



АКАДЕМИЯ КОММУНИКАЦИЙ

**CHANGE  
YOUR  
HEAD**

**Годовая программа**

**факультет  
«Арт-дирекшн»**

# Об Академии Коммуникаций Wordshop

Академия Коммуникаций Wordshop – известная школа по подготовке кадров для пяти крупнейших творческих направлений: реклама, стратегия, digital, filmmaking и продюсирование. Мы готовим и выпускаем всех специалистов рекламы (для сетевых и digital-агентств), специалистов короткого и полного метра, креативных, ТВ, кино, музыкальных и рекламных продюсеров. В 2008 году Российская Академия Рекламы наградила Wordshop призом «Лучший коммуникативный проект года». Трижды (золото в 2014, золото в 2015 и серебро 2017 гг) Академия Коммуникаций Wordshop становилась лучшей рекламной школой мира по версии Международного фестиваля Young Glory.

Академия Коммуникаций Wordshop была создана в 2006 г. при поддержке рекламного агентства BBDO и брендинговой компании DIRECT DESIGN Visual Branding (DDVB).

**Академия Коммуникаций Wordshop дает дополнительное профессиональное образование. Это значит, что вы можете совмещать обучение с работой и другим обучением (например, дневным).**

Занятия проходят 3–4 раза в неделю: в выходной день они начинаются в 11–12 утра и продолжаются целый день, в будние дни занятия начинаются с 19.30.

По выходным в течение всего учебного года проходят занятия в мастерской куратора, где студенты получают основу будущей профессии. В этот день проходят и теория и практика. На каждой мастерской предусмотрены курсовые работы (не меньше 1 за год) и один диплом (в конце года).

По будням проходят специализированные курсы других педагогов, которые дополняют занятия кураторов и оттачивают дополнительные важные навыки. Каждый такой курс длится около 3-х месяцев. Поэтому специализированных курсов для каждого факультета за год бывает несколько (3–4), а мастерская куратора только одна (но на весь год). В конце специализированных курсов делаются зачеты или просмотры.

Также по будням проходят потоковые лекции, которые расширяют сознание и восполняют недостатки предыдущего образования (или его отсутствие). Например, лекции по МХК (мировая художественная культура), лекции по введению в стратегию, лекции по музыке, истории кино и др. На эти лекции ходят большие потоки студентов (из разных факультетов) и они несут, кроме образовательной, также миссию сближения всех студентов Академии в одно комьюнити.



# Модульная система обучения

Одной из особенностей Академии является «модульная» система, которая позволяет всем студентам ходить на любые занятия внутри Академии. Например, сценаристы могут посещать занятия режиссеров. А стратеги могут ходить на медиапланирование или на креативные занятия. Это дает возможность получить больше знаний за учебный год и стать более универсальным специалистом.

В Академии действует интеграция факультетов, что позволяет многие проекты делать силами нескольких факультетов. Например, при производстве видео привлекаются режиссеры, студенты креативного видео, сценаристы, продюсеры. При работе над дипломами рекламных факультетов (арт-дирекшн и копирайтинг) привлекаются стратеги, которые пишут им бриф и брифуют креативщиков на последующую работу над дипломами.

## Portfolio – school & Трудоустройство

Академия Коммуникаций Wordshop относится к особому типу учебных заведений — **portfolio school**. Это значит, что главный принцип обучения здесь — это создание творческого портфолио и трудоустройство.

Мы также участвуем во всех крупных локальных конкурсах и фестивалях, где есть рейтинг, позволяющий нашим студентам обращать на себя внимание специалистов из индустрии и работодателей. Рейтинг Young AdPeak молодых креаторов России возглавляют наши выпускники. Петр Фарбей открывает его и далее с 1 по 6 места занимают также наши студенты. Это значит, что самые креативные, самые успешные и самые награждаемые молодые креаторы — выпускники Wordshop.

