираться на данные, которые в ней отсутствуют;

– должны сопровождаться ссылками на конкретные количественные показатели и другие данные, имеющиеся в курсовой работе.

Допустимы нумерации сделанных выводов (предложений, рекомендаций) с указанием их адресатов, например, органам федеральной власти, органам государственного управления, органам местного самоуправления, организациям, предприятиям либо их подразделениям.

Допустимо иметь 4-5 выводов и 3-5 обоснованных предложений.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

Список использованных источников (литература) последовательно нумеруется и составляется в алфавитном порядке, включая в себя все библиографические источники,

которые послужили основой для написания курсовой работы, располагающийся в конце работы (перед приложениями).

Список использованных источников (литература) должен содержать не менее 30–40 наименований, состоящий из следующих частей:

1. законодательные и нормативно-методические документы;
2. научная отечественная и зарубежная литература по теме работы;
3. монографии, брошюры, научные статьи, журналы и т.п., расположенные в алфавитном порядке по авторам (если автор на титульном листе не указан, то по названию книги);
4. статистические, инструктивные и отчетные материалы организаций;
5. интернет-ресурсы – с указанием сайта и времени посещения.

По тексту студент обязан делать сноски на используемые им литературные источники и нормативно-правовой материал. ***Заимствование текста из чужих произведений без ссылки (т.е. плагиат) может быть основанием для недопуска работы к защите или ее снятия с защиты!!!***

ПРИЛОЖЕНИЕ

Материал, дополняющий текст курсовой работы, допускается помещать в приложениях (собранные документы, статистические отчеты организации, на основе которых выполнена курсовая работа, а также графический материал, расчёты вспомогательного характера, таблицы большого формата, описания алгоритмов и программ задач графики, таблицы, диаграммы, другие материалы).

Допускается в качестве приложения к документу использовать другие, самостоятельно выпущенные документы (анкеты, чертежи, схемы, фотографии и др.).

Приложения оформляют как продолжение текстового документа на последующих листах или выпускают в виде самостоятельного документа.

Приложения могут быть обязательными или информационными.

В тексте документа на все приложения должны быть даны ссылки.

Располагают приложения в порядке ссылок на них в тексте документа.

Каждое приложение следует начинать с новой страницы с указанием наверху с предельной левой стороны страницы слова «ПРИЛОЖЕНИЕ» и его обозначения, а под ним в скобках для обязательного приложения пишут слово «обязательное», а для информационного – «рекомендуемое» или «справочное».

Приложение должно иметь заголовок, который записывают симметрично относительно текста с прописной буквы отдельной строкой.

Приложения обозначают порядковыми цифрами. После слова «ПРИЛОЖЕНИЕ» следует цифра, обозначающая его последовательность. Если в документе одно приложение, оно обозначается «ПРИЛОЖЕНИЕ 1».

Рисунки, таблицы и формулы, помещаемые в приложении, нумеруют следующим образом: «Рисунок 1.1» – первый рисунок приложения 1; «Таблица 1.2» – вторая таблица приложения 1.

Приложения, как правило, выполняют на листах формата А3, А4×3, А4×4, А2, А1 – по ГОСТ 2.301–68.

Приложения должны иметь общую с остальной частью курсовой работы сквозную нумерацию страниц.

Все приложения должны быть перечислены в оглавлении работы с указанием их обозначения и заголовка.

Текст каждого приложения при необходимости разделяют на части, нумеруемые арабскими цифрами в пределах каждого приложения. Перед номером ставится обозначение этого приложения.

Приложения, выпускаемые в виде самостоятельного документа, оформляют по

общим правилам: первый лист с основной надписью по форме 2, последующие листы – по форме 2а (ГОСТ 2.104–68).

Если приложение имеет титульный лист, то на нём под наименованием указывают слово «ПРИЛОЖЕНИЕ».

Таким образом, *композиционная структура курсовой работы* выглядит следующим образом:

1. Титульный лист
2. ОГЛАВЛЕНИЕ
3. ВВЕДЕНИЕ:
 - **Актуальность темы исследования**
 - **Степень изученности проблемы**
 - **Цель работы**
 - **Объект исследования**
 - **Предмет исследования**
 - **Задачи**
 - **Степень изученности проблемы**
 - **Методологическая основа исследования**
 - **Научная новизна**
 - **Теоретическая и практическая значимость результатов исследования**
 - **Структура исследования**
4. Главы основной части (от 2 до 3 глав, которые обычно разбиваются на параграфы)
5. ЗАКЛЮЧЕНИЕ.
6. СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ
7. ПРИЛОЖЕНИЕ(-Я).

3. ТЕХНИЧЕСКИЕ ТРЕБОВАНИЯ ПО ОФОРМЛЕНИЮ РАБОТЫ

Изложение материала в курсовом исследовании должно быть последовательным и логичным. Все разделы должны быть связаны между собой. Особое внимание следует обращать на логические переходы от одной главы к другой, от параграфа к параграфу. Изложение материала должно быть конкретным и опираться на результаты практики, при этом важно не просто описание, а критический разбор и анализ данных.

Требования к оформлению курсовой работы идентичны требованиям, предъявляемым к выпускным квалификационным работам, что формирует единый подход к написанию исследовательских сочинений.

Объем работы

Объем курсовой работы бакалавра составляет 40-45 стр. (введение, основная часть, заключение, список использованных источников) без приложений.

Объем работы примерно должен составлять:

Введение	7% (3-5 стр.)
Теоретич. исследование	40% (20–25 стр.)
Практич. часть	42% (25-30 стр.)
Заключение (выводы)	6% (3-4 стр.)
Литература	5% (2-3 стр.)

Технические требования

Письменная работа студента выполняется с помощью компьютера на одной стороне листа писчей бумаги формата А4. Расположение листов для: текста – книжное, для изображений и таблиц допускается альбомное.

Рекомендуется использовать редактор Microsoft Word. Важно соблюдать размеры полей (таблица 1).

Таблица 1 – Размеры полей страницы

Поле страницы	Ширина поля, см
Левое	3
Верхнее	2
Нижнее	2
Правое	1,5

Левое поле рекомендуется делать шире остальных, для того чтобы оставить место для переплѐта.

Размер бумаги — А4

Таблица 2 – Настройки основного стиля:

Параметр текста	Значение
Размер шрифта	14 пт
Гарнитура	Times New Roman
Красная строка	1,25 см
Отступ перед абзацем	0 пт
Отступ после абзаца	0 пт
Выравнивание текста	По ширине
Межстрочный интервал	1,5 пт

Заголовки

– Все названия разделов и подразделов имеют выравнивание по центру без точки в конце;

– Заголовок раздела печатается 14 кеглем, прописным, полужирным, например, **ГЛАВА 1. ОСНОВЫ СОЗДАНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ**

– Заголовок подраздела печатается 14 кеглем, строчным, полужирным

– Заголовки от текста отделяют сверху тремя интервалами, снизу - двумя интервалами, например,

1.1 Социальная реклама: понятие, функции и назначение

– Заголовки разделов и подразделов следует печатать с абзацного отступа с прописной буквы без точки в конце, не подчеркивая;

– Если заголовок состоит из двух предложений, их разделяют точкой;

– Переносы слов в заголовках не допускаются;

– Разделы и подразделы должны иметь порядковую нумерацию в пределах всего текста;

– Нумеровать следует арабскими цифрами;

– После номера раздела и подраздела в тексте точку не ставят.

Нумерация страниц работы

Страницы работы следует нумеровать арабскими цифрами, соблюдая сквозную нумерацию по всему тексту работы. Номер страницы проставляют вверху в центре страницы без точки в конце.

Титульный лист включают в общую нумерацию страниц работы. Номер страницы на титульном листе не проставляют.

Иллюстрации и таблицы, расположенные на отдельных страницах, включают в общую нумерацию страниц работы.

Переносы

Правила переносов. Нельзя производить следующие действия:

– разбивать переносом аббревиатуры;

– отрывать фамилии от инициалов и инициалы друг от друга (между ними ставят неразрывный пробел;

– размещать в разных строках числа и их наименования;

– оставлять в конце строки открывающиеся кавычки или открывающуюся скобку;

– размещать в разных строках численные значения величин и их размерности;

– разделять сокращённые выражения (*и т. д.*, *и др.*, *т. е.*, *и т. п.*).

Допускается разделение переносом чисел, соединённых знаком тире, причём тире должно остаться в верхней строке.

Правила набора знаков

Знаки препинания (точка, запятая, двоеточие, точка с запятой, многоточие, восклицательный и вопросительный знаки) от предшествующих слов пробелом не отделяют, а от последующих отделяют одним пробелом.

Дефис (-) от предшествующих и последующих элементов не отделяют.

Тире (–) от предшествующих и последующих элементов отделяют обязательно.

Кавычки и скобки не отбивают от заключённых в них элементов. Знаки

препинания от кавычек и скобок не отбивают.

Знак № применяют только с относящимися к нему числами, между ними ставят неразрывный пробел.

Знаки сноски (звёздочки или цифры) в основном тексте печатают без пробела, а от текста сноски отделяют одним пробелом (например: *слово*¹, ¹ *Слово*). Сноски печатаются на тех страницах, к которым относятся, и имеют постраничную нумерацию. Печатание сносок в конце работы с общей порядковой их нумерацией не допускается.

Знаки процента и промилле от чисел отделяют одним неразрывным пробелом.

Для обозначения диапазона значений употребляют один из способов: многоточие (20...30), тире (20–30), либо предлоги (*от 20 до 30*). Во всём документе следует придерживаться принципа единообразия.

Сложные существительные и прилагательные с числами в их составе рекомендуется писать в буквенно-цифровой форме (например: *150-летие*, *30-градусный*, *25-процентный*).

Стандартной формой написания дат является следующая: *20.03.93 г.* Возможны и другие как цифровые, так и словесно-цифровые формы (например: *20.03.1993 г.*, *22 марта 1993 г.*, *1 сент. 1999 г.*).

Все виды некалендарных лет (бюджетный, отчётный, учебный годы), т. е. начинающиеся в одном году, а заканчивающиеся в другом, пишут через косую черту (например: *в 1993/94 учебном году. Отчётный 1993/1994 год*).

Сокращения. Используемые сокращения должны соответствовать правилам грамматики, а также требованиям, установленным ГОСТ 2.316–68 и ГОСТ 7.12–93 для сокращений, общепринятых в русском языке, таких как:

- сокращения, употребляемые самостоятельно: *и др.*, *и пр.*, *и т. д.*, *и т. н.*;
- употребляемые только при именах и фамилиях: *им.*, *акад.*, *д-р.*, *доц.*, *канд. физ.-мат. наук*, *ген.*, *чл.-кор.* Например: *доц. Петров А. Е.*;
- употребляемые при ссылках, в сочетании с цифрами или буквами: *гл. 5*, *п. 10*, *подп. 2а*, *разд. А*, *с. 54–598*, *рис. 8.1*, *т. 2*, *табл. 10–12*, *ч. 1* и пр.

