



АКАДЕМИЯ КОММУНИКАЦИЙ

**CHANGE
YOUR
HEAD**

Годовая программа

**факультет
«Кино- и видео-
продюсирование»**

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

Кино- и видео-продюсер — это не только экономист, но и невероятно творческая личность. В нашей профессии важно знать все: от истоков драматургии до того, как выпустить и продать аудиовизуальный продукт.

Быть продюсером — это разбираться в тонкостях каждой профессии, связанной как с производством и постпроизводством проекта, так и с маркетинговой стратегией. Также важным фактором для продюсера является умение общаться с людьми, налаживать связи и обрести важными контактами.

Во время обучения вы узнаете, кто такой продюсер и разберете три стадии работы над проектом: development, preproduction и postproduction. Освоите основы продюсирования теле- и кинопроектов разной степени сложности (клипы, реклама, короткометражное кино, полные метры), основы драматургии и сценарного мастерства, режиссуры монтажа, цветокоррекции, звукорежиссуры. Сможете поучаствовать в реализации большого проекта как на стадии production, так и postproduction.

В качестве диплома вы представите на питчинге свои готовые к реализации проекты (короткометражное кино, концепция клипа, рекламы, сериал, художественное полнометражное кино) перед экспертами киноиндустрии.

Куратор факультета

Анастасия Акопян, продюсер. Работала над проектами: «Дед мороз. Битва магов», «Неуловимые», «Неуловимые. Последний герой», «Маршрут построен», «Привычка расставаться».

Закончила факультет продюсерства и экономики ВГИКа. За время учебы в качестве продюсера сняла более 20 короткометражных фильмов. Стала лауреатом фестиваля «Святая Анна».

Сотрудничала в качестве видеопродюсера с такими лейблами, как Black Star, Продюсерская компания Виктора Дробыша.

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
Мастерская кино- и видео-продюсирования	Мастерская кино- и видео-продюсирования	Мастерская кино- и видео-продюсирования
Кинодраматургия (короткий метр)	Кинодраматургия (сериалы)	Кинодраматургия (полный метр)
История киноязыка	История киноязыка	История киноязыка
Креативное видео	Креативное видео	Креативное видео
Ивент-менеджмент	Ивент-менеджмент	Искусство презентации

Программа мастерской Кино- и видео- продюсирования

Вводные лекции в курс:

1. Кто такой продюсер? Каким продюсером стать?
2. Источники финансирования. Как привлечь спонсора или партнера? (полнометражного и короткометражного кино). Типы презентаций.
3. Кто является авторами фильма? (авторские права каждого из участника съемочного процесса)
4. Встреча с креативным и линейным продюсером.

1. Development

- Утверждение сценария. Основы драматургии.
- Логлайн. Тритмент. Синописис.
- Драматический конфликт.
- Законы жанров.
- Режиссерский сценарий

2. Preproduction

- Подбор творческой группы.
- Состав съемочной группы.
- Работа цехов и распределение задач.
- Кастинг (встреча с кастинг директором)
- Почему нельзя снять кино без второго режиссера? КПП и вызывной лист (встреча со вторым режиссером).
- Читка сценария и раскадровка.
- Операторская техника и выбор технического оборудования на проект (встреча с оператором-постановщиком)
- Художники в кино (встреча с художником-постановщиком, художником по костюмам и художником по гриму)
- Составление лимита затрат и генеральной сметы. Пути к экономии бюджета.
- Механизм работы съемочной площадки. Основная документация во время съемочного периода. (посещение съемочной площадки)
- Продюсер, директор, администратор, локейшнменеджер и другие- кто за что отвечает в административном цехе и зачем столько людей?
- Съемочный день глазами продюсера. минимумы и максимумы для проведения съемок. риски, опасности. (встреча с исполнительным продюсером)

Зачет: составление основной документации к проекту (составление КПП и лимита затрат)

Программа мастерской Кино- и видео- продюсирования

3. Post Production

- Постпродакшн продюсер: основные отличия и нюансы работы на всех этапах кинопроизводства.
- Взаимодействие постпродакшн с площадкой.
- Основная работа с компьютерной графикой в подготовительном и съемочном периодах. Эскизы, концепт арты, аниматики.
- Работа vfx супервайзера на съемочной площадке (встреча с супервайзером или режиссером большого проекта с графикой)
- Компьютерная графика. Основные этапы работы в постпродакшене, координация работы. VFX лист. (встреча с продюсером постпродакшена)
- Постпродакшн большого кино и видеороликов. основные трудности и подводные камни, монтаж, озвучание, подбор музыки, работа с композитором, запись диктора, cleanup, титры, заставки.
- Звук. запись звука на площадке и озвучание — преимущества и различия чистой и черновой фонограммы. микрофоны, звукотехника. студии озвучания, запись фонограммы-оркестра (встреча со звукорежиссером)
- Звук. примиксы, сведение (с посещением студии)
- Цветокоррекция (посещение студии, если нет, то встреча с колористом или режиссером)

4. Marketing&PR

- Как привлечь прокатчика?
- Основы маркетинга в кинобизнесе.
- Как правильно продвигать свое кино?
- Что такое PR и как он работает в кинопроцессе?
- Разработка собственного проекта и презентации к нему.
- Подготовка собственного проекта к питчингу.