**Наша цель** — 100% трудоустройство выпускников. Как мы это добиваемся? Все наши специализации (факультеты) создаются только при наличии спроса в профессиональной среде на данный тип специалистов. Например, в октябре 2011 года мы открыли единственный в России факультет «Медиапланирование», т.к. только в группе компаний BBDO было около 60 вакансий. В 2016 г. мы начали готовить специалистов в области Digital, т.к. большинство рекламных бюджетов были перенаправлены из классических медиа-каналов в digital-каналы. Мы открыли годовую программу подготовки кино и видеопродюсеров, т.к. видеоконтент становится все более и более популярным и для его создания требуется все больше и больше специалистов. Таким образом, создавая новые факультеты, мы понимаем, что на наших выпускников через год будет «спрос».

# 0 факультете

Реклама сейчас больше, чем просто принты и билборды. Это сложная коммуникация, построенная на психологии восприятия, социологии, современных технологиях и быстро меняющихся трендах. Главная задача факультета — дать высокий уровень навыков в арт-дирекшне, которые позволят выйти за пределы классических медиа.

В Wordshop мы готовим специалистов для работы в сетевых, digital- и агентствах полного цикла. На факультете существует две специализации: снимающий арт-директор (мастерская «Креативного видео») и digital арт-директор (мастерская «Креатив в Digital»).

Проучившись у нас, вы получите все навыки, необходимые для профессии: концептуальное мышление, работа в паре, создание принтов, digital, рекламных роликов, сайтов, работа с брифом и клиентом, работа над большими интегрированными рекламными компаниями.

Упор в обучении делается на практику, работу в паре с копирайтером, работу над несколькими проектами одновременно. Все это позволяет подготовить вас к реальному ритму рекламных агентств.

За время обучения на факультете вы создадите полноценное рекламное портфолио, которое является пропуском на работу в рекламные агентства.

## Куратор факультета

Леонид Фейгин, совладелец и креативный директор брендинговой компании Direct Design Visual Branding (DDVB). Он стоял у истоков Wordshop и является бессменным куратором креатива с момента основания Академии.

Леонид является Академиком Российской Академии Рекламы, Членом Союза Дизайнеров России, American Art Director's Club, Членом Президиума Art Directors Club of Russia (ADCR).

В 2018 году Леонид вошел в состав самого престижного рекламного фестиваля «Каннские львы». Среди многочисленных наград Леонида — международная премия Kotler Awards за заслуги в области образования.

**1 триместр:** с 01 октября по 27 декабря

**2 триместр:** с 10 января по 27 марта

**3 триместр:** с 1 апреля по 31 мая

**Дипломная работа:** июнь

1 триместр	2 триместр	3 триместр
Концептинг	Концептинг	Концептинг
Креативное видео	Креативное видео	Креативное видео
Фестивальный креатив	Фестивальный креатив	Интерактивная презентация
Рекламный принт	Рекламный принт	Craft
Креатив в digital	Креатив в digital	Искусство презентации
		Современное искусство

# Программа мастерской: Концептинг (теория)

## I триместр. Концептинг

Данный этап посвящен базовым знаниям и навыкам арт-директоров и копирайтеров:

- Освоение основ анализа задания (брифа);
- Освоение креативных приемов, методов мозгового штурма;
- Нарботка опыта быстрого создания креативных идей;
- Погружение в индустрию (курс Максима Пономарева );
- Навыки самостоятельного анализа брифа (поиск и анализ информации).
- Знакомство со структурой рекламного агентства и принципами совместной работы в рекламных агентствах, дизайн-студиях;
- Основы стратегии

## II триместр. Создание рекламных принтов.

Этап, на котором студенты осваивают работу в группах (арт-директор, копирайтер), учатся создавать впечатляющие кейсы и презентовать их.