Используемые сокращения поясняют в скобках после первого их употребления в тексте работы. Например: *...заканчивается этап составлением тактико-технического задания (ТТЗ)*.

Однотипные слова и словосочетания везде должны либо сокращаться, либо нет (например: *в 1919 году* и *XX веке* или *в 1919 г.* и *XX в.*; *и другие*, *то есть* или *и др.*, *т. е.*).

Библиографические ссылки

Список использованной литературы (библиографические ссылки) обычно приводится в конце курсовой или выпускной работы и является важной её частью. В него включаются все просмотренные и изученные студентом книги, статьи и другие материалы (в том числе и электронные), имеющие отношение к теме курсовой работы.

Библиографический список отражает самостоятельную творческую работу студента и позволяет судить о степени фундаментальности проведенного исследования.

Согласно ГОСТ Р 7.05–2008, библиографическая ссылка содержит библиографические сведения о цитируемом, рассматриваемом или упоминаемом в тексте документа другом документе (его составной части), необходимые или достаточные для его идентификации, поиска и общей характеристики.

Так как всё большее значение приобретают электронные публикации, то ГОСТ Р 7.05–2008 устанавливает, что объектами ссылки могут быть «как электронные ресурсы в целом (электронные документы, базы данных, порталы, сайты, веб-страницы, форумы и т. д.), так и составные части электронных ресурсов (разделы и части электронных документов, порталов, сайтов, веб-страниц, публикации в электронных сериальных из-

даниях, сообщения на форумах и т. п.)».

Несмотря на то, что стандарт допускает ссылки на самые различные материалы, вплоть до сообщений на форумах сайтов, в научной работе важна значимость, достоверность источника. Как правило, в научно-технических документах не ссылаются на газеты, журналы (если только это не специализированное научное издание), научно-популярную литературу. Правильно составленный и грамотно оформленный список свидетельствует о том, насколько автор знаком с литературой по теме исследования.

Список использованной литературы составляется в алфавитном порядке и пронумерован, где каждое описание должно начинаться с новой строки с абзацным отступом.

Примеры ссылок на различные источники:

Книга одного автора

Кравченко Л. И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле: учеб. пособие. – 7-е изд., перераб. – Минск: Новое знание, 2004. – 544 с.

Книга двух авторов

Попова Л. В., Никулина Л. Н. Отечественные стандарты финансовой отчетности : учеб. пособие. – М. : Машиностроение, 2003. – 288 с.

Книга трёх авторов

Попов В. М., Ляпунов С. И., Касаткин А. А. Бизнес-планирование: анализ ошибок, рисков и конфликтов. – М.: КноРус, 2003. – 448 с.

Книга четырёх авторов

Источники энергии систем электроснабжения космических аппаратов: монография / М. В. Лукьяненко, М. М. Лукьяненко, А. Н. Ловчиков, А. Б. Базилевский; Сиб. гос. аэрокосмич. ун-т. – Красноярск, 2008. – 176 с.

Книга пяти авторов

Рекламная деятельность: учебник / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, Т. К. Серегина и др. – 6-е изд., перераб. и доп. – М.: Дашков и К, 2003. – 364 с.

Книга с указанием редактора и составителя

Экспертиза продуктов переработки плодов и овощей: учеб. пособие / под ред. В. М. Поздняковского. – Новосибирск: Изд-во Новосиб. гос. ун-та, 2003. – 271 с.

Книги, переведённые с иностранного языка

Уотерс Д. Логистика: управление цепью поставок: учебник для вузов: пер. с англ. – М.: Юнити-Дана, 2003. – 503 с.

Методические разработки преподавателей вуза

Чепелева Г. Г. Функциональные добавки в хлебопечении: учеб. пособие / Краснояр. гос. торг.-экон. ин-т. – Красноярск, 2004. – 70 с.

Стандарты

ГОСТ 5669–96. Хлебобулочные изделия. Метод определения пористости. – Взамен ГОСТ 5669–51 ; введ. 01.08.97. – Минск : Изд-во стандартов, 1997. – 4 с.

СН 408–70. – Введ. 01.01.72. – М. : Изд-во стандартов, 1972. – 31 с.

Статья из сборника

Чаплина А. П., Кошелева И. В. К вопросу о концепции менеджмента в торговле // Сфера потребительских услуг: актуальные проблемы и перспективы развития : материалы регион. науч.-практ. конф.; 22 апр. 2004 г. / Краснояр. гос. торг.-экон. ин-т. – Красноярск, 2004. – Ч. 2. – С. 97–125.

Глава из книги

Сервис в логистике // А. М. Гаджинский. Логистика. – М., 2001. – Гл. 14. – С. 352–366.

Статья из журнала

Управление запасами и бюджетирование продаж // Компьютер в бухгалтерском

учёте и аудите. – 2004. – № 3. – С. 12–15.

Статья из газеты

Шпрингель В. К., Буздалин А. В., Позднякова Е. В. Эхо кризиса – 2004 // Бизнес и банки. – 2004. – № 44. – С. 1–7.

Электронные ресурсы

Художественная энциклопедия зарубежного классического искусства [Электронный ресурс]. – Электрон. текстовые, граф., зв. дан. и прикладная прогр. (546 Мб). – М. : Большая Рос. энцикл., 1996. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).

Экономический рост // Новая Россия: [библиогр. указ.] / сост. : Б. Берхина, О. Коковкина, С. Канн ; Отд-ние ГПНТБ СО РАН. Новосибирск, [2003 –]. Дата обновления: 6.03.2007. URL: <http://www.prometeus.nsc.ru/biblio/newrus/egrowthh.ssi> (дата обращения: 22.03.2007).

Инвестиции останутся сырьевыми // PROGNOISIS.RU : ежедн. интернет-изд. 2006. 25 янв. URL: <http://www.k.prognosis.ru/print.html?id=6464> (дата обращения: 19.03.2007).

Жилищное право: актуальные вопросы законодательства : электрон. журн. 2007. № 1. URL: <http://www.gilpravo.ru> (дата обращения. 20.08.2007).

Диссертации

Вишняков И. В. Модели и методы оценки коммерческих банков в условиях неопределенности : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.13 : защищена 12.02.02 : утв. 24.06.02 / Вишняков Илья Владимирович. – М., 2002. – 234 с. – Библиогр.: с. 220–230. – 04200204433.

Белозёров И. В. Религиозная политика Золотой Орды на Руси в XIII– XIV вв. : дис. ... канд. ист. наук : 07.00.02 : защищена 22.01.02 : утв. 15.07.02 / Белозёров Иван Валентинович. – М., 2002. – 215 с. – Библиогр.: с. 202–213. – 04200201565.

Автореферат диссертации

Собочинский И. Л. Программное обеспечение имитационного моделирования процесса функционирования буфера-накопителя : автореф. дис. ... канд. техн. наук : 05.13.11 / И. Л. Собочинский ; Краснояр. гос. техн. ун-т ; рук. работы В. И. Быков. – Красноярск : [б. и.], 2003. – 21 с.

Патент

Пат. 2187888 Российская Федерация, МПК⁷ Н 04 В 1/38, Н 04 J 13/00. Приемопередающее устройство / В. И. Чугаева ; заявитель и патентообладатель Воронеж. науч. исслед. ин-т связи. – № 2000131736/09 ; заявл. 18.12.00; опубл. 20.08.02, бюл. № 23 (II ч.). – 3 с. : ил.

Авторское свидетельство

А. с. 1007970 СССР, МКИ³ В 25 J 15/00. Устройство для захвата неориентированных деталей типа валов / В. С. Ваулин, В. Г. Кемайкин (СССР). – № 3360585/25-08 ; заявл. 23.11.81 ; опубл. 30.03.83, бюл. № 12. – 2 с. : ил.

А. с. 1002506 РФ, МКИ³ В 15 C17/00. Устройство для определения напряжения / Б. И. Серов, В. П. Самойлов. – № 3550685/16-08 ; заявл. 10.10.01 ; опубл. 19.02.02, бюл. № 3. – 3 с.

Отчёты о научно-исследовательской работе

Формирование генетической структуры стада : отчет о НИР (проме-жуточ.) : 42–44 / Всерос. науч.-исслед. ин-т животноводства; рук. Попов В. А. ; исполн.: Алешин Г. П. [и др.]. – М., 2001. – 75 с. – Библиогр.: с. 72–74. – № ГР 01840051145. – Инв. № 04534333943.

Правила оформления библиографических ссылок

Справочно-библиографическая ссылка — совокупность библиографических сведений о цитируемом, рассматриваемом или упоминаемом в тексте работы том или ином документе (его составной части или группе документов), необходимых для его общей характеристики, идентификации и поиска.

При оформлении таких ссылок допускаются некоторые отклонения от общих правил библиографического описания источников.

При включении элементов описания в основной текст соблюдаются правила оформления текста, а не библиографического описания, в частности, при употреблении кавычек (основное заглавие, заглавие сериальных изданий пишут в кавычках), при расположении инициалов или имен (они предшествуют фамилиям авторов, а не следуют за ними).

Если текст цитируется не по первоисточнику, а по другому изданию или иному источнику, то ссылку следует начинать словами «*Цит. по: ...*», либо «*Цит. по кн.:...*», или «*Цит. по ст.:...*».

Когда текст, к которому относится ссылка, не цитируется, а лишь упоминается, то пользуются начальными словами «*См.*», «*См. об этом*».

Когда надо подчеркнуть, что источник, на который делается ссылка, — лишь один из многих, где подтверждается, или высказывается, или иллюстрируется положение основного текста, то в таких случаях используют слова «*См., например,...*», «*См., в частности,...*».

Когда нужно показать, что ссылка представляет дополнительную литературу (информацию), указать следует «*См. также: ...*».

По месту расположения относительно основного текста курсовой работы библиографические ссылки разделяются на:

- *внутритекстовые*, т.е. являются частью основного текста;
- *подстрочные*, т.е. вынесенные из текста в низ страницы.

Внутритекстовые ссылки используются, когда значительная часть ссылок вошла в основной текст работы неразрывно. Изъять ее из текста невозможно, не заменив этот текст другим. В этом случае в скобках указываются лишь выходные данные и номер страницы, на которой напечатано цитируемое место, или только выходные данные (если номер страницы указан в тексте), или только номер страницы (если ссылка повторная). Например: сделки, совершенные с целью, заведомо противной основам правопорядка и нравственности (Гражданский кодекс РФ, ст. 169).

Подстрочные ссылки на источники используют в тексте курсовой работы, когда ссылки нужны по ходу чтения, а внутри текста их разместить невозможно или нежелательно, чтобы не усложнять чтение и не затруднять поиск при наведении справок.

