

# **Об Академии Коммуникаций WORDSHOP**

**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

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.

В Академии разработан годовой курс фестивального креатива, который ведут Исполнительный креативный директор РА Geometry Global Олег Туманов и Head of Art & Design Анастасия Бухонкина. Его могут посещать все желающие студенты всех рекламных направлений (копирайтеры, арт-директора, стратеги, продюсеры). В ходе курса студенты будут учиться создавать лучшие в мире креативные идеи, смело и ярко их подавать и участвовать в международных креативных фестивалях. Цель курса – выиграть креативные фестивали Future Lions, Young Lions и D&AD, а также собрать фестивальное портфолио.

Сегодня любому уважающему себя рекламщику мало иметь в портфолио хорошие работы, к ним должны прилагаться трофеи с рекламных фестивалей. И Wordshop – лучшее место, чтобы научиться их выигрывать: ТОП-6 лучших young creators России за 2016 год являются нашими выпускниками.

**Во время обучения в Академию приходят с гостевыми лекциями лучшие специалисты индустрии:** дизайнеры, рекламисты, режиссеры, технические специалисты, продюсеры. Их увлекательные рассказы и кейсы помогают понять, как устроен бизнес и какие требования к выбранной профессии.

Большими событиями для студентов являются публичные **открытые защиты курсовых и дипломных проектов**. Они проходят при участии ведущих специалистов индустрии и часто превращаются в ярмарку вакансий (т. к. кадровый голод до сих пор существует во многих творческих индустриях). Члены жюри часто после учебных показов приглашают к себе понравившихся студентов на собеседования. Кроме того, через Академию проходят многие джуниорские вакансии от HR-специалистов. Подобные вакансии публикуются в закрытых группах Академии на ФБ.

В течение года все педагоги Академии работают со студентами над их портфолио. Перед трудоустройством студенты подъезжают с работами на портфолио-ревью, в ходе которого происходит отбор лучших работ и их систематизация, а также выработка уникального концепта портфолио данного студента. В результате все портфолио наших выпускников не похожи друг на друга, они постоянно пополняются и совершенствуются и всегда впечатляют работодателей своим уровнем и многочисленными навыками.

**Внеучебные мероприятия** Также ежегодно все студенты имеют возможность в марте съездить с Академией на неделю в столицу мира (Лондон, Берлин, Нью-Йорк) и послушать лучших специалистов в области рекламы, дизайна, нью-медиа, современного искусства. Поездка сопровождается посещением РА, дизайн-студий, видео-продакшнов, музеев, частных галерей. Большинство этих мест являются закрытыми для посетителей и принимают только группу от Wordshop (по предварительной договоренности с привлечением контактов Академии и ее преподавателей).

# Программа факультета

## «Кино и видеопроизводство»

### Кто работодатель (куда можно будет трудоустроиться):

По окончании курса будет проведён питчинг, на котором студенты защитят свой готовый к реализации аудиовизуальный проект (короткометражное кино, концепция клипа, рекламы, сериал, художественное полнометражное кино) перед ведущими продюсерами и режиссерами киноиндустрии. По окончании курса в разные годы, студенты были трудоустроены как в кино, так и в рекламные продакшены. Также после курса у студентов открывается возможность поучаствовать в реализации большого проекта, как на стадии production, так и post production.

### Манифест профессии:

Продюсер кино-видео производства-это не только экономист, но и невероятно творческая личность. В нашей профессии важно знать всё: от истоков драматургии до того, как выпустить и продать аудиовизуальный продукт.

Быть продюсером — это разбираться в тонкостях каждой профессии, связанной как с производством и пост производством проекта, так и с маркетинговой стратегией. Также важным фактором для продюсера является умение общаться с людьми, налаживать связи и обрести важными контактами. Если ты решил быть продюсером, будь им!