- Работа с реальным брифом;
- Развитие и наработка необходимых навыков креатива в формате ключевых медиа (принт outdoor);
- Пополнение портфолио креативными работами (рекламные принты);
- Освоение навыков новых технологий в формате видео, digital;
- Освоение навыков видеосъемки, монтажа.

## III триместр. Дипломный проект.

Студенты работают в группах (арт-директор, копирайтер) по реальным коммерческим брифам. Этап позволяет сделать ревизию полученных ранее навыков. Которые реализуются в проекте и приближены к реальным рабочим условиям в рекламных агентствах, дизайн-студиях.

В результате студент пополняет портфолио комплексным проектом, проработанным и реализованным.

В рамках курса параллельно с учебной деятельностью проходит погружение в культуру фестивального креатива. В ходе обучения по данному курсу студенты получают навыки:

- Работа в командах по фестивальным брифам;
- Возможность пополнить портфолио фестивальными работами;

# Программа мастерской: Концептинг (практика)

## I триместр.

Разбор первого домашнего задания.

### - Лекция “Что такое коммуникация?”

(Что такое коммуникация вообще? Зачем она нужна? Как развивалась коммуникация с течением времени? Что такое язык коммуникации?)

Домашнее задание: Возьмите какую-либо специфическую аудиторию и принесите разбор их языка и примеры коммуникаций брендов для этой аудитории.

Разбор домашнего задания.

### - Лекция “Люди, которые изменили рекламу”

(от классиков – до digital, с примерами работ).

Домашнее задание: Принесите один любимый проект (кампанию, принт, ролик, сайт, что угодно), который, как вам кажется, отражает современный подход к рекламе.

### - Лекция: “Креативность – это новое медиа”

(Как изменился подход к генерации идей сегодня? Почему digital произвел революцию? Как нужно продавать идеи сегодня?).

Разбор домашнего задания.

### - Лекция “Работа в команде”

(Роли в команде? Ищем вдохновение или дисциплинировано пашем? Кто такой современный креативщик? Способы шторминга в команде? Как избегать конфликтов? ).

Практика: Командный брейншторм (придумываем идеи в формате брейншторма на свободный бриф и анализируем работу в команде).

### - Лекция: “Как работает наш мозг?”

(Как устроен мозг? Почему мы используем иногда 10%, а иногда 90%? Какие барьеры есть у нашего мозга и как их преодолеть? Какие ошибки допускают креативщики в работе?)

Практика: практические задания в процессе лекции.

Разбор домашнего задания.

### - Лекция “Что такое бриф и как с ним работать?”

(Что такое бриф? В чем отличие клиентского и креативного брифа? Кто составляет бриф в агентстве? Какие бывают брифы? Зачем нужен бриф креативщикам?).

Практика: сокращаем бриф клиента.

### - Лекция “Что такое стратегия?”

(Что такое стратегия вообще? В чем отличие бизнес-стратегии от бренд-стратегии и от коммуникационной стратегии? Что входит в коммуникационную стратегию? Что такое сообщение /обещание бренда?).

Практика: метод обратной перемотки для анализа кейсов.

Домашнее задание: “отмотать” 1 кейс самостоятельно.

Разбор домашнего задания.

### - Лекция: “Разница между трюками и идеей?”

(Что такое трюк? В чем отличие от идеи? Когда нужно и можно использовать трюки? Как придумывать трюки?).

Практика: придумываем трюки и идеи.

### - Лекция “Что такое инсайт?”

(Что такое инсайт? Какие типы инсайтов бывают? Какие есть инструменты для поиска инсайтов у креативщиков? Как понять, что ты достаточно глубоко копнул? Как использовать инсайты в идеях? Могут ли креативщики искать инсайты? Бывают ли идеи без инсайтов?).

Практика: ищем инсайты по технике Miami Ad School “What people cares about?”.



# Программа мастерской: Концептинг (практика)

## I триместр.

### **- Лекция: “Креативные техники для нестандартных идей”**

(Техника digital brain storm by R/GA, техника “реального мира” для event- и btl-активаций, техника создания вирусных идей и проверки идей на viral / PR эффект).