В тех случаях, когда студент-выпускник приводит ссылки в конце каждой страницы своей работы в виде подстрочных ссылок, для связи их с текстом используются знаки сносок в виде цифры. Знак сноски следует располагать в том месте текста, где по смыслу заканчивается мысль автора.

При повторных ссылках полное описание источника дается только при первой сноске. В последующих сносках вместо заглавия приводят условное обозначение, например: «*Указ. соч...*». Если несколько ссылок на один и тот же источник приводятся на одной странице книги или статьи, то в сносках проставляют слова «*Там же*» и номер страницы, на которую делается ссылка.

Первичная подстрочная ссылка включает в себя все обязательные элементы описания книги. Даже если часть элементов (фамилия автора, например) содержится в основном тексте, их рекомендуется повторять в ссылке. При этом знак сноски ставится после цитаты, если поясняющий текст предшествует цитате или включен в ее середину.

За содержание курсовой работы, правильность приведенных данных несет ответственность студент, что удостоверяется личной подписью. Подпись и дата ставятся на последней странице содержательной части, т.е. после Заключения и Списка использованной литературы.

Язык изложения. Главное правило – говорить с аудиторией на ее языке. Аудитория курсовой работы – академическая профессура, следовательно, *стиль изложения – научный.*

Научный стиль обслуживает сферу науки, т.е. сферу человеческой деятельности, функцией которой является выработка и теоретическое осмысление объективных знаний о действительности. Как способ освоения действительности наука отличается стремлением к максимально обобщенному, объективному, обезличенному знанию. Науку характеризует интеллектуально-понятийный образ мышления. *Эти особенности научного познания воплощаются в содержании и отражаются в языковой форме научных произведений. Содержанием научных произведений являются идеи и факты, законы и категории, открытые учеными.*

Не принято использовать местоимение первого лица единственного лица «я», точку зрения автора обычно отражает местоимение «мы», например: *«в ходе исследования нами было установлено, что...», «мы пришли к выводу...», «мы можем утверждать...»* и т.д.

Для того чтобы разнообразить текст, конструкции с местоимением «мы» могут заменяться неопределенно-личными предложениями (*«к проблеме формирования потребительских предпочтений подходят с различных точек зрения»*). Возможно также изложение авторской позиции от третьего лица (*«автор полагает, что...»*) и страдательный залог (*«проанализированы графические элементы логотипа и дизайна упаковки торговой марки»*).

Цель данного научного произведения – доказать истинность выдвинутой *гипотезы*. Поэтому все языковые средства в научном тексте направлены на реализацию двух задач: информативной и воздействующей. Сила воздействия научного текста непосредственно зависит от того, насколько доказательны аргументы, приводимые автором, насколько логично, ясно и точно изложено содержание в научном тексте. При работе с научными текстами следует продемонстрировать умение аналитической обработки текстового материала, а также правильная трактовка понятий (дефиниций), их точность и научная обоснованность. Термины, употребляемые в работе должны быть обоснованными (например, понятия из законов Кыргызской Республики), либо со ссылкой на исследования ученых и практиков, а также являться общепринятыми. Исключения должны составлять только впервые вводимые те или иные научные понятия.

Наиболее характерной особенностью языка письменной научной речи является формально-логическое изложение материала, т.е. построение изложения в форме рассуждений и доказательств. Это достигается с помощью специальных языковых средств выражения логических связей. Среди таких средств следует назвать функциональные связки (преимущественно вводные слова и обороты):

- последовательность развития мысли выражается словами *«вначале», «прежде всего», «затем», «во-первых», «во-вторых», «значит», «итак»* и др.;
- противоречивые отношения — словами *«однако», «между тем», «в то время как», «тем не менее»;*
- причинно-следственные отношения — словами *«следовательно», «поэтому», «благодаря этому», «сообразно с этим», «вследствие этого», «кроме того», «к тому же»;* переход от одной мысли к другой — *«прежде чем перейти к...», «обратимся к...», «рассмотрим», «остановимся на...», «рассмотрев, перейдем к...», «необходимо остановиться на...»* и др.; итог выражается словами *«итак», «таким образом», «значит», «в заключение отметим», «все сказанное позволяет сделать вывод», «подведя итог», «следует сказать»* и др.

Иногда подобные слова дополнительно несут функцию рубрикации текста, поскольку способствуют более глубокому логическому структурированию.

Научный текст отличает прагматическая направленность на конечный результат. Поэтому в курсовой работе словоупотребление должно быть максимально точным,

лишенным специальных стилистических украшений. Такой текст не требует художественности, эпитетов и метафор, эмоциональных средств выражения.

Принципиальную роль в научном тексте играют специальные термины, которые необходимо употреблять в их точном значении, умело и к месту. Текст должен отвечать требованию единства терминологии, т.е. терминологического единообразия. Следует избегать использования терминов-синонимов. Нельзя смешивать терминологию различных наук. Помимо единичных слов-терминов в научном тексте используются устойчивые фразеологические обороты, выступающие в роли терминов, например: *«коммуникативная эффективность»*, *«экономическое регулирование»*, *«целевая аудитория»*, *«маркетинговые коммуникации»* и т.д.

Помимо точности словоупотребления научный текст требует ясности изложения. Еще одним требованием, предъявляемым к научному тексту, является краткость. Это не означает, что предложения в тексте должны быть односложными, не следует использовать слова и выражения, которые не имеют смысловой нагрузки, а также повторы, слова-паразиты, излишнюю конкретизацию.

4. РЕКОМЕНДАЦИИ ПО СОСТАВЛЕНИЮ ТЕКСТА ВЫСТУПЛЕНИЯ НА ЗАЩИТЕ

Успешная защита основана на хорошо подготовленном докладе и яркой убедительной презентации.

В докладе (рассчитанном на 10-12 минут) целесообразно отметить:

- что является предмет изучения;
- чем руководствовался автор работы при раскрытии темы;
- какие методы были использованы при изучении проблемы;
- какие результаты достигнуты в ходе исследования;
- каковы основные выводы и рекомендации по улучшению менеджмента в организации.

В докладе студент должен продемонстрировать личный вклад в разработку выбранной темы (такowymi считаются проведение конкретных исследований, разработка документов, выполнение практических работ и т. д.). В выступлении следует избегать личных местоимения «я», «мною» и т. п.

Более конкретно содержание доклада определяется студентом совместно с научным руководителем. По стилю доклад должен быть кратким, содержательным и точным. Приведенные ниже рекомендации помогут сделать выступление на защите максимально эффективным:

– ни в коем случае *не следует отклоняться от главной темы* выступления: именно она составляет название работы и должна проходить «красной нитью» через весь доклад; несмотря на то, что хочется рассказать о многом, и многое кажется действительно интересным, *следует отделить главное от второстепенного*

– формулировки доклада должны быть *понятными, лаконичными и обоснованными*: следует избегать «заумных» терминов, длинных сложных предложений; в противном случае выступление и его отдельные положения могут быть поняты неоднозначно, что даст повод к дополнительным вопросам со стороны членов комиссии;

– полезно *определить пропорцию между теоретической и практической частями* выступления: практика показывает, что рассказ о проведенном исследовании, его результатах и реальных предложениях воспринимается членами комиссии с гораздо большим интересом, нежели сухое перечисление давно известных теоретических положений;

– целесообразно письменно подготовить тезисы выступления, но *выступать на защите необходимо, не зачитывая текст*, а лишь время от времени «подглядывая» в него;

– настоятельно рекомендуется *наглядная презентация работы* на кафедре принято применение мультимедийного проектора (слайдов, число до 15) и (или) раздаточного материала; это не только экономит время выступающего, но и концентрирует внимание слушателей на наиболее важных моментах.

При подготовке слайдов в POWER POINT настоятельно рекомендуется светлый фон слайда и размер шрифта не менее 24.

– *не надо злоупотреблять цифрами*: их должно быть ровно столько, сколько потребуется для точного описания сути решаемой проблемы; следует помнить, что перегруженность речи цифрами может запутать не только слушателей, но и самого студента;

– *крайне полезно использовать в презентации* графики и диаграммы, наглядно представляющие суть и динамику решаемой управленческой проблемы, а также

результаты практического исследования, проведенного студентом;

– *не следует выносить на слайды и раздаточные материалы непроверенные и неточные цифровые данные, не в полной степени усвоенные термины и положения: в этом случае демонстрационный материал вместо помощи докладчику может спровоцировать такие вопросы членов комиссии, которые могут просто «завалить» студента;*

– *не следует заострять внимание на общеизвестных фактах и положениях, которые не вызовут интереса членов комиссии и не улучшат восприятия выступления;*

– при использовании слайдов и плакатов *не следует подробно описывать их содержание* – достаточно выделить ключевой момент слайда; если у членов комиссии возникнут вопросы относительно того или иного момента наглядного материала, на них можно будет ответить по завершении основного доклада;

– *крайне важен внешний вид студента* (имеет в виду деловая форма одежды - ведь речь идет о защите научной работы студента) и его *психологический настрой и поведение*: несмотря на оправданное волнение, следует вести себя спокойно, уверенно (но не самоуверенно), убедительно;

– *полезно использование таких психологических приемов презентации, как «неожиданность», «юмор», «драматизация», а иногда (в случае абсолютно уверенного владения материалом) и «провокация».*

Структура выступления

Раздел выступления	Продолжительность (мин)	Кол-во слайдов презентации (шт.)
ВВЕДЕНИЕ (обоснование темы исследования – актуальность, объект, предмет исследования, цель, задачи, методы и т.д.)	2,5	10
Краткое содержание работы (выводы по главам)	1,5 – 2	Не менее одного на каждую главу
Результаты опытно-экспериментальной работы (последовательно раскрывает логику проведенного исследования, характеризует каждую главу, при этом особое внимание обращается на готовые результаты, отмечаются также критические сопоставления и оценки)	4 – 6	По необходимости, но не мене, чем 1 слайд в минуту
ЗАКЛЮЧЕНИЕ (основные выводы, дальнейшие перспективы разработки проблемы)	1	1-3

5. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ ЗАЩИТЫ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Защита курсовой работы осуществляется в установленный заместителем декана факультета по учебной работе срок.

Для проведения защиты и оценки курсовой работы назначается комиссия.

Работа оценивается по 100-балльной шкале и складывается из качества текста работы и из качества презентации MS PowerPoint и устного выступления студента.

При выставлении оценок за текст курсовой учитывается:

- объем и качество проведенной работы с научной литературой по теме;
-
- логика структуры и стиль изложения текста;
- собственный анализ и собственные выводы в тексте работы;
- наличие и качество ссылок и сносок (ссылки на источники должны быть оформлены в соответствии с требованиями ГОСТ Р 7.0.5 – 2008).

При выставлении оценок за устное выступление и презентацию учитываются:

- качество подготовленной презентации в MS PowerPoint: оформление, информативность, структура, логика,
- умение студента в устной форме в течение установленного времени обосновать те или иные предположения и представить выводы.
- уровень ответа на вопросы комиссии.