## Из пункта А в пункт В за учебный год

Пункт А. Кого мы ждём:

Курс ориентирован на начинающих специалистов в сфере production и postproduction, которые имеют базовые навыки работы в сфере рекламы или кинопроизводства. В процессе обучения студенты осваивают основы продюсирования теле- и кинопроектов разной степени сложности (клипы, реклама, короткометражное кино, полные метры), основы драматургии и сценарного мастерства, режиссуры монтажа, цветокоррекции, звукорежиссуры, а также изучают основы маркетинговой стратегии выпуска аудиовизуального проекта, историю изобразительного искусства и аспекты современной визуальной культуры.

Пункт В. Кого выпускаем:

Наш выпускник — это человек, который может работать организатором производства, исполнительным продюсером или продюсером Post Production. После прохождения обучения он будет:

- понимать процесс production и его значение в ТВ и кино-производстве;
- использовать техники продакшна для выражения идей визуального искусства в творческих проектах;
- планировать и выстраивать приоритеты на всех этапах производства;
- руководить процессом продакшена и постпродакшна в ТВ и кино-производстве;
- участвовать в постановке творческих задач съемочной группе и группе postproduction;
- иметь готовый проект к реализации (от идеи до выпуска)

**1 триместр:** с 01 октября по 28 декабря.

**2 триместр:** с 10 января по 24 марта.

**3 триместр:** с 01 апреля по 31 мая.

**Защита дипломных проектов – июнь.**

	<b>1 триместр</b>	<b>2 триместр</b>	<b>3 триместр</b>
<b>Профильные предметы</b>	Мастерская куратора	Мастерская куратора	Мастерская куратора
	История киноязыка	История киноязыка	История киноязыка
	Креативное видео	Креативное видео	Креативное видео
	Короткий метр	Сериалы	Кинодраматургия
	Руководство и продюсирование проектов *	Руководство и продюсирование проектов	Руководство и продюсирование проектов
<b>Потоковые общие лекции</b>	Коммуникация и психология	Мировая художественная культура	Современное искусство
		Музыка и мы	Искусство презентаций

*\*Студентам курса Кинопроизводство рекомендуется посещать курс «Руководство и продюсирование проектов»*

*Одной из особенностей Академии является «модульная» система, которая позволяет все 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.*

**1 триместр**  
с 01 октября по 28 декабря  
**Профильные предметы**



# Мастерская куратора

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. Синопсис.
- 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)

# История киноязыка

## **Задачи курса:**

Все мы общаемся на том или ином языке. Кто-то знает два языка, кто-то десять, а кто -то и один никак не может в полной мере освоить. У кино есть тоже свой язык – язык образов, через который можно передавать ту или иную информацию, причём как коммуникативного, так и эстетического свойства. Изучение языка кино – как изучение иностранного языка – сначала ты учишь буквы, потом буквы складываешь в слова, слова в предложения, предложения в текст. Научившись писать тексты, ты сможешь создавать художественные произведения.

Данный курс как раз и предназначен для того, чтобы на примерах шедевров кинематографа научиться говорить и мыслить на языке кино. Не просто смотреть фильм, но видеть и понимать его структуру и овладеть ей.

## **Принцип преподавания:**

Курс включает в себя базовые знания по целому ряду предметов: история кино, теория кино, основы кинорежиссуры, драматургии. Курс построен на просмотре и анализе самых важных, инновационных картин своего времени. Фильмов, которые внесли в мировой киноязык нечто новое и преобразили кинематограф. Фильмов, которые являются манифестом целых направлений в киноискусстве. На каждом занятии даётся информация о фильмах, изменивших киноязык, об их авторах и времени, в котором они создавались. Подробно разбираются и обсуждаются отличительные, новаторские особенности, которые открыла та или иная кинокартина, повествовательный и изобразительный аспекты фильма. Для большей наглядности просматриваются и анализируются отдельные сцены.

