

# **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

## «Руководство и продюсирование проектов»

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

Теле-, кино- и рекламные производственные компании, а также диджитал-агентства.

Кто такой продюсер? Расхожее мнение – продюсер, это тот человек, который ищет деньги на производство видеоконтента. Это так, но это лишь крохотная часть того объема работ, который должен уметь осуществлять продюсер. По сути, продюсер – это прораб, но только не на стройке, а на съемочной площадке. Он должен уметь предложить идею, которая была бы покупаема как заказчиком, так и зрителем, привлечь специалистов для работы над воплощением идеи, проконтролировать их работу, уложиться в намеченные сроки, и главное – разумно израсходовать привлеченные средства, дабы порадовать акционеров производящей компании хорошей прибылью.

В кино, рекламе и на ТВ продюсеры подразделяются на две категории – это продюсеры креативные, которые отвечают за художественную составляющую видеопродукта, и исполнительные, контролирующие бюджет и организующие производство. Но нам бы хотелось взрастить из вас продюсеров генеральных, одинаково хорошо совмещающих в себе и те и другие навыки. Это очень непросто, для этого надо не только учиться, но много и упорно трудиться – ведь только опыт даст тот необходимый багаж знаний. Но если у вас получится – ваши знания и умения будут на вес золота, и на рынке труда вам обеспечен аншлаг.

**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 (диплом)
	Продюсирование offline	Продюсирование online	Продюсирование документального видео
	История киноязыка	История киноязыка	История киноязыка
	Кинопроизводство	Кинопроизводство	Кинопроизводство
	Основы менеджмента	Музыка и мы	Искусство презентации
<b>Потоковые общие лекции</b>	Коммуникация и психология	Мировая художественная культура	Современное искусство

*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

## Блок о ТЕЛЕВИДЕНИИ

### Тема: «Продюсирование ТВ-форматов»

Программа состоит из следующих разделов:

1. Форматы ТВ-шоу. Отличия и особенности производства студийных и внестудийных форматов.
2. Продюсирование студийных шоу-программ. Жанры студийных шоу. Календарно-постановочный план, бюджетирование проекта, состав съемочной группы, работа с креативной группой.
3. Продюсирование внестудийных ТВ шоу и сериалов. Реалити-шоу – съемки в стране и за рубежом. Технология производства, составление сметы, оптимизация состава съемочной группы, специфика написания сценариев.

### **1. ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА СОВРЕМЕННОГО ПРОДЮСИРОВАНИЯ ТВ-ШОУ**

- 1) Телевидение в контексте современной системы средств массовой информации. Основная зрительская аудитория. Специализация телевизионных каналов.
- 2) Конкуренция между телеканалами. Специфика программирования сетки. Тайм-слоты для студийных и внестудийных шоу-программ.
- 3) Производство студийных шоу программ – от идеи до воплощения, календарно-постановочного план – предпродакшн, продакшн, постпродакшн, как оптимизировать бюджет.
- 4) Ежедневные и еженедельные шоу-программы, состав и количество съемочных бригад, объемы работ для одной бригады.
- 5) Составление сметы проекта, профессиональная этика продюсера.



- 6) Работа с креативной группой – роль креативного продюсера, шеф-редактора, режиссера-постановщика и телевизионного режиссера в производственном процессе.
- 7) Тематика студийных шоу-программ – ток-шоу с реальными гостями, постановочные ток-шоу, музыкальные проекты и т.д. – специфика производства.
- 8) Работа с редакторской группой – написание сценариев, подбор гостей, кастинг актеров.
- 9) Подбор и кастинг ведущих, работа с ведущими.
- 10) Юридические аспекты при работе с аудиовизуальными произведениями, интегрированными в телепроекты. Очистка авторских прав.
- 11) Специфика производства внестудийных ТВ шоу. Важность правильно придуманной технологии производства.
- 12) Специфика креатива реалити-шоу, роль сценария в подобных программах.
- 13) Сильный кастинг – главная составляющая реалити-шоу.
- 14) Интеграция спонсорской рекламы в ТВ проекты. Продакт плейсмент. Как грамотно интегрировать спонсорскую рекламу, не разрушив целостность программы.
- 15) Рейтинги. Работа на результат.
- 16) Документооборот в видеопроизводстве.
- 17) Сериалы – от идеи создания до воплощения. Отличие производства сериалов от ТВ форматов. Виды форматов сериалов.

## **ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАДАНИЯ**

1. На примере ежедневного ток-шоу составить график его производства и примерную смету проекта.
2. Предложить состав творческой бригады, их количество.
3. Предложить оптимальную технологию производства.
4. На примере одного из брендов предложить варианты спонсорской интеграции в ток-шоу.
5. На примере внестудийного ТВ-шоу предложить оптимальный состав съемочной группы, составить график продакшена и постпродакшена.
6. Придумать и защитить свой ТВ-проект.