Домашнее задание: запустите Новогодний флешмоб в социальных сетях

## II триместр.

Блок “Генерация” (только практика) 1 раз в неделю.

## III триместр.

Блок “Подготовка к диплому” (собираем дипломные работы из того, что придумали в блоке “Генерация”): Речь Аль Пачино перед дипломом.



# Программа курса Креативное видео

Вводное занятие. Законы творчества Игры со стереотипами, словами и образами. Игра «Как дела?», «Игра в бисер», «Трансформация»

## Блок 1. Нейминг.

Тема 1. Названия: типология неймов, этапы нейминга, продажа, приемы создания, кейсы.

Тема 2. Как придумать название? Ассоциативные круги и лексические поля. Технология работы с ключевыми словами.

Тема 3. Неймы и сабнеймы. Нейминг на иностранном языке.

Тема 4. Фантазийный нейминг. Приемы конструирования слов.

## Блок 2. Слоганы.

Тема 1. Слоганы: слоганы-иконы, УТП, big ideas, фан-слоганы, художественные приемы, продажи слоганов, кейсы.

Тема 2. Работа над «скучными брифами». Креативные технологии работы со словом.

Тема 3. Хедлайны и серии слоганов. Игра «Я слепой». Понятие инсайта. Первый закон коммуникации. Слоганы претендуют на роль афоризмов нашего времени. Они в сжатой форме передают философию бренда, а фактически, вербализуют большие идеи (big ideas) нашего времени.

## Блок 3. Big ideas.

Тема 1. Инсайты, роль бренда, боди копи, структура презентации big idea. РК на 360 градусов. Презентация «одним бордом» для фестиваля.

Тема 2. Bass (сплетни): создание бесплатного информационного повода. Тизеры и плизеры, интерактивные игры, новости, сенсации, анонсы. Как написать пресс-релиз?

## Блок 4. Слово и образ.

Тема 1. Магритт и его открытие «невидимого» образа и «всевидящего» слова. Ки-вижуал и ключевое слово.

Тема 2. Трансформация как основной рекламный прием. Игра «Снежный ком».

## Блок 5. Радио.

Тема 1. Особенности радио. Картинка, увиденная ушами.

Тема 2. «Свой» и «чужой» звук. Звуковые ассоциации. Диалоги и паузы. Музыка и слова.

Творческое задание: переозвучка ролика.

## Блок 6. Рекламный текст.

Тема 1. Приемы написания заголовков. Структура текста: завязка, развитие, кульминация.

Приемы удержания внимания. Методы Дэвида Огилви работы с long copy.

Тема 2. Коллекция лучших копирайтов мира. Художественные приемы: ирония, двойной финал, подтекст.

## Блок 7. Сценарии рекламных роликов.

Тема 1. Ассоциативный, сюжетный, интригующий и эпические сюжеты. Как продать сценарии?

Тема 2. Серии рекламных роликов. Шаблон 1 серии

Тема 3. Как снять рекламный ролик. Весь процесс от брифа до эфира глазами копирайтера.



# Программа курса Креативное видео

## **Блок 8. Новые и нестандартные медиа.**

Тема 1. BTL и другие нестандартные медиа. Ритуал и его место в рекламе и жизни. Механика акции. Подарок за покупку. Бонус, главный приз, название-слоган.

Тема 2. Амбиенты.

Тема 3. Директ-мейл. Творческое задание «Письмо к себе».

Тема 4. Социальная реклама. Как создать малобюджетную, но эффективную рекламу.

Тема 5. Мобильный маркетинг. Новелла в десяти СМС. Игра «Признание в любви».

Тема 6. Digital-копирайтинг: блоги, сайты, соцсети, новояз и язык интернет-мемов. 3 тренда современного языка: сокращение, слэнгизация и «обезличивание» языка. Языковые «ширмы». Языки целевых групп. Игра «лифт-тест».