## **Итоговая работа.**

Студенты сдают экзамен на знание истории зарубежного и отечественного кино и проводят полный анализ одного из изученных фильмов.

## **Программа 1. История развития 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.

## **Просмотр кинолент, изменивших киноязык. Октябрь – май.**

- Программа фильмов «Самые первые» (среди которых: «Прибытие поезда», «Политый поливальщик», «Выход рабочих с фабрики», «Кормление ребёнка»), Луи и Огюст Люмьер, Франция, 1895. 30 мин, октябрь.
- Программа фильмов «Магия Мельеса» (среди которых: «Путешествие на луну», «Человек с резиновой головой», «Луна с одного метра»), Жорж Мельес, Франция, 1902, 1901, 1898. 60 мин, октябрь.
- Программа фильмов «Фильмы, создавшие кино» (среди которых: «Бабушкина лупа», Джорджа Альберта Смита, Великобритания, 1900, 1 мин; «Большое ограбление поезда», Эдвин Портер, США, 1903, 11 мин; «Энох Арден», Девид Уорк Гриффит, США, 1911, 33 мин. и др. 60 мин, октябрь.
- Программа фильмов «В компании Макса Линдера» (Среди которых: «Макс ищет невесту», «Макс скрывается от полиции» и др.) Макс Линдер, Франция, 1910. 84 мин, октябрь.
- «Понизовая вольница», В. Гончаров (Ателье А. Дранкова), Россия, 1908. 8 мин, октябрь.
- «Жизнь за жизнь», Евгений Бауэр, Россия, 1916, в главной роли Вера Холодная. 48 мин, октябрь.
- «Нетерпимость», Девид Уорк Гриффит США, 1916. 198 мин, октябрь.
- «Генерал», Бастер Китон, США, 1927. 75 мин, октябрь.
- «Алчность», Эрих фон Штрогейм, США, 1925. 140 мин, октябрь.
- «Золотая лихорадка», Чарльз Чаплин, США, 1925. 73 мин, октябрь.
- «Кабинет доктора Калигари» Роберт Вине, Германия, 1919. 72 мин, октябрь.
- «Последний человек», Фридрих Мурнау, Германия, 1925. 105 мин, октябрь.
- «Метрополис», Фриц Ланг, Германия, 1925. 116 мин, октябрь.

- «Безумие доктора Тюба», Абель Ганс, Франция, 1915. 11 мин, ноябрь.
- «Наполеон», Абель Ганс, Франция, 1927. 225 мин, ноябрь.
- «Страсти Жанны Д'Арк» Карл Теодор Дрейер, Франция, 1928. 88 мин, ноябрь.
- «Андалузский пёс», 15 мин., и «Золотой век», 75 мин., Луис Бунюэль, Франция, 1928, 1930. Сценарист: Сальвадор Дали. 90 мин, ноябрь.
- Программа «Шедевры киноавангарда» (среди которых: «Антракт» Рене Клера, «Механический балет» Фернана Леже, «Диагональная симфония» Викинга Эггелинга, «Ритм 1923» Ганса Рихтера, блестящие работы Мана Рэя и другие шедевры), Франция, Германия, 1924-1928. 75 мин, ноябрь.
- «Необычайные приключения мистера Веста в стране большевиков», Лев Кулешов, СССР, 1924. 65 мин, ноябрь.
- «Броненосец Потемкин», Сергей Эйзенштейн, СССР, 1925. 75 мин, ноябрь.
- «Октябрь», Сергей Эйзенштейн, СССР, 1927. 99 мин, ноябрь.
- «Мать», Всеволод Пудовкин, СССР, 1928. 83 мин, ноябрь.
- «Земля», Александр Довженко, СССР, 1930. 70 мин, ноябрь.
- «Человек с киноаппаратом», Дзига Вертов, СССР, 1929. 70 мин, ноябрь.
- «М», Фриц Ланг, Германия, 1931. 106 мин, декабрь.
- «Под крышами Парижа», Рене Клер, Франция, 1930. 92 мин, декабрь.
- «Иван Грозный. Боярский заговор», Сергей Эйзенштейн, СССР, 1945. 81 мин, декабрь.
- «Набережная туманов», Марсель Карне, Франция, 1938. В главных ролях: Жан Габен, Мишель Симон и др. 87 мин, декабрь.
- «Гражданин Кейн», Орсон Уэллс, США, 1941. 119 мин, декабрь.
- «Мальтийский сокол», Джон Хьюстон, США, 1941. 101 мин, декабрь.