## Курс – offline продюсирование.

Курс для тех, кто хочет (или захочет в ходе занятий) стать успешным продюсером мероприятий, это могут быть фестивали, выставки, городские праздники, благотворительность и многое другое. Задача курса – сформировать комплексный подход к организации мероприятий, задача максимум для каждого студента – найти собственную уникальную идею мероприятия и разработать план для ее реализации. Курс включает 10 занятий, подготовку к зачету и зачет.

Мы будем встречаться с представителями индустрии, чтобы лучше понять, как все работает на практике, получить новые источники идей и вдохновения и задать им все возможные вопросы.

В ходе занятий будет происходить активное обсуждение проектов и work in progress.

Предварительный план занятий:

- Генерируем идею, ищем ниши и аудиторию для проекта.
- Вдохновляемся интересными проектами из США, Швеции, Франции, России и других стран.
- Планируем место и время проведения мероприятия.
- Составляем программу и план проведения мероприятия.
- Ищем деньги (источники финансирования).
- Формируем команду для реализации проекта.
- Знакомимся с необходимыми техническими понятиями.
- Составляем бюджет.
- Выходим на площадку.
- Проводим итоги и делаем выводы.

# 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 и ли 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 симфориния» 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.

# Кинопроизводство

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)



## Основы менеджмента

- Роль руководителя. Основные личностные характеристики. Образование и опыт. Рассмотрим на примере рекламных кампаний и задач агентств
- Основные задачи руководителя: управление, мотивация, обучение
- Стили управления и типы коллектива. 7 основных правил руководителя
- Руководитель никогда не ошибается? 5 частых ошибок начальника. Как их избежать.
- Как стать руководителем: умей "продать" свою кандидатуру. Определение подходящего момента роста Составление CV и проведение интервью.
- Как влиться в новый коллектив? Вы новый сотрудник или вы новый начальник ваших коллег. Пошаговая инструкция.
- Как выстроить имидж профессионального руководителя в глазах коллег и подчиненных.
- PR руководителя во внешней среды. Цель, инструменты и четкий план
- Как не забыть о себе. 5 правил соблюдения баланса.
- 3 основных модели структуры рекламных агентств. ЗА и ПРОТИВ
- Разбор кейсов: 3 часто встречающихся ситуации в коллективе - не командный игрок - конкурирующие кланы - противодействие изменению структуры

*Данный курс будет полезен как менеджерам, так и руководителям. Первым он даст толчок в развитии карьеры, понимание об эффективном ведении проектов, позволит лучше понять руководителей и наладить отношения в команде, представит бизнес-картину работы компании. Тех, кто уже стал руководителем, курс научит руководитель профессионально, избегать стрессовых ситуаций и расти дальше и выше. Кроме того, каждый из вас получит более четкое понимание работы агентства/компании, взаимодействия с руководством в крупных международных компаниях. Какой можно ожидать результат? Повышение на работе, начало карьеры руководителя!*

**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

## Блок о ТВ

1. Что такое телеформат и защищен ли он с точки зрения авторского права. Базовый и адаптированный формат.
2. Обзор и сравнительный анализ российских и зарубежных форматов. Как создается формат – от идеи до запуска проекта.
3. Студийные шоу-программы: зарубежные форматы и их российские аналоги. Бюджетирование шоу-программ.  
Особенности программирования. Практическая работа по составлению бюджета и адаптации зарубежной шоу-программы под российский телеканал.
4. Реалити-шоу: зарубежные форматы и их российские аналоги. Отличие производства от студийных программ. Особенности состава съемочной группы. Графики производства. Технология кастинга для реалити – как подбираются участники проектов. Бюджетирование реалити. Особенности адаптации реалити-проектов под российское ТВ. Практическая работа по адаптации и бюджетированию реалити-шоу.
5. Сериалы – зарубежные форматы и их российские аналоги. Особенности горизонтальных и вертикальных сериалов. Жанры сериалов – сериалити, мыльная опера, скрипт-реалити, мувики и пр. Технология производства. Бюджетирование сериала. Особенности программирования. Практическая работа по адаптации западного сериала под российский телеканал.
6. Практические занятия по созданию собственных форматов.
7. Питчинг проектов – как правильно презентовать ТВ проект перед заказчиком. Практическая работа.



# Продюсирование online

## **1 занятие: Введение**

На стыке творчества, бизнеса и коммуникации.

Кто такой продюсер интернет-проектов и зачем он нужен, примеры, аналогии, сравнения с тв и кино индустрией.

Структура предметной области.