## **Блок 9. Работа со словом.**

Тема 1. Тема, идея, сюжет. Как найти сюжет? 33 сюжета в мировой культуре. Краткое содержание фильма (книги). Синописис в рекламе.

Тема 2. Идея и кратчайшие способы её выражения. Инфографика. Интеллектуальное караоке: идея в 6 слайдах за 5 минут.

Тема 3. Стили и стилизация. Упражнения в стилях по методике писателя Раймона Кено. История в 10 вариантах. Игра «2 финала».

Тема 4. Адаптация. Перевод с английского на русский. Как перевести «игру слов»?

Тема 5. Стихи и проза. Системы стихосложения. Основные тропы. Ритм и рифма. Песня, рэп, джингл.

Тема 6. Парадоксы и афоризмы.

Тема 7. Диалоги и ГЗК (голос за кадром). Технология юмора.

Тема 8. Новояз. «Говорящий аватар». Придумай себе язык.

**Блок 10. Портфолио.** Копирайтерское портфолио. Парное портфолио. Концепция, жанры, структура, темпоритм, стиль и оформление. Как продать себя через слово.

# Программа курса Рекламный принт

## 1. Всё начинается с идеи!

Основа креатива. Знакомство с понятием бенефит и инсайт (полезное свойство рекламируемого продукта). Современные тенденции визуальной коммуникации. Практические занятия.

## 2. Что такое Арт — дирекшн и с чем его едят?

Роль и задачи арт-директора. Влияние визуальной коммуникации на восприятие потребителя. Практические занятия.

## 3. Типографика в рекламе.

Анализ типографических приёмов для передачи креативной идеи. Шрифт как пластический объект. Практические занятия.

## 4. Фотография в рекламе.

Анализ использования фотографии для передачи креативной идеи. Принципы подбора фотографий. Работа с фотографиями и фотобанками. Практические занятия.

## 5. Иллюстрация в рекламе.

Анализ использования иллюстрации для передачи креативной идеи. Принципы подбора иллюстраций. Работа с иллюстраторами. Практические занятия

## 6. Иллюстративный плакат.

Создание иллюстративного плаката на основе креативной идеи. Поиск креативного решения. Поиск стилистического решения. Практические занятия.

## 7. Надписи и смысл — шрифтовой плакат (совместно с копирайтерами).

Создание шрифтового плаката на основе креативной идеи. Поиск креативного решения. Поиск стилистического решения. Практические занятия.

## 8. Простые решения или как сделать хорошую работу за три копейки.

Анализ мелкобюджетных приёмов для передачи креативной идеи. Примеры реализации. Набор приёмов и воздействие на аудиторию. Практические занятия.

## 9. Провокация как средство достижения внимания.

Анализ приёмов используемых при создании принтовой рекламы основанных на провокационных темах. Практические занятия.

## 10. Поиск новых путей для принтовой рекламы.

Новые технологии и что они дают. Рациональный и стратегический креатив. Практические занятия

# Программа курса Рекламный принт

## 1. Всё начинается с идеи!

Основа креатива. Знакомство с понятием бенефит и инсайт (полезное свойство рекламируемого продукта). Современные тенденции визуальной коммуникации. Практические занятия.

## 2. Что такое Арт — дирекшн и с чем его едят?

Роль и задачи арт-директора. Влияние визуальной коммуникации на восприятие потребителя. Практические занятия.

## 3. Типографика в рекламе.

Анализ типографических приёмов для передачи креативной идеи. Шрифт как пластический объект. Практические занятия.

## 4. Фотография в рекламе.

Анализ использования фотографии для передачи креативной идеи. Принципы подбора фотографий. Работа с фотографиями и фотобанками. Практические занятия.