## Креативное видео

### **TVC MAKING (Crush Course).**

Данный курс сочетает теоретические занятия (обзорные лекции) и практическую работу.

В процессе занятий студенты создают/снимают несколько коротких видеоскетчей и одну зачётную видеоработу. Зачётной работой может быть: рекламный ролик или короткометражный фильм или музыкальный клип (формат, жанр и техника любые: от анимации до видеоарта).

Студенты снимают на собственные средства. Организаторы не предоставляют техническую базу для производства роликов.

По окончании первого семестра студенты сдают зачётную работу.

Занятия проходят раз в неделю.

### **Занятие № 1. День открытых дверей в голове Арт-директора Андрея Мусина.**

Жанры рекламы, форматы, креативные платформы и вообще... зачем всё это надо?

Домашнее задание (срок выполнения 2 недели):

- а) Фото-фильм. 10-ю кадрами надо рассказать историю.
- б) Написать монолог в литературной форме от своего лица о том, что очень сильно волнует. Объём — 1 стр.

### **Занятие № 2. Как? Как написать хорошую историю для экрана? (часть 1-я).**

Основы «экранной» драматургии. Элементы, из которых состоит интересная история.

### **Занятие № 3. Как? Как написать хорошую историю для экрана? (часть 2-я).**

Основы «экранной» драматургии. Элементы, из которых состоит интересная история.

Домашнее задание (срок выполнения 1 неделя).

Задание: написать несколько коротких диалогов в нескольких ситуациях (2 — 3 персонажа).

#### **Занятие № 4. Герой.**

Конфликт и характер.

Домашнее задание по драматургии: «Ссора в лифте» (срок выполнения 1 неделя).

#### **Занятие № 5. Литературное мышление vs Киноязык (часть 1-я).**

Что и как работает на экране?

Домашнее задание (срок выполнения 2 недели): Раскадровать картину в 15 — 20 кадрах.

#### **Занятие № 6. Литературное мышление vs Киноязык (часть 2-я).**

Что и как работает на экране?

#### **Занятие № 7. POV & DIRECTORS CHOISE (часть 1-я).**

Что надо знать перед тем, как рисовать сториборд?

Домашнее задание/ЗАЧЁТНОЕ (срок выполнения 4 недели). Сделать фоторепортаж. Написать заявку: тема, почему это важно, почему я хочу об этом рассказать, где что происходит. Плюс: какие средства собираюсь использовать.

#### **Занятие № 7. POV & DIRECTORS CHOISE (часть 2-я).**

Что надо знать перед тем, как рисовать сториборд?

#### **Занятие № 8. СОБЫТИЕ.**

О чём кино и на что смотреть?

#### **Занятие № 9. ПРОСМОТР.**

Открытый просмотр зачётного задания (фоторепортаж).

**1 триместр**  
с 01 октября по 28 декабря  
**Потоковые лекции**



# «КОММУНИКАЦИЯ И ПСИХОЛОГИЯ»

**Что скрывается под названием курса «КОММУНИКАЦИЯ И ПСИХОЛОГИЯ».**

**Почему появилось то, что я хочу рассказать.**

Я уже четверть века занимаюсь коммуникациями. Сначала я думал, что занимаюсь рекламой, но потом все же понял, что коммуникацией. Этой смене моего отношения к своему занятию способствовала грандиозная смена характера рекламы за последние 20 лет. И дело тут даже не в том, что появилось то, что называется Digital, а в том, что радикально изменилась структура сообществ и характер общения людей. Появилось огромное количество субкультур, небольших сообществ, временных объединений и проч. и проч., что заставило совершенно иначе посмотреть на то, как работают бренды, как работает связи, как работает коммуникация.