Защита на курсе перед ведущими продюсерами и специалистами из киноиндустрии собственного проекта. Питчинг.

Программа курса История киноязыка

- Введение в киноязык. Основные понятия и оппозиции. Зарождение языка кино. История кинематографа- 1916гг. Европа и США. 3 часа. Октябрь
- «Почему Гриффита называют «Отцом кино»? Какие основы киноязыка он заложил?». На примере фильма «Нетерпимость» Гриффита. 1,5 часа. Октябрь.
- «Комедийные герои 10-20х гг.: проблема неразрешимого конфликта. Разбор сложной повествовательной структуры фильма «Алчность». 1,5 часа. Октябрь.
- «Каковы основные особенности экспрессионизма и камершпиля?». На примере фильмов «Кабинет Доктора Калигари» Р. Вине, «Метрополис» Ф. Ланга и «Последний человек» В. Мурнау. 1,5 часа. Октябрь. - «Своеобразие и инновационность киноязыка Абея Ганса». На примере фильма «Наполеон». 1,5 часа. Ноябрь.
- «Каким образом киноязык научился рассказывать истории с помощью изображения?». На примере фильмов Бунюэля, Дрейера, Клера, Леже и др. 1,5 часа. Ноябрь.
- «Разделение, сочетание, сопоставление – советское монтажное кино. Какова идеология киноязыка Эйзенштейна и Кулешова? Сходства и отличия». На примере фильмов «Невероятные приключения...» Л. Кулешова и «Броненосец Потёмкин», «Октябрь» С. Эйзенштейна. 1,5 часа. Ноябрь.
- «Поэтическое кино Вертова, Довженко и Пудовкина». На примере фильмов «Земля» А. Довженко, «Мать» В. Пудовкина, «Человек с киноаппаратом» Д. Вертова. 1,5 часа. Ноябрь. - «Что нового привнёс в кино звук? Что кино приобрело и что потеряло?». На примере картин «М» и «Под крышами Парижа». 1,5 часа. Декабрь.
- «Вертикальный монтаж и цветовая драматургия Эйзенштейна». На примере фильма «Иван Грозный. Боярский заговор». 1,5 часа. Декабрь.
- «Развитие повествовательного кинематографа. Тематика и своеобразие “Поэтического реализма”». На примере фильма «Набережная туманов». 1,5 часа. Декабрь.
- «Своеобразие фильмов нуар. Творческое использование Глубинной мизансцены и широкоугольной оптики в фильме «Гражданин Кейн» Орсона Уэллса». 1,5 часа. Декабрь.
- «Особенности и значимость неореализма в истории кино» на примере картин «Рим – открытый город» и «Похитители Велосипедов». 1,5 часа. Январь.
- «Притчевое кино как предвестник возрождения авторского кинематографа». На примере фильма «Слово» К.Т. Дрейера. 1,5 часа. Январь.
- «Единое кино. Японское влияние». На примере фильмов «Расемон» и «Сладкая жизнь». 3 часа. Январь. - «Новая волна – рождение авторского кино. Особенности и своеобразие направления». На примере фильмов «400 ударов» и «На последнем дыхании». 1,5 часа. Январь.

Программа курса История киноязыка

- «Кино оттепели. Особенности и инновации фильма «Летят журавли». 1,5 часа. Февраль.
- «Отображение внутреннего мира героя и дедрамматизация Антониони». 1,5 часа. Февраль.
- «Мышление на экране». На примере «8 ?» и «Персона». 1,5 часа. Февраль.
- «Саспенс Хичкока». На примере фильма «Психо» А. Хичкока 1,5 часа. Февраль.
- Доминирующая тематика фильмов 70-х гг.: секс и насилие. Их природа и связь с общественной жизнью». На примере фильмов «Последнее танго в Париже» и «Заводной апельсин». 1,5 часа. Март.
- Доминирующая тематика фильмов 70-х гг.: протест. На примере «Пролетая над гнездом кукушки». 1,5 часа. Март.
- «Сталкер» Андрея Тарковского и последнее открытие в киноязыке». 1,5 часа. Март.
- «Существенные особенности и некоторые признаки постмодернистского стиля». На примере фильмов «Криминальное чтиво» и «Малхоланд драйв». 1,5 часа. Март.
- «Основные особенности клиповой эстетики». На примере фильмов «На игле» и «Беги, Лола, беги». 1,5 часа. Апрель.
- «Основные особенности датской «Догмы» и её последователей. Её влияние на мировой кинематограф». На примере фильмов «Торжество» и «Реконструкция». 1,5 часа. Апрель.
- «Однокадровый фильм. Полиэкранный и внутрикадровый монтаж в фильме «Таймкод». 1,5 часа. Май.
- Питчинг: что двигает современным киноязыком. 2 часа. Май.