К защите допускаются только те курсовые работы, которые прошли проверку в программе Антиплагиат на кафедрах и процент уникальности которых не ниже 80%.

6. КРИТЕРИИ ВЫСТАВЛЕНИЯ ОЦЕНОК

Оценка «отлично» – раскрытие темы на основе теоретического анализа высказанных в научной литературе мнений и подходов, в том числе по дискуссионным вопросам; умение проводить исследование по избранной проблеме; способность сформулировать свое отношение к исследуемым вопросам; логичная классификация исследуемой проблемы и последовательная структура работы; литературно грамотное изложение материала.

Оценка «хорошо» – студенту не удалось представить все вопросы избранной темы, что по существу сужает ее рамки, требует изменения названия темы, поскольку иначе оно не является вполне оправданным;

Оценка «удовлетворительно» – ряд существенных вопросов избранной темы не освещен в работе; не выдержана логическая последовательность изложения материала; вызывает определенные нарекания изложение работы.

Оценка «неудовлетворительно» – выявление комплекса существенных недостатков.

При выставлении оценок за текст курсовой и выпускной квалификационной работы учитывается:

- объем и качество проведенной работы с научной литературой по теме;
- логика структуры и стиль изложения текста;
- собственный анализ и собственные выводы в тексте работы;
- наличие и качество ссылок и сносок (ссылки на источники должны быть оформлены в соответствии с требованиями ГОСТ Р 7.0.5 – 2008).

При выставлении оценок за устное выступление и презентацию учитываются:

- качество подготовленной презентации в MS PowerPoint: оформление, информативность, структура, логика,
- умение студента в устной форме в течение установленного времени обосновать те или иные предположения и представить выводы.
- уровень ответа на вопросы комиссии.

7. ТИПИЧНЫЕ ОШИБКИ ПРИ НАПИСАНИИ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

- Содержание работы не отвечает плану курсовой работы и не раскрывает тему полностью.
- Формулировка глав (разделов / подразделов) сделана неудачно и не отражает реальную проблемную ситуацию, состояние объекта.
- Цель исследования не связана с проблемой, сформулирована абстрактно и не отражает специфику объекта и предмета исследования.
- Несоответствие содержания и формы, т.е. несовпадение основного текста и выводов как по главам, так и в целом по работе.
- Работа выполнена несамостоятельно.
- Не сделан глубокий и всесторонний анализ современных официальных и нормативных документов, новой специальной литературы по теме исследования.
- Аналитический обзор отечественных и зарубежных публикаций по теме работы имеет форму аннотированного списка и не отражает уровня исследования проблемы.
- Отсутствие собственных оценок, мыслей для восприятия.
- Не раскрыты содержание и организация экспериментального исследования, например, отсутствие или слабый литературный анализ сценария, литературный и режиссерский сценарии не раскрывают тему, в раскадровке основные детали представлены плохо или не представлены совсем, постановочный проект команда рекламного проекта не сработалась, что и сказалось на качестве работы – рекламного видеоролика и пр., поверхностно освещены практические вопросы.
- Отсутствие аргументированных выводов, обоснованных рекомендаций и предложений или конечный результат не отвечает цели исследования, выводы не отвечают поставленной задаче.
- Отсутствие ссылок на первоисточники (исследования) ученых, практиков и другие цитируемые источники; нет ссылок на те работы, из которых заимствован материал.
- Стиль изложения в исследовании разговорный.
- Библиографическое описание источников в списке использованной литературы приведено произвольно, без соблюдения требований государственного стандарта.
- Объем и оформление работы не отвечают требованиям, работа выполнена неаккуратно, с ошибками.

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**КЫРГЫЗСКО-РОССИЙСКИЙ СЛАВЯНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМ. ПЕРВОГО ПРЕЗИДЕНТА РОССИИ Б.Н. ЕЛЬЦИНА**

**Кафедра рекламы и связи с общественностью
Гуманитарный факультет**

КУРСОВАЯ РАБОТА НА ТЕМУ:

**по курсу «Разработка и технологии изготовления
рекламной продукции»**

**Особенности социальной рекламы по предупреждению
дорожно-транспортных происшествий**

**Выполнил студент группы
ГР-2-11
Григорьева Ольга Анатольевна**

(подпись)

**Руководитель
к.и.н., доц.
Горина Ирина Владимировна**

(подпись)

БИШКЕК 2015

*Образец оформления «Оглавления» творческой курсовой работы на тему
«Особенности социальной рекламы по предупреждению дорожно-транспортных
происшествий»*

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ3
ГЛАВА 1. ОСНОВЫ СОЗДАНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ5
1.1. Социальная реклама: понятие, функции и назначение5
1.2. Социальная реклама и специфика коммуникации12
ГЛАВА 2. ЭТАПЫ ПРОИЗВОДСТВА СОЦИАЛЬНОГО ВИДЕОФИЛЬМА20
2.1. Подготовительный этап создания видеоролика – литературный, режиссерский сценарии, раскадровка20
2.2. Производственный процесс и технические параметры в создании социальной рекламы32
ЗАКЛЮЧЕНИЕ44
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ46
ПРИЛОЖЕНИЕ48

РЕЧЕВЫЕ КЛИШЕ ОФОРМЛЕНИЯ НАУЧНОГО ТЕКСТА

<i>Речевая задача</i>	<i>Словесное оформление</i>
Активизация внимания. актуализация	Выделим, отметим, подчеркнем, заметим, важно отметить и пр.
Выражение причинно-следственных и условно- следственных отношений	И поэтому, потому, так как Поскольку Отсюда, откуда следует
	В результате
	В силу, ввиду этого
	В зависимости от
	В связи с этим, согласно этому
	В таком, в этом случае
	В этих, при таких условиях
	(а) если (же)..., то... Что свидетельствует, указывает, говорит, соответствует, дает возможность, позволяет, способствует, имеет значение и т.д.
Временная соотносительность и порядок изложения	Сначала, прежде всего, в первую очередь; Одновременно, в то же время, здесь же; Наряду с этим Предварительно, ранее, выше Еще раз, снова, вновь Затем, далее, потом, ниже, в дальнейшем, в последующем, впоследствии; В настоящее время, до настоящего времени В последние годы, за последние годы Во-первых. во-вторых...
Сопоставление и противопоставление	Как..., так и ; так же. как и... Не только. но и ... По сравнению; если..., то... В отличие, в противоположность, наоборот Аналогично. так же, таким же образом; С одной стороны, с другой стороны; Аналогичный (идентичный); По сравнению с..;
Дополнение или уточнение	В то время как, между тем, вместе с тем, также и, причем (притом) При этом, тем не менее, вместе с тем Кроме того, сверх, более того Главным образом, особенно... Тем более что... В том числе, в случае, то есть, а именно...; В дополнение к...;

	В остальном Вдобавок К тому же...
Ссылка на предыдущее высказывание	Как было сказано (упомянуто, отмечено, установлено. получено. обнаружено); Как говорилось (подчеркивалось, указывалось, отмечалось) выше; В соответствии с этим, в связи с этим; В связи с вышеизложенным
Обобщение, вывод	Наконец. в заключение, итак, таким образом Отсюда (из этого) следует (вытекает, понятно. ясно); Это свидетельствует Это позволяет сделать вывод Тем самым
Иллюстрация сказанного, пример	Например: Например,... Так,... В частности,... В качестве примера можно привести... Приведем несколько примеров... Проиллюстрируем это примером...
Выражение необходимости	Следует. необходимо, нужно, надо, можно рассмотреть...

Источник: Кузин Ф.А. Диссертация: Методика написания. Правила оформления. Порядок защиты. Практическое пособие для докторантов. аспирантов и магистрантов. – М.: Ось-89, 2001. – С. 143–146.

ЛИТЕРАТУРНЫЙ СЦЕНАРИЙ ВИДЕОРОЛИКА

Пример 1.

Стоит ясная солнечная погода. На чистом асфальте тормозит блестящая иномарка. Из автомобиля выходит молодой мужчина. Он закрывает дверь машины и некоторое время стоит, глядя на вывеску «КАЗИНО», которая светится над входом в здание на противоположной стороне улицы. Мужчина одет с иголочки: белая рубашка, элегантный костюм-тройка, стильная обувь. Он смотрит вперед, улыбаясь голливудской улыбкой, он чувствует себя «хозяином жизни». Затем мужчина медленной и важной поступью входит в дверь здания с яркой вывеской «КАЗИНО».

В казино — суета: игроки делают ставки, вращается рулетка, прыгает шарик, крупье перемешивает колоду карт, раздаёт игрокам.

Молодой человек выходит из казино. Его внешний вид резко изменился: волосы взъерошены, мятая рубашка навывпуск застегнута на пару пуговиц; он медленно с опущенной головой бредет по улице и, не зная, куда ему идти, садится на бордюр тротуара. Так он сидит, обхватив голову руками. Затем он поворачивает голову и видит сидящего рядом с собой плохо одетого ребенка с голодными глазами и протянутой к нему ручкой. Мужчина в порыве опускает руку в карман, но вспоминает, что у него нет ни копейки, виновато пожимает плечами. Он с раскаянием смотрит в большие, ясные глаза ребенка, а ребенок с надеждой смотрит на него.

Пример 2.

Поздний вечер. На улице темно.

Общий план: проезжая часть, автобусная остановка. По улице идут люди. К остановке подъезжает автобус, останавливается и отъезжает. Автобус на одну секунду приближается и снова удаляется. Автобус приближается, у него загораются фары. На этом фоне появляется надпись: «Скажи наркотикам НЕТ».

Следующий план. Молодые люди на вечеринке (в кафе или на дискотеке), в группах по несколько человек. Они общаются между собой чем-то обмениваются. Звучит медленная мелодия. Голос молодого человека за кадром: «Достало меня все. Родители грузят каждый день, с девчонкой своей разругался. Они говорят, что все это мелочи, так сказать, нужно хапнуть героина и все будет ОК».

Улица. Ночь. Тротуар и половина проезжей части. Несколько молодых людей спиной к нам удаляются вглубь кадра. Загораются фары автобуса, медленно гаснут. На их фоне появляется надпись: «Скажи наркотикам НЕТ».

Парень в невменяемом состоянии. Чьи-то руки держат его за плечи, сажают на стул. Парень вырывается. Мимо проходит человек в белом халате (этот кадр повторяется 2 раза). Звучит вступление из песни «Полчаса» группы «Тату» (длится до конца ролика).

Улица. Два врача везут каталку в больницу. На каталке лежит человек, накрытый простыней (черно-белая съемка).

Автобус (вид спереди). У него зажимаются фары и медленно гаснут. Появляется надпись: «Скажи наркотикам НЕТ».