**Как появилось то, что я хочу рассказать.**

В результате большого числа экспериментов по построению коммуникационных стратегий для больших и малых брендов в совершенно различных сегментах, появилась масса наработок, которые связаны и с культурологией, и с психологией, и с социологией - т.е. как всегда на стыке наук нашлось что-то новое. В разработке этого нового принимали участие специалисты самых разных областей. Одни работают в стратегическом маркетинге, кто-то занимается геймификацией, кто-то психологией, кто-то разрабатывает программы тренингов для персонала - все мы принесли что-то свое и унесли что-то, что нам было необходимо. Какой-то частью наших находок я хотел бы поделиться.

**Что я хочу рассказать.**

На самом деле, все просто. Если вы наберете в поисковике «теория информации», то на всех предложенных страницах будет написано про то, что кодировка передатчика должны соответствовать кодировке приемника. Иначе информация не пойдет. Собственно, вот про это мы и поговорим. Поговорим со стороны социологии, со стороны психологии и культурологии. Более подробно смотрите в программе. Более кратко можно сказать: **«Какого черта мы не понимаем друг друга и как это изменить?»**

### **Почему это важно стратегам.**

Потому что ваш бренд должен говорить на одном языке с потребителем. И потому что стандартные описания аудиторий, используемые в настоящее время, уже не работают. Я первым начал использовать Теорию Поколений при разработке стратегий - лет 10 назад. Теперь это становится мейнстримом. А мы с вами посмотрим еще много того, что помогает разобраться с настройками кодировок на линии бренд - потребитель и еще на то, как найти общую систему смыслов для бренда и потребителя.

### **Почему это важно креативу.**

Может быть, вы не заметили, но ваша/наша работа - это найти язык, на котором вы сможете донести ценности бренда до аудитории. Ну, или найти тот язык, на котором бренд сможет общаться с потребителем. Если вы это заметили, то прошу в аудиторию, а если не заметили, то тем более.

### **Почему это важно режиссерам и сценаристам.**

Потому что мы с вами создаем миры. А в основе любого мира - система смыслов - то самое Слово, которое было в начале Сотворения Мира. Эта система смыслов задает законы создаваемого вами мира, она создает те культурные коды, которые позволяют вашему созданному миру выживать и вовлекать не только зрителей, но и продюсеров, актеров. Ваш нарратив - он или создает привлекательную систему смыслов, в которой хочется жить и которую хочется смотреть, к которой хочется иметь отношение, или нет.

### **Почему это важно всем.**

Потому что для эффективного существования нам необходимо эффективно коммуницировать. А коммуницировать нам приходится с представителями совершенно разных культур и сообществ, с людьми, которые совершенно иначе, чем мы, расставляют приоритеты в своей жизни, которые имеют иные цели и ценности. Мне кажется важным научиться создавать новые миры, научиться слышать представителей других миров и делать вместе что-то совершенно новое, что можно сделать только с людьми, имеющими разные точки зрения.

Увидимся!