Программа курса Кинодраматургия

1 триместр - 10 занятий

- жанр, логлайн, формат - с чего начинается работа над сценарием
- короткометражный фильм - особенности, просмотр и анализ
- протагонист-антагонист
- сюжет
- второстепенные герои и сюжетные линии
- драматургический анализ фильмов по пройденным темам - 2 занятия
- заявка, питчинги
- обсуждение заявок студентов - 2 занятия

2 триместр

- Введение - феномен сериала.
- Драматургия полного метра и драматургия сериала
- Форматы сериала
- Как построить художественный мир сериала- необходимые элементы
- Обсуждение заявок

3 триместр

- сцена - построение
- практическое занятие - написание сцены
- диалоги
- практическое занятие - написание диалогов
- драматургические приемы (флешбеки, сны, закадровый)
- атмосфера, тон
- чтение и разбор сценариев
- обсуждение заявок, синопсисов студентов - 2 занятия

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 Ивент-менеджмент

1 ТРИМЕСТР - ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ КУРС. ОБЗОРНОЕ ПОГРУЖЕНИЕ В ПРОФЕССИЮ, ЛЕКЦИИ, СЕМИНАРЫ, CASE-STUDY

1. ВВЕДЕНИЕ В СПЕЦИАЛЬНОСТЬ

- Понятие Ивента, как инструмента маркетинговых коммуникаций
- Теоретическая основа, структура, базовая терминология и тренды в современном российском ивент-маркетинге
- Роль, функции и задачи ивент-менеджера (аккаунта), перспективы профессии и трудоустройства

2. ИНТЕГРИРОВАННЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ КАМПАНИИ (IMC)

- Обзор рекламного рынка России, принятая классификация и ландшафт.
- Понятие Интегрированных маркетинговых коммуникаций, обзор трендов и варианты реализации на примере лучших фестивальных кейсов в России и в мире
- Основные средства маркетинговых коммуникаций, принципы разработки и оценки эффективности, интеграция ивент-компонента в IMC

3. ТИПОЛОГИЯ ИВЕНТОВ

- Типы и форматы ивентов, их роль и назначение. Особенности структуры и реализации ивентов различных форматов, что общего, и в чем различия. Ивенты как сопутствующий элемент в IMC, и как его ядро. Коммерческие и некоммерческие проекты. Особенности подходов в том или ином случае
- Обзор основных трендов индустрии и лучших российских и мировых кейсов

4. B2C ИВЕНТЫ

- Организационные особенности планирования ивентов для потребителей (массовые мероприятия, локальные ивенты, презентации и т.д.)
- Принципы работы с аудиторией
- Практический модуль

5. B2B ИВЕНТЫ

- Организационные особенности планирования ивентов для бизнеса (конференции, корпоративные мероприятия, выездные мероприятия и т.д.)
- Принципы работы с аудиторией
- Практический модуль

6. PRESS ИВЕНТЫ

- Организационные особенности планирования ивентов для прессы
- Принципы работы с аудиторией
- Практический модуль

7. ПРОЧИЕ ФОРМАТЫ ИВЕНТОВ

- Организационные особенности планирования выставок и прочих форматов
- Принципы работы с аудиторией
- Практический модуль

8. PR — ЗНАЧЕНИЕ В ИВЕНТЕ

- Внутренний и внешний PR
- PR как инструмент в проекте (анонс мероприятия, поддержка и пост эффект)
- PR как основа проекта. Принципы создания пиароёмких проектов
- PR-ивент как ядро интегрированной маркетинговой коммуникации
- Социальные проекты

Программа курса Ивент-менеджмент

9. DIGITAL В ИВЕНТЕ

- Digital в сети — как инструмент в проекте (анонс мероприятия, поддержка и пост эффект)
- Стандартные и нестандартные offline digital решения на площадке мероприятия, типичные риски

10. РАБОТА С ИНФОРМАЦИЕЙ — КАК ОСНОВА ПРОФЕССИИ

- Законы устной и письменной деловой коммуникации
- Правила работы с информацией, структура подачи
- Переписка. Принципы ведения и типичные ошибки
- Презентация. Принципы создания структуры и личной защиты
- Client Service. Ключевые принципы обслуживания клиентов как залог успеха проекта и бизнеса
- Возможные кризисы и риски в коммуникации, и как с ними работать, укрепляя при этом отношения с клиентом и командой