Литературный анализ сценария

Обоснование выбора темы и ее актуальность

Проблема наркомании очень актуальна не только для России, но и для Кыргызстана. Как показывает статистика, наркоманом потенциально может стать каждый

(в то время как, например, к алкоголизму 15% населения предрасположены изначально). На этом фоне наркомания среди молодежи и особенно подростков выглядит ужасающе.

Исследователи, исходя из распространенности юношеской наркотизации, полагают особую уязвимость подросткового возраста по отношению к наркомании. Достаточными объяснениями наркотизации в этом жизненном периоде считаются обособление от взрослых, агрессивность к обществу, воспринимаемому как враждебное, солидарность с возрастной группой, поиск чувственных впечатлений, сексуального опыта и даже познавательные интеллектуальные побуждения подростков. И конечно, подростки не представляют себе всех последствий приема наркотиков. Они не собираются становиться наркоманами. Но проблема заключается в том, что наркотизация не ограничивается первым приемом наркотика, а продолжается.

Однако, при отсутствии строгого контроля за производством и потреблением наркотических веществ в обществе, при существовании так называемого черного рынка наркотика становятся легкодоступными и привлекательными для многих подростков.

Тема

Тема ролика — проблема наркомании среди молодежи. Губительные, страшные последствия применения наркотиков, непоправимый вред здоровью, искаленные судьбы, сломанные жизни наркоманов, их близких и родных людей.

Наркомания — это болезнь. Болезнь не конкретного человека, а целого общества. Безразличие окружающих, одиночество, непонимание, проблемы в семье и личной жизни толкают молодежь на обманчивый путь, который «обещает» разрешить все проблемы.

Но день за днем наркоманы все глубже увязают в этой болезни, а связанные с ней проблемы усугубляются: следует потеря семьи, работы, исключение из учебного заведения; нарушение закона, ВИЧ, гепатиты, личностная и социальная деградация. По сути дела, к таким последствиям приводит непонимание человеком опасности приема наркотиков, хотя все знают, что наркотики — это плохо, что они ломают жизнь, что от них можно умереть.

Идея

Наркотики — это зло. Молодые люди, сами не желая того, становятся наркоманами. Они сами тяжело страдают и причиняют страдания бесчисленному множеству других людей. Наркомания наносит вред не только больному, но и обществу в целом. Заболевший исключается из созидательной деятельности, так как становится физическим и психическим инвалидом и его интересы сосредоточены на одном — как достать следующую порцию наркотического вещества. Наступающее снижение психических функций и ситуация социального конфликта, в которой оказывается наркоман (необходимость лжи, противозаконного добывания наркотика), ведут к глубокой нравственной деградации личности заболевшего и преступному поведению. С наркоманией необходимо бороться обществу в целом и каждому человеку в отдельности.

Адресность

Проблема наркомании очень остро стоит среди молодежи. Именно поэтому целевая аудитория моего ролика — молодые люди в возрасте от 15 до 25 лет, учащиеся школ, лицеев, среднетехнических учреждений, вузов и т.д. Именно эта аудитория наиболее подвержена вредному, а подчас и губительному влиянию наркотиков. Молодежь должна знать, что эйфория, появляющаяся после приема наркотика, быстро проходит, и наступают тяжелые последствия. Широкая распространенность наркотических веществ, их доступность толкает молодежь на обманчивый путь, сойти с которого очень нелегко. Именно поэтому государство, учебные заведения, СМИ должны проводить специальные акции, чтобы оградить молодежь от вредного влияния наркотиков.

Жанр

Тематика ролика сама определяет его жанр — это трагедия. Трагедия конкретного человека и трагедия социума. Из-за наркотиков ломаются человеческие судьбы, гибнут люди.

Наркомания среди молодежи часто возникает как результат «экспериментирования», неразумного любопытства. И это страшно. Как страшны последствия приема наркотиков.

На физиологическом уровне это расстройства деятельности многих органов и систем организма, на психологическом уровне это глубокая деградация личности, на социальном — преступное поведение.

В нашем ролике показан парень, чья жизнь разрушена наркотиками. Можно сказать, что его больше нет с нами. Он ушел из жизни, как уходят сотни его сверстников.

ОФОРМЛЕНИЕ ВТОРОЙ ГЛАВЫ

ЛИТЕРАТУРНЫЙ СЦЕНАРИЙ ВИДЕОРОЛИКА

тема: «Особенности социальной рекламы по предупреждению дорожно-транспортных происшествий»

Бакыт, Александр и Алексей - давние друзья. Каждый достиг больших успехов в карьере. Бакыт и Алексей занимались банковским бизнесом. Александр, переехав в Германию, открыл частное судостроение.

Осенью 2013 года, спустя пять лет, он приезжает в Бишкек на деловые переговоры. Решив все свои дела, Александр договорился встретиться со своими давними друзьями. Встреча была назначена на 18.00 часов в одном из баров столицы.

В назначенное время Бакыт и Алексей подъехали в бар, а Александр задерживался, оповестив об этом друзей смс – сообщением: «Ребят, я в пробке. Скоро буду».

Бакыт и Алексей заказали виски «CHIVAS» и стали выпивать за встречу. Вскоре подъехал Александр и вошел в бар. Увидев своих друзей, он направился к ним.

К этому времени Бакыт и Алексей были уже изрядно выпившие. Александр подошел к столику и, улыбаясь, сказал: «Ничего не изменилось». Друзья обернулись и радостно встретили своего долгожданного друга крепким рукопожатием.

Теперь, когда вся компания была в сборе, Бакыт и Алексей стали настойчиво предлагать Александру выпить вместе с ними. Сначала он отказывался, ссылаясь на то, что не пьет за рулем. «Я не буду, я за рулем. Еще на встречу ехать сегодня. Мне проблемы с ментами не нужны», - сказал Александр.

В ответ на это Алексей эмоционально заявил: « Да успокойся, братан, все будет нормально, я отвечаю. Если тебя остановят, позвони мне, я все разведу. У меня есть связи». Поддавшись на уговоры своих друзей, Александр начал выпивать вместе с ними.

В баре было много людей, играла зажигательная музыка, друзья веселились и общались, не замечая времени. Каждый из них рассказывал, как сложилась его жизнь. Как оказалось, к этому времени только у Алексея была жена, сын и они скоро ожидали пополнение в своей семье. Он показывал семейные фотографии на своем телефоне, и друзья были очень рады за него.

Их общение прервал телефонный звонок Александру. Он уже опаздывал на встречу с деловыми партнерами, и ему было необходимо срочно уехать. Александр предупредил своих друзей, что вернется к ним, как только уладит свои дела.

Под действием алкоголя он резко срывается с места и на высокой скорости летит по дороге в состоянии эйфории, мысленно пребывая еще в атмосфере встречи с друзьями, и полностью не осознает, что пора переключить своё внимание на движение вокруг. Александр не заметил, как нарушил правила дорожного движения, превысив скорость на глазах у сотрудников ДПС.

Увидев грубое нарушение, они немедленно остановили Александра. Милиционер, подойдя к машине Александра, потребовал выйти его и предъявить документы. Во время разговора сотрудник ДПС почувствовал запах алкоголя от Александра и попросил проехать с ним.

Сильно опаздывая на встречу, Александр набрал номер Алексея: «Леха, брат, разругали ситуацию. Меня остановили. Я опаздываю на встречу». И поспешил передать

телефон милиционеру. Тот после разговора отдал документы и отпустил Александра, сказав: «Не нарушайте правила. Внимательней на дороге!». Довольный Александр, по-прежнему превышая скорость, поспешил на встречу.

В это время с детского сада возвращались домой беременная жена Алексея с ребенком. Внимательно посмотрев по сторонам, они пошли через дорогу.

Александр, полностью погруженный в мысли и расслабленный под влиянием алкоголя мчится по дороге. Последнее, что успела сделать женщина, заметив мчащуюся машину-это оттолкнуть свою доченьку в сторону. Слишком поздно Александр замечает женщину с ребенком, страшный скрежет тормозов и сильный удар об капот... хрупкое тело женщины подлетело в воздухе и упало наземь. Ребёнок, с полными слез глазами, испуганно смотрел на неподвижное тело матери, ожидая, что она вот-вот встанет, подойдет к нему и обнимет. Шокированные от произошедшего окружающие вызывают скорую помощь и сотрудников ГАИ.

Подъехавшая бригада скорой помощи констатировала смерть женщины. Накрыв тело белой простыней, увели ребенка с места происшествия. Сотрудник ГАИ, приехавший на место происшествия, выходит из машины, и видит, что виновник – Алексей, которого он пару минут назад отпустил за правонарушение. Их взгляды встретились...

Инспектор ГАИ осматривая место происшествия, обнаружил телефон погибшей, в котором было много пропущенных звонков от мужа. Инспектор позвонил на номер мужа, сообщил о трагедии, указал место происшествия и попросил приехать на опознание тела.

У Алексея начинается истерика, он не в силах себя контролировать, скидывает в बारे со стола все, что попадает под руки. Бакыт, не понимая ситуации, пытается его успокоить. Они выскакивают из бара, и прыгают в первое попавшееся такси, приезжают к месту, указанному инспектором ГАИ, Алексей бежит к телу женщины, и узнает свою жену. Слезы хлынули из глаз, он начинает судорожно ее трясти, пытаясь привести в чувства, и понимая, что все бесполезно, начинает бить кулаками об асфальт и кричать... «Кто... кто .. виноват?» .

На миг Алексей представил, что всё могло бы быть иначе.....

По статистике в мире каждые 17 минут гибнут люди в результате ДТП.

Когда вся компания была в сборе, Бакыт и Алексей стали настойчиво предлагать Александру выпить вместе с ними. Сначала он отказывался, ссылаясь на то, что не пьет за рулем. «Я не буду, я за рулем. Еще на встречу ехать сегодня. Мне проблемы с ментами не нужны», - сказал Александр.

В ответ на это Алексей эмоционально заявил: « Да успокойся, братан, все будет нормально, я отвечаю. Если тебя остановят, позвони мне, я все разведу. У меня есть связи».

Но на все уговоры друзей Александр отвечал отказом: «Ребята, я очень рад вас видеть, но все же НЕТ!».

Посидев немного с друзьями, Александру позвонил партнер, который ждал его в другом месте. Попрощавшись с друзьями, Александр покинул их.

Внимательно следя за дорогой, не нарушая правила дорожного движения, он ехал на место встречи. На пешеходном пешеходе пропустил беременную женщину с ребенком и благополучно продолжил путь.

Слоган: «Жизнь одна, дорог много – берегите себя».