## «КОММУНИКАЦИЯ И ПСИХОЛОГИЯ»

### Тема: Смена цивилизаций, смена мышления и коммуникаций.

- **Информационная цивилизация.**
- 3 волны, 3 смены цивилизаций - Сельскохозяйственная - Индустриальная - Информационная.
- Как ломаются стереотипы, как меняется парадигма.
- Изменение коммуникации.
- От AIDA к AISAS.
- **Теория племен.**
- Племена как реализация потребности быть другим и потребности в смене впечатлений.
- Смена поведенческих сценариев как основной показатель качества жизни.
- **Схема потребительских мотиваций Censydiam и тренды.**
- Схема потребительских мотиваций Censydiam и ее использование в анализе трендов.
- Ценности и мышление индустриальной и информационной цивилизаций - принципиальные отличия.
- Тренды как реализация перехода к информационной цивилизации.
- **Теория поколений.**
- Закономерности и связи психологических особенностей и поколений.
- Малкольм Гладуэлл - «Гении и аутсайдеры».
- Нейл Хоув и Вильям Штраус - «Теория поколений».
- Общие закономерности.
- Различия в психологических особенностях поколений.
- **Поколения Y и Z как основная целевая группа для маркетинговых и корпоративных коммуникаций.**
- «Предчувствие» появления нового человека.
- Ценности, личность, индивидуальность.
- Работоспособность, лояльность, отношение к корпоративным ценностям.
- Поведенческие стереотипы.
- Потребительские стереотипы.

## **Тема: Психология, восприятие, творчество.**

- **Мы не живем в реальности.**
- Матрица сознания. Осмысление реальности. Субъективная реальность как система смыслов, связывающая всё.
- Что мы воспринимаем? Как мы воспринимаем? Интуиция, эвристика или когнитивный процесс. 2 системы Даниэля Канемана.
- Когнитивные ловушки и оптические иллюзии.
- Искажение реальности и когнитивная слепота.
- Интенциональность, клиповое мышление, рассеянное внимание и прочие штуки, которые преобразуют реальность.
- Фрейд. Супер-Его, Его, Ид и защитные механизмы.
- Когнитивные науки в свете нового взгляда на маркетинг.
- Работа со смыслами Виктора Франкла.
- **Творчество и что с этим делать?**
- Поисковая активность Вадима Ротенберга.
- Поток Милая Чиксентмихая.
- Этапы творческого процесса Пуанкаре.
- Творческие люди и что с ними делать. Управление творческим коллективом.

## **Тема: Система смыслов. Работа со смыслами.**

- Смысл как важнейшая потребность.
- Смысл - основа организации.
- Система непротиворечивых смыслов как основа организации социальных систем от временных сообществ до брендов и религий.
- Работа со смыслами.
- Воспитанная беспомощность - жесткие способы работы с аудиторией.
- Управление смыслами. Упаковка смыслов.
- Сторителлинг как способ работы со смыслами.
- Геймификация как способ работы со смыслами.
- Визуализация как способ упаковки смыслов.
- Борьба с неопределенностью.
- Толерантность к неопределенности как важнейшее качество современного человека в условиях быстроизменяющейся реальности.
- Пересечение смыслов, пересечение сообществ как средство создания новых сценариев при разработке программ по улучшению состояния городской среды.

**2 триместр**

с 10 января по 24 марта

**Профильные предметы**

# Мастерская куратора

## 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)

## История киноязыка

- «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.
- «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.

## Креативное видео.

Занятие № 10. КАДР.

Домашнее задание №1(срок выполнения 2 недели):

а) Снять короткую историю одним планом.

Домашнее задание №2 (срок выполнения 4 недели):

б) Написать сценарий зачётной работы ( короткометражный фильм/музыкальное видео/рекламный ролик).

Занятие № 11. СВЕТ И АТМОСФЕРА (часть 1-я).

Занятие № 12. СВЕТ И АТМОСФЕРА (часть 2-я).

Занятие № 13. ОТКРЫТЫЙ ПРОСМОТР.

Домашнее задание №1.

Занятие № 14. МУЗЫКА РЕАЛИЗУЕТ ИЗОБРАЖЕНИЕ.

Что и как звучит на экране?

Обсуждение и разбор сценарных заявок студентов.

Занятие №15. ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ.

Утверждение заявок и начало съёмочного периода.