2 ТРИМЕСТР - ПРАКТИЧЕСКИЙ КУРС. ГЛУБОКОЕ ПОГРУЖЕНИЕ В ПРОФЕССИЮ. ОТРАБОТКА КАЖДОГО ЭТАПА НА ПРАКТИКЕ

11. ИВЕНТ- МЕХАНИЗМ. АККАУНТ — ДВИГАТЕЛЬ ВСЕХ ПРОЦЕССОВ И ГЛАВНЫЙ ЭКСПЕРТ

- Разбираем на запчасти. Составные части проекта и этапы реализации
- Функции и обязанности ивент-менеджера / аккаунт менеджера, его ключевая роль в проекте в целом и на каждом из этапов в частности
- Принципы и важность эффективной коммуникации и эффективного управления
- Неотъемлемый инструментарий ивент менеджера / аккаунт менеджера

12. УПРАВЛЕНИЕ ЗАДАЧАМИ

- Клиентский бриф. Анализ задач и принципы работы с клиентом на этом этапе
- Внутренний бриф. Распределение и правильная постановка задач внутри команды
- Контроль результата и отслеживание соответствия задачам

13. УПРАВЛЕНИЕ ВРЕМЕНЕМ, ПРОЦЕССАМИ И КОМАНДОЙ

- Проектная команда — грамотное формирование и эффективное управление штатными и нештатными сотрудниками
- Тайм-менеджмент — точки невозврата, управление дедлайнами и коммуникация по срокам с командой и клиентом
- Статус-репорты и митинг-репорты — важность и принципы документального фиксирования всех изменений на проекте

14. УПРАВЛЕНИЕ КРЕАТИВНЫМИ РЕСУРСАМИ

- Стратегия. Возможные сценарии и роль аккаунта в процессах
- Идея. Разработка идеи проекта или реализация идеи от клиента. Принципы работы с креативным отделом своего агентства и креативным агентством клиента
- Разница между коммуникационным и активационным креативом
- Принципы работы с креативным отделом при разработке активационного копирайта и дизайна
- Особенности согласования креатива с клиентом

Программа курса Ивент-менеджмент

15. УПРАВЛЕНИЕ КОНТЕНТОМ

- Wow-эффекты и инновационные технологии
- Сценарий ивента и работа с режиссерами
- Артисты различных жанров
- Эксперты, лидеры мнений, блогеры
- Партнеры, предоставляющие контент на мероприятие
- Временный персонал
- Видео-операторы и фотографы

16. УПРАВЛЕНИЕ ПЛОЩАДКОЙ

- Типы локаций и особенности работы с площадками и ее представителями
- Принципы организации пространства в зависимости от типа локации
- Необходимые согласования и возможные нюансы и риски

17. ПРОИЗВОДСТВЕННОЕ И ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОЕКТА

- Застройка
- Производство
- Техническое оборудование и персонал
- Логистика

18. УПРАВЛЕНИЕ БЮДЖЕТОМ

- Сметы. Формирование сметы проекта, возможности оптимизации, аргументации при защите, важность четкого контроля за бюджетом, возможные риски. Объемный практический модуль по формированию навыков расчета детальной сметы по брифу
- Финансирование проекта. Важность финансового планирования, грамотное планирование оплат от клиента и затрат на проект для обеспечения бесперебойного финансирования проекта
- Проектная документация — основы документооборота и его значение для финансовой и юридической безопасности проекта

19. УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ. РИСК МЕНЕДЖМЕНТ

- Типы рисков при организации мероприятий и возможные пути решения (финансовые, юридические, правовые, временные, погодные, человеческий фактор, и т.д.)
- Практическая работа с реальными кейсами, навыки своевременного обнаружения рисков

20. УПРАВЛЕНИЕ НА ЭТАПЕ СТАРТА ПРОЕКТА. ЛОГИСТИКА МЕРОПРИЯТИЯ В ДЕНЬ X

- Сценарный план
- Технический сценарий
- Чек листы, статус митинги, контакт листы
- Монтаж-демонтаж
- Объемный практический модуль по аккумулярованию всей проектной информации, мобилизации команды и тотального контроля аккаунтом всех процессов по запуску проекта

21. FOLLOW UP

- Анализ итогов проекта, анализ KPI, разбор полетов, ключевые выводы, работа с командой.
- Подготовка итогового отчета и его презентация клиенту

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.



Контакты

Если вы хотите стать частью Wordshop, но еще не определились со специальностью, мы всегда готова вас выслушать, помочь и поддержать. Связаться с куратором набора можно по почте nabor@wordshop.academy или по телефону +7 (495) 233-66-31.