I. РЕЖИССЕРСКИЙ СЦЕНАРИЙ ВИДЕОРОЛИКА

тема: «Особенности социальной рекламы по предупреждению дорожно-транспортных происшествий»






Эпизоды	Визуальная часть	Аудиальная часть
1	Средний план. В назначенное время Бакыт и Алексей подъехали в бар. Александр задерживался. Они заказали виски и стали выпивать за встречу	Evanescence My Immortal
2	Крупный план. Вскоре подъехал Александр и вошел в бар. Увидев своих друзей, он направился к ним	
3	Средний план. Теперь, когда вся компания была в сборе, Бакыт и Алексей стали настойчиво предлагать Александру выпить вместе с ними. Сначала он отказывался, ссылаясь на то, что не пьет за рулем	
4	Крупный план. Поддавшись на уговоры своих друзей, Александр начал выпивать вместе с ними	
5	Средний план. Друзья веселились и общались, не замечая времени. Каждый из них рассказывал, как сложилась его жизнь. Как оказалось, к этому времени только у Алексея была жена, дочь и они скоро ожидали пополнение в своей семье. Он показывал семейные фотографии на своем телефоне	
6	Крупный план. Их общение прервал телефонный звонок Александру. Он уже опаздывал на встречу с деловыми партнерами, и ему было необходимо срочно уехать	Evanescence My Immortal
7	Средний план. Под действием алкоголя он резко срывается с места и на высокой скорости летит по дороге в состоянии эйфории	
8	Крупный план. Александр не заметил, как нарушил правила дорожного движения, превысив скорость на глазах у сотрудников ГАИ. Увидев грубое нарушение, они немедленно остановили	

	Александра.	
9	Крупный план. Милиционер, подойдя к машине Александра, потребовал выйти его и предъявить документы. Во время разговора сотрудник ГАИ почувствовал запах алкоголя от Александра и попросил проехать с ним.	
10	Крупный план. Сильно опаздывая на встречу, Александр набрал номер Алексея	Evanescence My Immortal
11	Крупный план. Сотрудник ГАИ после разговора отдал документы и отпустил Александра	
12	Средний план. Довольный Александр, по-прежнему превышая скорость, поспешил на встречу	
13	Средний план. В это время с детского сада возвращались домой беременная жена Алексея с ребенком.	Evanescence My Immortal
14	Крупный план. Слишком поздно Александр замечает женщину с ребенком, страшный скрежет тормозов и сильный удар об капот... хрупкое тело женщины подлетело в воздухе и упало наземь.	
15	Крупный план. Последнее, что успела сделать женщина, заметив мчащуюся машину-это оттолкнуть свою доченьку в сторону.	
16	Крупный план. Ребёнок, с полными слез глазами, испуганно смотрел на неподвижное тело матери, ожидая, что она вот-вот встанет, подойдет к нему и обнимет.	
17	Крупный план. Подъехавшая бригада скорой помощи констатировала смерть женщины. Накрыв тело белой простыней.	
18	Крупный план. Сотрудник ГАИ, приехавший на место происшествия, выходит из машины, и видит, что виновник – Алексей, которого он пару минут назад отпустил за правонарушение.	
19	Крупный план. Их взгляды встретились...	
20	Средний план. Инспектор ГАИ осматривая место происшествия, обнаружил телефон погибшей, в котором было много пропущенных звонков от мужа. Инспектор позвонил на номер мужа, сообщил о трагедии, указал место	

	происшествия и попросил приехать на опознание тела.		
21	Средний план. У Алексея начинается истерика, он не в силах себя контролировать, скидывает в баре со стола все, что попадает под руки. Бакыт, не понимая ситуации, пытается его успокоить.	Evanescence My Immortal	
22	Средний план. Они выскакивают из бара, и прыгают в первое попавшееся такси, приезжают к месту, указанному инспектором ГАИ.		
23	Крупный план. Алексей бежит к телу женщины, и узнает свою жену. Слезы хлынули из глаз, он начинает судорожно ее трести, пытаясь привести в чувства.		
24	Крупный план. На миг Алексей представил, что всё могло бы быть иначе.....		
25	Средний план. По статистике в мире каждые 17 минут гибнут люди в результате ДТП.		
26	Крупный план. Когда вся компания была в сборе, Бакыт и Алексей стали настойчиво предлагать Александру выпить вместе с ними.		
27	Крупный план. Но на все уговоры друзей Александр отвечал отказом.		
28	Средний план. Посидев с друзьями, Александру позвонил партнер, который ждал его в другом месте. Попрощавшись с друзьями, Александр покинул их.		
29	Средний план. Внимательно следя за дорогой, не нарушая правила дорожного движения, он ехал на место встречи.		Evanescence My Immortal
30	Крупный план. На пешеходном пешеходе пропустил беременную женщину с ребенком и благополучно продолжил путь.		
31	Крупный план. Слоган «Жизнь одна, дорог много – берегите себя».		

II. РАСКАДРОВКА





Описание видеоряда	Зарисовка	Аудио
<p>Средний план. Алексей сидит в баре. Заходит Бакыт и они вместе выпивают, ожидая Александра, который задерживался.</p>	 <p>Время: 3 сек</p>	<p>Evanescence My Immortal</p>
<p>Крупный план. Вскоре подъехал Александр и вошел в бар. Увидев своих друзей, он подошел к ним.</p>	 <p>Время: 10 сек</p>	
<p>Крупный план. Вся компания в сборе. Друзья общаются, веселятся, выпивают. Алексей показывает на телефоне свои семейные фото.</p>	 <p>Время: 17 сек</p>	
<p>Крупный план. Бакыт и Алексей настойчиво уговаривают Александра выпить но он сначала отказывается, ссылаясь на то что за рулем. Но поддавшись на уговоры Александр выпивает вместе с друзьями.</p>	 <p>Время: 39сек</p>	
<p>Крупный план. Звонок Александру. Он опаздывал на встречу и вынужден уехать.</p>	 <p>Время: 43 сек</p>	


<p>Крупный план. Александр прощается с друзьями и покидает бар.</p>	 <p>Время: 46 сек</p>	<p>Evanescence My Immortal</p>	
<p>Крупный план. Выпивший Александр летит по дороге на высокой скорости в состоянии эйфории.</p>	 <p>Время: 55 сек</p>		
<p>Крупный план. Александра останавливают сотрудники ДПС за превышение скорости.</p>	 <p>Время: 59 сек</p>		
<p>Крупный план. Александр выходит из машины и сотрудник ДПС просит предъявить документы и дыхнуть т.к. от него пахло алкоголем.</p>	 <p><small>Сотрудник ДПС разговаривает с автомобилистом © Елена Норманская / Фотограм. Ларин</small></p> <p>Время: 1:03 сек</p>	<p>Evanescence My Immortal</p>	
<p>Средний план. В это время с детского сада возвращались домой беременная жена Алексея с ребенком.</p>	 <p>Время: 1:30 сек</p>		





<p>Крупный план. Александр поздно замечает женщину с ребенком. Женщина заметив мчащуюся машину оттолкнула свою доченьку в сторону. Сильный удар об капот...хрупкое тело женщины лежит на земле.</p>	 <p>Время: 1:37 сек</p>	<p>Evanescence My Immortal</p>
<p>Крупный план. Ребенок от испуга заплакал и от страха закрыл руками глаза.</p>	 <p>Время: 1: 46 сек</p>	
<p>Крупный план. Подъехавшая скорой помощи констатировала смерть женщины. Накрыв тело белой простыней.</p>	 <p>Время : 1: 48 сек</p>	
<p>Крупный план. Прибывший на место происшествия сотрудник ДПС находит телефон погибшей и набирает номер мужа чтобы сообщить о трагедии.</p>	<p>Время: 2:05 сек</p> 	
<p>Крупный план. Алексей поднимает трубку и узнает о трагедии, которая случилась с его женой.</p>	 <p>Время: 2:13 сек</p>	






<p>Крупный план. Алексей в ужасе скидывает со стола все что попало под руку и они вместе с Бакытом выбегают из бара.</p>	 <p>Время: 2:16 сек</p>	<p>Evanescence My Immortal</p>
<p>Крупный план. Когда вся компания была в сборе, Бакыт и Алексей стали настойчиво предлагать Александру выпить вместе с ними. Но на все уговоры друзей Александр отвечал отказом.</p>	 <p>Время: 2:43 сек</p>	
<p>Крупный план. Александр вынужден покинуть своих друзей из за деловой встречи. Он прощается с друзьями и уезжает.</p>	 <p>Время: 2:53 сек</p>	<p>Evanescence My Immortal</p>
<p>Средний план. Внимательно следя за дорогой, не нарушая правил на пешеходном переходе он пропускает беременную женщину с ребенком и продолжает путь.</p>	 <p>Время: 2:58 сек</p>	
<p>Слоган «Жизнь одна, дорог много – берегите себя».</p>	<p>Титры Время: 3:00 сек</p>	

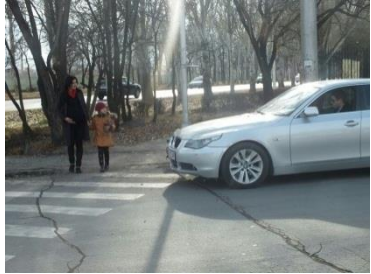
III. ФОТОРАСКАДРОВКА

Описание видеоряда	Зарисовка	Аудио
<p>Средний план. Алексей сидит в баре, разговаривает по телефону. Заходит Бакыт и они вместе выпивают, ожидая Александра, который задерживался.</p>	 <p>Время: 3 сек</p>	<p>Evanescence My Immortal</p>
<p>Крупный план. Вскоре подъехал Александр и вошел в бар. Увидев своих друзей, он подошел к ним.</p>	 <p>Время: 10 сек</p>	<p>Evanescence My Immortal</p>
<p>Крупный план. Вся компания в сборе. Друзья общаются, веселятся, выпивают. Алексей показывает на телефоне свои семейные фото.</p>	 <p>Время: 17 сек</p>	<p>Evanescence My Immortal</p>
<p>Крупный план. Бакыт и Алексей настойчиво уговаривают Александра выпить но он сначала отказывается, ссылаясь на то что за рулем. Но поддавшись на уговоры Александр выпивает вместе с друзьями.</p>	 <p>Время: 39сек</p>	<p>Evanescence My Immortal</p>

<p>Крупный план. Звонок Александру. Он опаздывал на встречу и вынужден уехать.</p>	 <p>Время: 43 сек</p>	<p>Evanescence My Immortal</p>
<p>Крупный план. Александр прощается с друзьями и покидает бар.</p>	 <p>Время: 46 сек.</p>	<p>Evanescence My Immortal</p>
<p>Крупный план. Выпивший Александр летит по дороге на высокой скорости в состоянии эйфории.</p>	 <p>Время: 55 сек</p>	<p>Evanescence My Immortal</p>
<p>Крупный план. Александра останавливают сотрудники ДПС за превышение скорости.</p>	 <p>Время: 59 сек</p>	<p>Evanescence My Immortal</p>
<p>Крупный план. Александр выходит из машины и сотрудник ДПС просит предъявить документы и дыхнуть т.к. от него пахло алкоголем.</p>	 <p>Время: 1:03 сек</p>	<p>Evanescence My Immortal</p>
<p>Крупный план. Сильно опаздывая на встречу, Александр набрал номер Алексея .</p>		<p>Evanescence My Immortal</p>