# Сериалы

## **1 занятие. Классификация сериалов.**

Поговорим о российском и мировом рынке сериалов;

Классифицируем сериалы по жанрам, аудиториям, структуре и производственным характеристикам;

Определимся с актовой структурой сериалов для различных жанров;

Научимся делать структурный разбор сериалов;

Обсудим потребности российского рынка сериалов и ключевых игроков — заказчиков и производителей;

Разберем структуру авторской группы на работе над сериалом;

Выявим основные вопросы, на которые будем искать ответы в течение курса.

## **2 занятие. Драма**

Почему мы смотрим сериалы?

Хай концепт и Лоу концепт.

Конструкция логлайна.

Блуждающие (вечные) сюжеты.

Тема, посыл, авторская позиция.

Драма. Действие, перемена и цель.

Протагонист и антагонист.

Путь героя.

Просмотр и разбор сериала «Однажды в сказке».

### **3 занятие. Подвиды драмы.**

Криминальная драма;

Производственная и процедуральная драма;

Фантастическая\мистическая\комикс\триллер драма;

Мелодрама;

Детектив;

Мюзикл;

Как оформить заявку на драму;

Разбор заявки драматического сериала.

### **4 занятие. Комедия**

Разбор ДЗ: Питчинг собственных заявок на драму.

Разновидности комедий.

Ситком и однокамерная комедия — как лидеры среди комедийных сериалов;

Какие были, есть и будут ситкомы?

Чем ситком отличается от других сериалов;

«Миры» ситкомов: их классификация и особенности;

Персонажи ситкомов, как их создавать.

## **5 занятие. Комедия. Продолжение.**

Особенности и задачи первой серии ситкома;

Как создавать комедийную ситуацию? Что такое «комедийная перспектива»?

Сюжет и тема в ситкомах;

Линия, А, Б, С. Как с ними работать.

Как написать истории на сезон? Сложности и штампы.

Написание диалогов в ситкоме. Инструменты и приемы для создания шуток.

Особенности производства и телесмотрения ситкомов в России.

Как оформить заявку на ситком.

Разбор заявок популярных ситкомов.

Д\з: разработка комедии по ТЗ.

## **6 занятие. Сериалы смешанных жанров.**

Разбор ДЗ по комедиям.

Разбор структуры сериалов смешанных жанров: драмеди, комедийный детектив, детективный ситком и т. д.

Кейс по разработке сериалов в жанре драмеди.

## **7 занятие. Адаптация сериала.**

Опыт российского рынка по адаптации сериалов;

Правовая база адаптации сериалов для сценаристов;

Практический кейс по адаптации сериала.

## **8 занятие. Сформируется по ходу курса, из наиболее интересующих вопросов.**

Список сериалов, которые будем обсуждать в ходе курса, мы сформируем вместе со студентами на первом занятии из предпочтения большинства.

**2 триместр** с 10 января по 24 марта  
**Потоковые лекции**

# Мировая художественная культура

- Культура в эволюции.
- История культуры, смена культур, смены парадигмы. Связь господствующей идеологии, ее развития с развитием искусства.
- Индустриальная цивилизация. Переход от Сельскохозяйственной к Индустриальной цивилизации.
- Информационная цивилизация. Переход от Индустриальной к Информационной цивилизации.
- Модерн. Искусство. Философия.
- Постмодерн. Искусство. Философия.
- Понятия и термины современной культуры.
- Постмодернизм — проблемы элитарного и массового в культуре.
- Ранние культуры. Искусство первобытного человека. Ранние цивилизации. «Эпоха Маат».
- Античность.
- Средневековье. Христианство от патристики до схоластики.
- Возрождение. Реформация.
- Барокко. Рококо. Романтизм (Просвещение).
- Классицизм. Эkleктика.