## **2 занятие: Основная часть.**

Технологический уклад, новые вызовы, информационно-коммуникационные технологии;

Организация работы команды;

Работа с распределенной командой, плюсы и минусы;

Как построить свою экспертную сеть;

## **3 занятие: Кульминация.**

Бизнес моделирование, сервис-дизайн, построение ценностного предложения;

Customer journey map;

Современные инструменты: управления проектами, сgm, планирование;

Дизайн внутренних процессов;

Практическая часть: построение бизнес-модели фильма.

## **4 занятие: Заключение.**

Современные тренды в развитии тв и киноиндустрии;

Рост популярности видеоконтента;

Будущее: сначала игры, потом фильмы, а не наоборот;

Видео реклама, сериалы, методы продвижения.

## 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.

# Кинопроизводство

## 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)

# Музыка и мы

- Зачем вообще нужна музыка?
- Что такое звук с точки зрения физики?
- Эволюция музыки и моделей сознания
- Звук Изначальный и Большой Взрыв
- «Застывшая математика»
- Проявленные и непроявленные звуки
- Натуральный и чистый звукоряд
- Музыка сфер
- РТС: бомба замедленного действия
- Интуитивная и интегральная музыка
- Как работает слуховая система человека
- Человеческий организм и его акустические зоны
- Талант и его составные части
- Интонационный слух
- Ритм
- Аналитический и архитектурный слух

**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. Эклектика.

**3 триместр**

с 01 апреля по 31 мая

**Профильные предметы**

# Мастерская куратора

## Блок о КИНО

Документальное кино – «ЗА» и ничего против.

Документальное кино один из самых сложных, но востребованных жанров. Более шестидесяти тысяч пользователей Интернета ежедневно смотрят документальное кино онлайн. Около двадцати восьми тысяч зрителей предпочитает исключительно "лучшее документальное кино".

"Городским документалистом" сегодня считается каждый обладатель мобильного телефона с камерой. Пусть рассуждения о новых медиа и доступности новейшего оборудования набили оскомину на зубах, но факт остается фактом - документальное кино с легкостью вписывается в новое пространство и как искусство, и как форма самовыражения, протеста или развлечения.

Если автор документальных фильмов умеет написать сценарий, найти деньги, решить правовые вопросы, выбрать камеру, установить свет, разговорить героя, грамотно снять все, что запланировано, смонтировать из отснятого материала историю и донести ее до зрителя, то он может забыть о слове "кинолюбитель". Практически любой документальный фильм в производстве стоит меньше, чем художественный. Есть хорошая история или идея? Вполне реально воплотить ее в жизнь.

С первого занятия обучение будет построено по принципу ввода студентов в теоретические законы создания документального кино и применение их на практике. За короткий срок определимся с жанром, в котором студент будет выполнять практическую работу (фильм), выберем тему, пройдем все этапы производства и проведем просмотр и творческий анализ фильмов.



## **Темы занятий:**

1. Особенности создания документального фильма (на основе анализа киноленты "Мадонна Маршала Конева", производство студия "ГАЛАКОН"). Определение рамок между документальным и игровым кино. Особенности создания документального фильма. Использование выразительных средств в документальных кинолентах.
2. Особенности документального фильма. (На примерах фильмов, приведенных студентами, заранее просмотренных). Краткая история документального кино и выделение основных особенностей документального кинематографа. Анализ отличительных особенностей документального кино на примерах известных фильмов: видеоряд, звуковые эффекты и выразительные средства, использование архивных, эксклюзивных материалов.
3. Особенности сценария документального телефильма. Основные принципы драматургии. Экспозиция, завязка, перипетии, кульминация и развязка. Сценарий как основа игрового и документального фильма. Тема, сюжет, проблематика и характеры героев. Конфликт, цепь драматических перипетий.
4. Драматургия в кино и на телевидении. Драматургия и её значение в кино. Тема, идея и жанр фильма, понятие художественного материала. Основные составляющие драматургии. Драматургические конфликты, Главные задачи режиссера. Анализ фильма и произведения. Сценарист и его роль в драматургии и создании документального кино.
5. Документальное кино, как искусство импровизации. Важно уметь внедрить в сценарий новую идею, снятый случайно кадр, перестроить сценарий или даже идею фильма.
6. Психология в документальном кино. Правильный подход к героям, умение контактировать, задавать вопросы, раскрывать внутренний мир человека. Уметь заразить всех темой – главный залог успеха фильма и любого проекта.
7. Выгодно ли делать документальное кино. Продюсирование в документалистике.

## 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.

# Кинопроизводство

## 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.

## **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.

### **ЗАНЯТИЕ #3**

#### **ПРЕЗАНТАЦИЯ 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-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.

**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.