	 <p style="text-align: center;">Время: 1:10 сек</p>	
<p>Средний план. В это время с детского сада возвращались домой беременная жена Алексея с ребенком.</p>	 <p style="text-align: center;">Время: 1:30 сек</p>	Evanescence My Immortal
<p>Крупный план. Александр поздно замечает женщину с ребенком. Женщина, заметив мчащуюся машину, оттолкнула свою доченьку в сторону. Сильный удар об капот... хрупкое тело женщины лежит на земле.</p>	 <p style="text-align: center;">Время: 1:37 сек</p>	Evanescence My Immortal
<p>Крупный план. Ребенок от испуга заплакал и от страха закрыл руками глаза.</p>	 <p style="text-align: center;">Время: 1: 46 сек</p>	Evanescence My Immortal
<p>Крупный план. Подъехавшая бригада скорой помощи констатировала смерть женщины. Накрыв тело белой простыней.</p>		Evanescence My Immortal

	 <p data-bbox="711 488 962 517">Время : 1: 48 сек</p>	
<p data-bbox="225 524 576 779">Крупный план. Прибывший на место происшествия сотрудник ДПС находит телефон погибшей и набирает номер мужа, чтобы сообщить о трагедии.</p>	 <p data-bbox="724 891 951 920">Время: 2:05 сек</p>	<p data-bbox="1070 667 1445 696">Evanescence My Immortal</p>
<p data-bbox="225 931 600 1070">Крупный план. Алексей поднимает трубку и узнает о трагедии, которая случилась с его женой.</p>	 <p data-bbox="724 1258 951 1288">Время: 2:13 сек</p>	<p data-bbox="1070 1077 1445 1106">Evanescence My Immortal</p>
<p data-bbox="225 1299 600 1473">Крупный план. Алексей в ужасе скидывает со стола все что попало под руку и они вместе с Бакытом выбегают из бара.</p>	 <p data-bbox="724 1630 951 1659">Время: 2:16 сек</p>	<p data-bbox="1070 1368 1445 1397">Evanescence My Immortal</p>
<p data-bbox="225 1666 600 1921">Крупный план. Алексей бежит к телу женщины, и узнает свою жену. Слезы хлынули из глаз, он начинает судорожно ее трясти, пытаясь привести в чувства.</p>	 <p data-bbox="724 1998 951 2027">Время: 2:26 сек</p>	<p data-bbox="1070 1809 1445 1839">Evanescence My Immortal</p>

<p>По статистике в мире каждые 17 минут гибнут люди в результате ДТП.</p>	<p>Титры Время: 2:38 сек</p>	<p>Evanescence My Immortal</p>
<p>Крупный план. Когда вся компания была в сборе, Бакыт и Алексей стали настойчиво предлагать Александру выпить вместе с ними. Но на все уговоры друзей Александр отвечал отказом.</p>	 <p>Время: 2:43 сек</p>	<p>Evanescence My Immortal</p>
<p>Крупный план. Александр вынужден покинуть своих друзей из за деловой встречи. Он прощается с друзьями и уезжает.</p>	 <p>Время: 2:53 сек</p>	<p>Evanescence My Immortal</p>
<p>Средний план. Внимательно следя за дорогой, не нарушая правил на пешеходном переходе, он пропускает беременную женщину с ребенком и продолжает путь.</p>	 <p>Время: 2:58 сек</p>	<p>Evanescence My Immortal</p>
<p>Слоган «Жизнь одна, дорог много – берегите себя».</p>	<p>Титры Время: 3:00 сек</p>	<p>Evanescence My Immortal</p>

IV. ПОСТАНОВОЧНЫЙ ПРОЕКТ ВИДЕОРОЛИКА

Тема социального ролика: дорожно-транспортное происшествие

Идея социального ролика: алкоголь за рулем приводит к тяжким последствиям.
«Жизнь одна, дорог много – берегите себя».

Сверхзадача: показать водителям, к каким последствиям может привести езда за рулем в нетрезвом состоянии.

Конфликт: развитие событий в 2х вариантах: если водитель выпивает и садиться за руль – последствия, и если водитель не пьет за рулем как может сложиться ситуация. А затем следует выбор, который человек делает для себя сам. Происходит внутри личностный конфликт.

Событийный ряд:

Исходное событие: ожидание друга и долгожданная встреча друзей.

Основное событие: друзья уговаривают выпить своего товарища, который за рулем.

Центрально событие: происходит дорожно-транспортное происшествие по вине выпившего водителя.

Финальное событие: смерть девушки, которую сбил один из выпивших парней, которая оказалась женой его друга.

Главное событие: алкоголь за рулем приводит к страшным последствиям, которые уже никогда невозможно будет исправить.

Исходное предлагаемое обстоятельство: беззаботное отношение к своей жизни и жизни других людей и твой выбор выпивать за рулем.

Ведущее предлагаемое обстоятельство: твердый отказ от спиртного, если ты за рулем.

Сквозное действие: решение водителя о выборе для себя пить или не пить за рулем.

Художественный образ: противостояние борьба-победа, показ жизненной ситуации.

Жанр: рекламный видеоклип

V. ПРОИЗВОДСТВО ТЕЛЕВИЗИОННОЙ РЕКЛАМЫ

Вид работы	Социальный рекламный ролик
Ключевое сообщение	По статистике в мире каждые 17 минут гибнут люди в результате ДТП
Слоган	«Жизнь одна, дорог много – берегите себя»
Целевая аудитория	Ролик направлен на две целевые аудитории. С одной стороны, на пешеходов, которые должны быть предельно внимательны на дорогах. С другой стороны, С другой стороны, ролик напоминает водителям: пропустите пешехода и о запрете алкоголя за рулем.
Ожидаемая реакция	Выразить нужную эмоцию и, в конце концов, добиться необходимого результата — снижения смертности в ДТП. Ролик заденет каждого. Соблюдать правила дорожного движения – признак взрослого ответственного человека, который заботится о своем будущем, о будущем своих детей и о будущем своей страны.
Версии ролика	Длительность ролика – 3.30 мин Количество эпизодов – 31 Формат ролика – рекламное видео Тип сюжета – информационный Эмоциональные приемы - шок
Формат съемочного материала	Размер кадра – 16:9 Разрешение материала – 1920x1080
Формат файлов для архива Клиента	DVDсо всеми версиями ролика
Требования к режиссерскому тритменту, раскадровке	В соответствии со стандартными требованиями
Музыкальное сопровождение	Evanescence My Immortal
Костюмы, реквизит	форма МВД, медицинский халат, красная краска, кетчуп
Актеры	В ролике и фотосессии присутствует 8 актера
Сценарий	Разработка идеи и сценария
Необходимость перевода	Нет

VI. КОМАНДА РЕКЛАМНОГО ПРОЕКТА – СТУДЕНТЫ

Креативная группа:

Григорьева Ольга, Першина Ирина, Перфильева Екатерина, Цой Вера.

- ✓ *Копирайтер* – Перфильева Екатерина.
- ✓ *Художественный директор (арт-директор)* - Цой Вера.
- ✓ *Режиссер-постановщик* – Григорьева Ольга.

На съемках режиссеру-постановщику помогают *ассистенты* - Першина Ирина, Перфильева Екатерина, Цой Вера.

- ✓ *Оператор* – Першина Ирина.
- ✓ *Художник-постановщик* – Цой Вера.
- ✓ *Звукооператор* – Перфильева Екатерина.

Кроме того на съемках присутствовали:

- *костюмеры, гримеры* – Григорьева Ольга, Першина Ирина, Перфильева Екатерина, Цой Вера.

- *консультанты* – МВД Кыргызской Республики.

- *в ролях:*

Григорьева Ольга
Перфильева Екатерина

- *приглашенные актеры:*

Сологубов Андрей
Озов Давид
Мырзабаев Эркин
Карпенко Полина
МВД Кыргызской Республики

- ✓ **Постпродакшн** — **видеоинженер и звукорежиссер.**
- ✓ *Видеоинженер* (вместе с режиссером) – Першина Ирина (вместе с Григорьевой Ольгой).
- ✓ *Звукорежиссер* – Перфильева Екатерина.

VII. МОНТАЖ РЕКЛАМНОГО ФИЛЬМА

Для монтажа рекламного ролика были использованы следующие программы:

- **Corel VideoStudio Pro** - это комплексный редактор видео, в котором сочетается художественное редактирование, усовершенствованные эффекты, запись с экрана, интерактивное видео для Интернета и решение для создания дисков. Обладающий исключительным быстродействием пакет интуитивно понятных средств позволяет создавать рекламные ролики.

- **[Movavi Video Editor](#)** – с видеоредактором Movavi можно отредактировать видео множеством различных способов. А именно в данном ролике было применено:

- [Вырезка фрагмент из клипа](#);
- [Вставка стильные переходы между фрагментами](#);
- [Применение фильтров и эффектов](#);
- Наложение титров.

Первый черновой монтаж

Начало работы над всеми дублями, чтобы найти лучший, наиболее приемлемый материал. Когда у нас получилась хорошая рабочая версия сцены, мы меняли ее в монтажной сборке, тем самым постепенно наращивая весь монтаж в комплексе.

Во время чернового монтажа мы следили, чтобы звук и видео были синхронны. Сырой монтаж мы посчитали завершенным, когда каждая сцена была индивидуально просмотрена и добавлена в сборку.

Главный монтаж

На этой стадии были внедрены основные звуковые эффекты и музыка. И в комплексе весь монтаж стал разрастаться. У каждой сцены уже появились свои индивидуальные проблемы, и теперь все они являются частью единого фильма. Станут очевидны моменты, где сцены взаимосвязаны.

Финальный (чистовой) монтаж

Чистый монтаж сам по себе - процесс выстраивания до идеальной точной картинке в каждом отдельном монтажном материале фильма, получая максимум в каждом действии. Мы не прекращали работать на этом уровне детализации, пока не будут успешно разобраны все задачи в фильме.

После чего проект перешел полностью на звуковую обработку.

VIII. МОНТАЖ ЗВУКА К РЕКЛАМНОМУ РОЛИКУ

Для монтажа звука к рекламному ролику была использована программа **[Movavi Video Editor](#)**, с помощью которого была наложена музыка Evanescence My Immortal с плавными переходами.

В нашем случае рассматривается вариант озвучивания готового изображения, без записи звука на съёмочной площадке. Из описания ролика видно, что необходима только одна музыкальная дорожка.

Для того, чтобы озвучивание фильма органично сочеталось с сюжетом и происходящим в нем действием, уделялось большое внимание синхронизация видео и звука.