## 5. Иллюстрация в рекламе.

Анализ использования иллюстрации для передачи креативной идеи. Принципы подбора иллюстраций. Работа с иллюстраторами. Практические занятия

## 6. Иллюстративный плакат.

Создание иллюстративного плаката на основе креативной идеи. Поиск креативного решения. Поиск стилистического решения. Практические занятия.

## 7. Надписи и смысл — шрифтовой плакат (совместно с копирайтерами).

Создание шрифтового плаката на основе креативной идеи. Поиск креативного решения. Поиск стилистического решения. Практические занятия.

## 8. Простые решения или как сделать хорошую работу за три копейки.

Анализ мелкобюджетных приёмов для передачи креативной идеи. Примеры реализации. Набор приёмов и воздействие на аудиторию. Практические занятия.

## 9. Провокация как средство достижения внимания.

Анализ приёмов используемых при создании принтовой рекламы основанных на провокационных темах. Практические занятия.

## 10. Поиск новых путей для принтовой рекламы.

Новые технологии и что они дают. Рациональный и стратегический креатив. Практические занятия

# Программа курса Креатив в digital

## I семестр

### 1. Что такое digital

Особенности коммуникации. Digital как канал и как инструмент. Влияние технологий на жизнь людей

### 2. Тренды в digital 2017-18: самое важное

Самые актуальные проекты и идеи в digital

### 3. Big idea & Insight

Что такое Big Idea. Что такое инсайт. Где найти инсайт и как с ним работать

### 4. SMM

Социальные сети и их особенности. Бренды в социальных медиа. Отзывы и рейтинги. Репутация бренда

### 5. Контент-маркетинг

Что есть контент. Пользовательский контент. Мемы. Нативная реклама

### 6. Интернет-реклама

Баннеры и контекстная реклама. Gif. Анимация. Видеоформаты. Блогеры

### 7. Сайты

UX и Usability. Интерфейс и навигация. Лендинг

### 8. Мобильные приложения

Виды мобильных приложений. Собственные приложения бренда. Интеграция в сторонние приложения. User path. Интернет вещей

### 9. Программы лояльности и e-commerce

E-commerce: брендированный интернет-магазин. Интеграция в интернет-магазины. Промо-механики. Виртуальная валюта

### 10. Виртуальный мир бренда

Интерактивные инсталляции. Спецпроекты. Дополненная реальность. Виртуальная реальность

## II семестр

### 1. Интегрированные коммуникации

Аудитория и инсайты и как их использовать в разработке кампании. Big idea и каналы коммуникации. Кампания 360°. Customer Journey Map

### 2. Retail: торговые центры и супермаркеты

POS материалы. Промо-механики. 1-2-1: работа с персоналом, сбор данных. Промо-зоны и инсталляции. Вендинги. Pop-up магазины

### 3. Retail: моно-брендовые магазины

POS материалы. Программы лояльности. 1-2-1: работа с персоналом, сбор данных. Инсталляции Хайп вокруг продукта. Ивенты внутри магазина. Активации в социальных сетях с выходом в Offline

### 4. HoReCa

Зоны контакта с аудиторией. POP материалы. Промо-механики и программы лояльности. 1-2-1: работа с персоналом, сбор данных. Промо-зоны и инсталляции. Активации в социальных сетях с выходом в offline

### 5. Event-маркетинг: проведение собственных мероприятий бренда

Зоны контакта с аудиторией. POP материалы. Промо-механики. 1-2-1: работа с персоналом, сбор данных. Промо-зоны и инсталляции. Мобильные приложения и сайты — создание и интеграция. Активации в социальных сетях с выходом в offline



# Программа курса Креатив в digital

## II семестр

### 6. Event-маркетинг: Спонсорство и интеграция

Музыка. Спорт. Искусство. Fashion. Спецпроекты

### 7. Креативность и digital

Digital и рекламный рынок. Креативность как инструмент. Влияние технологий на создание идей