# Музыка и мы

- Старые и новые пути западной музыки.
- Современное восприятие музыки. Интегральное мировоззрение. Композиционные подходы. Элементарная музыка. Интуитивное музицирование и групповые импровизации. Модели импровизации. Психоделическая музыка. Иллюзия наркотика.
- Внеевропейская музыка.
- Музыка мифологического и магического сознания. Ритмические аспекты.
- Эзотерический мир звуков и исследование гармонического.
- О знании древних. Гармония сфер. Монохорд. Обертоновый ряд. Зарождение электронного звука. Гармония и науки. Значение мантры. Человеческий организм и его акустические зоны. Аналогия между человеком и миром звуков. Тембр как носитель духовного начала. Музыка между мирами.
- О природе таланта.

**3 триместр**

с 01 апреля по 31 мая

**Профильные предметы**



## Мастерская куратора

### 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 собственным проектом.

### Питчинг.

## История киноязыка

- «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.
- Просмотр кинолент, изменивших киноязык.
- «Малхолланд Драйв», Дэвид Линч, США-Франция, 2001. 145 мин, Апрель.
- «Криминальное чтиво», Квентин Тарантино, США, 1994. 154 мин, Апрель.
- «ДОГМА I – Торжество», Томас Винтерберг, Дания-Швеция, 1998. 110 мин, Апрель.
- «Беги Лола, беги», Том Тыквер, Германия, 1998. 85 мин, Май.
- «Тайм код», Майк Фиггис, 2001, США. 93 мин, Май.

## Креативное видео

Занятие № 16. РАБОТА С АКТЁРОМ (часть 1-я).

Практическое занятие.

Занятие №17. МОНТАЖ.

Что надо знать перед тем, как начать монтировать снятый материал?

Занятие №18. РАБОТА С АКТЁРОМ (часть 2-я).

Практическое занятие.

Занятие № 19. ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ.

Обсуждение работ студентов (work in progress).

Занятие №20. ОТКРЫТЫЙ ПРОСМОТР.

Просмотр финальных/зачётных работ.

По итогам курса студентам ставится оценка в диплом.

Студенты, не сдавшие ЗАЧЁТНУЮ ФИНАЛЬНУЮ РАБОТУ, не аттестуются, вместо оценки им ставится в диплом прочерк (прослушал курс лекций).

# Кинодраматургия

## 1. История

- Принципы драматургии. Почему мы смотрим кино? «Бродячие» сюжеты.
- Сюжет и фабула. Основной вопрос сюжета.
- Драматическая ситуация.
- Структура истории. Пять поворотных пунктов.
- Драматическая перипетия.
- Структура эпизода и сцены.
- Тема фильма. Управляющая идея.

## 2. Герой

- Главный герой (протагонист).
- Идентификация зрителя с героем. Симпатия и сопереживание.
- Внутренний и внешний конфликт. Проблемы героя. Мотив.
- Характер. Героя определяют поступки.
- Путь героя (арка героя).
- Система персонажей: протагонист, антагонист, объект любви, confident.

### **3. Теория в действии (или «как это работает»)**

- Разнообразие жанров. Сложные структуры.
- Киноформаты — полные и короткие метры.
- Телеформаты — «вертикальные» и «горизонтальные» сериалы, ситкомы, телефильмы, теленовеллы.

### **4. Этапы работы над сценарием**

- Идея. Заявка.
- Развернутый синопсис.
- Поэпизодный план.
- Сценарий. Литературная запись и «американский» формат.

**3 триместр**  
с 01 апреля по 31 мая  
**Потоковые лекции**

# 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.

## **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 получат 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.

## **ЗАНЯТИЕ #3**

### **ПРЕЗАНТАЦИЯ АГЕНТСТВА/КОМПАНИИ. ПРЕЗЕНТАЦИЯ ПРОЕКТА. ЛОГИКА ПРЕЗЕНТАЦИИ.**

Умей быть понятым. 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-рилы 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.

**Практическая часть:**

- 1) тест на неподготовленное высказывание
- 2) актёрский тренинг и практика small talk и elevator talk.