Эта функция имеется в видеоредакторе [Movavi Video Editor](#). Благодаря произошло наложение звука на видео, а также стал четким и хорошо воспринимаемым.

ОТДЕЛЬНЫЕ ВИДЫ УСЛУГ
при изготовлении рекламного ролика
(цены приблизительные по Кыргызской Республике на 2015 год)

Наименование услуг	Сроки исполнения	Стоимость услуг (сом)	Примечание
<i>Озвучивание готового видеоряда (продолжительность не более 1 мин)</i>			
Текст или литературная доработка текста, предложенного заказчиком; диктор; музыкальная подложка из аудиотеки на готовый видеоряд	1-2 дня		
<i>Озвучивание видеоряда оригинальное</i>			
Литературная доработка текста; 1-2 актера; оригинальное музыкальное сопровождение; звуковые эффекты	1-2 дня		
<i>титры</i>			
Переработка и оформление титров с адресом, телефонами на готовом экранном поле	1-2 дня		
<i>Подбор иллюстраций для слайд-фильма или видеозаставки</i>			
Подбор иллюстраций в журналах, буклетах, каталогах или иных изданиях, при отсутствии у заказчика рекламных материалов	2-3 дня		
<i>Сканирование</i>			
1 картинка для видеозаставки или слайд-фильма			
<i>Обработка логотипа</i>			
Обязательна в том случае, если логотип или фирменный знак сканируется с печатной продукции, а не представлен в электронном виде (DVD-диск)	1-2 дня		
<i>Видеосъемка определенного плана на выезде</i>			
Дополнительный план (например, вид здания или офиса для конечного экранного поля) может быть статичный, с панорамой или наездом камеры	1 день		
<i>Видеосъемка постановочного плана в павильоне</i>			
Дополнительный план (например, для оформления конечного экранного поля) с размещением предметов в кадре и с использованием студийного комплекта освещения; может быть статичный с панорамой или наездом камеры	1-2 дня		
<i>Видеосъемка (формат VETACAM SP)</i>			
Если заказчик полностью определяет ход съемки (место, время и т.д.) в соответствии с темой сюжета (или самостоятельно выбирает съемочные планы), то идет почасовая оплата за работу (аренда камеры и работа оператора)	1 час		
<i>Компьютерный видеомонтаж</i>			

Если кадры, планы для монтажа сюжета отбирает заказчик и полностью определяет последовательность кадров (или самостоятельно выбирает спецэффекты), то идет почасовая оплата за работу (использование системы нелинейного монтажа, работа инженера видеомонтажа)	1-3 дня		
Запись готового видеоматериала на кассету BETACAM SP	1 мин.	180 с.	
Цифрование видеоматериала с кассеты клиента	1 план	180 с.	
Запись видеоматериала с CD на кассету BETACAM SP	1 мин.	500 с.	
Запись рабочего материала на DVD-диск -«- компакт-диск заказчика		400 с.	
Аренда съемочного павильона (без использования оборудования)	1 час	200 с.	

РАСЦЕНКИ
на творческие разработки и изготовление телерекламы
(цены приблизительные по Кыргызской Республике на 2015 год)

Сценарная разработка

Наименование услуг	Сроки исполнения	Стоимость услуг (сом)	Примечание
Сценарная разработка:			
Если изготовление рекламной продукции полностью поручается видеостудии, заказчик оплачивает 50% от стоимости сценарной разработки			
Сценарий для игрового видеоролика	7 дней	6000	
Сценарий для неигрового видеоролика	4 дней	2500	
Оригинальный текст для неигрового ролика	2-3 дня	1000	
Текст рекламной песни	3 дня	2000	
Игровой ролик			
Стоимость игрового и неигрового ролика определена для средней продолжительности 30 с.			
сценарий; раскадровка	7 дней	Разработка сценария 7 дней	
съемка в стандарте Betacam SP; участие 1-2 актеров или моделей; реквизит; режиссура; монтаж с применением специальных компьютерных эффектов или элементов анимации; звуковое оформление	10 дней	производство от 10 дней Стоимость изготовления от 25 сом (согласно смете)	
ИТОГО		25 000	

<i>Анимационный ролик</i>			
Сценарий; раскадровка	Разработка сценария 7 дней		
Трехмерная компьютерная графика или рисованная мультипликация; монтаж с применением специальных эффектов; звуковое оформление	Производство от 10 дней	1500 сом X 1 сек.	
<i>Компьютерный ролик</i>			
Кадроплан;	Разработка сценария 5 дней		
двухмерная графика; монтаж с применением специальных эф- фектов; звуковое оформление	производство от 7 дней Стоимость изготовления 1000 сом X 1 сек.		
<i>Неигровой ролик</i>			
Сценарий ролика	Разработка сценария 4 дня, производство 5-8 дней)		
съемка информационного характера в стандарте Betacam SP с локальной светоустановкой; монтаж с использованием спецэффектов; диктор; музыкальная подложка из аудиотеки; звуковые эффекты	Стоимость изготовления от 6 000 сом (при использовании дополнительных средств согласно смете)		
<i>Презентационный фильм</i>			
Сценарий согласно заданию, полученному от заказчика	Разработка сценария 7-10 дней		
съемка в стандарте Betacam SP; монтаж с использованием компьютерных спецэффектов; звуковое оформление	производство от 15 дней. Стоимость изготовления от 4000 сом X 1 мин (согласно смете)		

РАСЦЕНКИ
на оперативное изготовление телерекламы
(цены приблизительные по Кыргызской Республике на 2015 год)

Наименование услуг	Сроки исполнения	Стоимость услуг (сом)	Примечание
<i>Статичная видеозаставка со звуковой дорожкой</i>			
Одна видеоиллюстрация изготавливается на основе материалов, предоставленных заказчиком на диске; текст или литературная обработка текста, предложенного заказчиком; диктор; музыкальная подложка из аудиотеки	Разработка текста 1-2 дня, срок исполнения 2 дня	1500 сом	
<i>Видеозаставка с двумя сменными картинками и звуковой дорожкой</i>			
Одна видеоиллюстрация сменяет другую; изготавливается на основе материалов, предоставленных заказчиком; текст или литературная обработка текста; диктор; музыкальная подложка из аудиотеки	Разработка текста 1-2 дня, срок исполнения 2-3 дня	2000 сом	
<i>Статичная видеозаставка</i>			
Одна видеоиллюстрация изготавливается на основе материалов, предоставленных заказчиком на диске	2 дня	100 сом	
<i>Информационный ролик (слайд-фильм)</i>			
Съемка (на выезде) в стандарте Betacam SP товаров или фрагментов интерьера (5-10 планов), без участия моделей, с локальной светоустановкой; монтаж с использованием компьютерных спецэффектов; текст или литературная обработка текста, предложенного заказчиком; диктор; музыкальная подложка из аудиотеки; звуковые эффекты	Разработка текста 1 -2 дня, срок исполнения 5-6 дней.	5000 сом	
<i>Монтаж слайд-фильма (изготовление на основе имеющегося материала)</i>			
5-10 видеоиллюстраций; изготавливаются на основе материалов, предоставленных заказчиком в электронной версии (может быть предоставлен на кассете S-VHS или Betacam SP);	Разработка текста 1-2 дня, срок	2000 сом	

текст или литературная обработка текста, предложенного заказчиком; диктор; музыкальная подложка из аудиотеки; звуковые эффекты	исполнения 3—4 дня		
Видеосъемка для слайд-фильма			
Съемка (стандарт Betacam SP) товаров или фрагментов интерьера с локальной светустановкой, без участия моделей (5-10 планов)	Срок исполнения 1-2 дня	2000 сом	

СМЕТА
НА ПРОИЗВОДСТВО НЕИГРОВОГО РЕКЛАМНОГО ВИДЕОРОЛИКА
(цены приблизительные по Кыргызской Республике на 2015 год)

Наименование услуг	Сроки исполнения	Стоимость услуг (сом)	Примечание
Сценарные затраты			
Автор идеи			
Сценарист			
Предварительные работы			
Поиск визуального материала (5 часов Интернета)			
Услуги звукорежиссера			
Звукооператор			
Звукорежиссер			
Запись голоса			
Компьютерная обработка звука			
Работа с голосом			
Подбор звуковых эффектов			
Подбор музыкальных композиций			
Компьютерная обработка изображения			
Разработка шрифтов для титров			
Эффекты в кадре			
Анимация			
Монтаж			
Компоновка кадров, их последовательность			
Аренда производственных ресурсов			
Аренда техники			
Аренда света			
Услуги видеорежиссера			
Просмотр исходного материала			
Монтаж предварительный			
Монтаж окончательный			

<i>Прочие расходы</i>			
представительские			
ИТОГО			

**СМЕТА
НА ПРОИЗВОДСТВО ИГРОВОГО РЕКЛАМНОГО РОЛИКА
(цены приблизительные)**

Наименование работ	Цена, сом	Количество	Стоимость, сом
<i>Раздел 1. Зарплата и начисления</i>			
Разработка литературного сценария	3000	1	3000
Работа режиссера	5000	1	5000
Работа оператора	1500	1	1500
Работа актеров		2	2000
<i>Итого по разделу 1</i>			11500
<i>Раздел 2. Расходные материалы</i>			
Видео пленка		2	250
Аренда костюмов		2	600
Аренда автомобиля	150	3 часа	450
Использование видеоматериалов казино	1000	1	1000
<i>Итого по разделу 2</i>			2300
<i>Раздел 3. Техническое оснащение</i>			
Аренда камеры	100	3 часа	300
Транспортные расходы	100	2	200
<i>Итого по разделу 3</i>			500
<i>Раздел 4. Услуги цехов</i>			
Просмотр исходного материала	100	1	100
Монтаж предварительный	500	1	500
Монтаж окончательный	700	1	700
Озвучивание	1500	1	1500
<i>Итого по разделу 4</i>			2800
<i>Раздел 5. Прочие затраты</i>			
Накладные расходы -10%			1710
ИТОГО всем разделам			18610

ЛОГОТИП КРСУ



ЛОГОТИП КАФЕДРЫ РЕКЛАМЫ И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ



Автор-составитель:
Ирина Владимировна ГОРИНА

**РАЗРАБОТКА И ТЕХНОЛОГИЯ ИЗГОТОВЛЕНИЯ
РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ
РЕКЛАМНОЕ ВИДЕО**
(написание, оформление и защита курсовой работы)

учебно-методическое пособие

для студентов 4 курса очной формы обучения, обучающихся
по направлению «*Реклама и связи с общественностью*»
(бакалавриат)

Редактор *А.И. Шевченко*
Компьютерная верстка *Ю.Ю. Юдакова*

Подписано к печати 22.01.2016 г. Формат 60×84 ¹/₁₆
Печать офсетная. Объем 5,5 п.л.
Тираж 100 экз. Заказ 154

Отпечатано в типографии КРСУ
720048, г. Бишкек, ул. Горького, 2