# Программа курса Крафтинг

## 1. «Палка—палка—огуречик»

Как быстро и понятно рисовать от руки *(лекция)*

### «С головы на бумагу»

Путь визуального воплощения идей *(практикум)*

## 2. «Каждый охотник желает знать, где сидит фазан»

Колористика в принте и видео

## 3. «Ох уж эта типографика»

Работа со шрифтом

## 4. «Я рисую шрифт»

Практикум по леттерингу с приглашенным каллиграфом

## 5. «Стоки: дружба и предательство»

Как работать с фото- и видеостоками. Где и как применять *(лекция)*

### «Как собрать матрешку»

Работа с композицией, составление коллажей *(практикум)*

## 6. «Не потерять лицо»

Арт-дирекшн презентаций

### «Не потерять лицо 2.0»

Арт-дирекшн больших кампаний

## 7. «Креативное пробуждение»

Практикум на вдохновение и идейность

## 8. Раскадровка на пальцах

## 9. Продакшн бриф. Подготовка к съемкам.

Сдача ролика: монтаж, цветокоррекция, озвучка, графика

# Программа курса Искусство презентации

Совершенствоваться в искусстве, ПРЕЗЕНТОВАТЬ И ПРЕЗЕНТОВАТЬСЯ – ЭТО ИНВЕСТИЦИЯ В БУДУЩЕЕ.

Самопрезентация на собеседовании, презентация креатива, стратегии, проекта, питчинг, защита учебной работы, переговоры...каждый день нам приходится сдавать этот экзамен.

Задачи курса: научиться чётко доносить до собеседника основную мысль выступления, двигаться к поставленной цели, управлять вниманием аудитории, контролировать время выступления, быть убедительным, раскованным, обаятельным на презентации, во время переговоров и любого публичного выступления, подготовленного и неподготовленного.

Зачем нужны тренинги по искусству презентации: мастерство публичной речи состоит в умелом использовании обеих форм человеческого мышления: логической и образной. Тренинги учат разрывать привычные, штампованные связи, находить новые, парадоксальные, неожиданные решения.

## **ЗАНЯТИЕ # 1 АУКЦИОН «Play it again».**

Платье Amy Winehouse's с обложки альбома Back to Black продано на аукционе за £43,200. Ferrari 250 LM 1964 года выпуска красного цвета продан на аукционе за 14,3 млн долларов. "InstaHeart Auction" - благотворительный аукцион воспоминаний о бывших возлюбленных в Instagram придуман McCann London совместно с организацией Help Heart Research UK, которая занимается исследованием болезней сердца. Аукцион – невероятно азартное и увлекательное событие. Мы проведём игровой аукцион. Рассмотрим различные техники знаменитых аукционистов: Kerry Taylor, которую называют «auction lady, аукционистов Sothebi's, Christies, и поучимся у них работе на публику. Игровой аукцион – приключение без риска. Прежде чем презентовать себя, участники курса получают возможность побыть аукционистами.

Теоретическая часть: Что такое литературный язык? Нормы литературного языка, его противостояние диалектам, говорам, жаргону и просторечию. Нормы литературного языка: лексические, грамматические, орфографические, орфоэпические. Неологизмы и англицизмы. Главные черты московского произношения. Почему именно московский говор стал произносительной нормой? Проблемы и парадоксы современного языка. Как уживаются монотон и скороговорка и что с ними делать.

## **ЗАНЯТИЕ # 2 ПРЕЗЕНТАЦИЯ КАК ФОРМА ПУБЛИЧНОГО ВЫСТУПЛЕНИЯ.**

Существуют три категории ораторов: одних можно слушать, других нельзя слушать, третьих нельзя не слушать. Как ставить задачу каждого выступления. В способе постановки задачи заключён секрет, который вы узнаете на занятии и проверите на практике, как это работает. Презентация. Фактически - это продажа, поэтому действуют все правила продажи: понимание ЦА, следование одному важному правилу: упираться на преимущества товара, а не на его особенности. Мы будем тренировать презентационные навыки: умение работать по задаче, быть раскованным, откровенным и уметь слушать, контролировать время, удерживать и переключать внимание, отрываясь от текста презентации разговаривать с партнёрами, пользоваться техникой присвоения материала.

Практическая часть: Неподготовленное высказывание по правилам продажи. Съёмка с последующим просмотром. Тест. Разбор и комментарии.



# Программа курса Искусство презентации

## **ЗАНЯТИЕ #3 ПРЕЗЕНТАЦИЯ АГЕНТСТВА/КОМПАНИИ. ПРЕЗЕНТАЦИЯ ПРОЕКТА. ЛОГИКА ПРЕЗЕНТАЦИИ.**

Умей быть понятным. Логика речи, правильный посыл. Владение логикой речи развивает умение доносить мысль, передавать идеи, убеждать. Важно уметь пользоваться логикой речи. Марк Твен писал: «Разница между почти правильным словом и правильным словом на самом деле довольно велика – это разница между светлячком и светом». Умей задавать вопросы. Умей держать контакт глазами. Умей слушать. Как быть услышанным, как перейти от упрощённого, бытового разговора к речи, отвечающей современным деловым нормам.

Практическая часть: актёрский тренинг с приглашёнными актёрами.

## **ЗАНЯТИЕ # 4**

Чему учат в ВВС США:

- умей отвечать на любой вопрос
- избегай однозначных вопросов
- будь подготовлен к неожиданностям
- умей держать удар
- умей быть убедительным.

Общие черты хороших собеседников:

- они смотрят на вещи с новой точки зрения и имеют нестандартное мнение об известных предметах.
- Их отличает широкий кругозор. Они думают и говорят о событиях, выходящих далеко за пределы повседневных интересов.
- Энтузиазм, страсть во всём, что они делают. Они интересуются тем, что вы им говорите в данный момент. -Они обладают чувством юмора. И применительно к себе.

Практическая часть: актёрский тренинг с приглашёнными актёрами. Отработка черт хорошего собеседника.

## **ЗАНЯТИЕ # 5 ОБРАЗ vs ШТАМП**

Как быть образным. Видение. Как говорить по видению.

Открытие эмоционально-образного богатства собственной речи.

Обогащение речи: мелодия, «краски речи», темпоритм, интонационное звучание.

Практическая часть: игровая презентация. Подготовленное высказывание. Съёмка на камеру и последующий разбор.

## **ЗАНЯТИЕ # 6 Кейс The New York Times и W Magazine.**

Умение видеть. Наблюдение. Анализ увиденного.

Разбор текстов бизнес-презентаций, публичных выступлений известных ораторов.

Мы разберём шоу-риллы актёров и проанализируем, что запоминается, что вызывает эмоциональный отклик, что раскрывает индивидуальность.

Практическая часть: Интервью. Съёмка на камеру и разбор.

## **ЗАНЯТИЕ # 7 НЕПОДГОТОВЛЕННОЕ ВЫСКАЗЫВАНИЕ “Small talk”, “elevator talk”.**

Общение - это искусство возможного. Тренировать навыки публичного выступления полезно на вечеринках, в гостях, на фестивалях – в любом месте, где представляется возможность поговорить экспромтом со знакомыми и незнакомыми людьми. Мы будем учиться строить неподготовленное высказывание и попрактикуемся быть собой и получать удовольствие от разговора и от работы на камеру.



# Программа курса Современное искусство

- I. Кто изобрел современное искусство.
- II. Пространственные формы искусства.
- III. перформансы и инсталляции.
- IV. Философия искусства.
- V. Технические виды искусства, видео, интерактив.
- VI. Стрит-арт, публичный арт.
- VII. Искусство и слава: Херст, Мураками, Айвэй, Энди Уорхолл.