



АКАДЕМИЯ КОММУНИКАЦИЙ

**CHANGE
YOUR
HEAD**

Годовая программа

**факультет
«Копирайтинг»**

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

Сегодня копирайтер — это очень сложная профессия, включающая в себя разнообразные знания и умения: придумывать идеи, писать сценарии для видео, а потом участвовать в его съемках, разбираться в digital-среде, психологии, кино, стратегии и современном искусстве.

За год обучения на факультете вы узнаете об основных жанрах копирайтинга (нейминг, слоган, рекламный текст, сценарий и т. д.), познакомитесь с различными стилями и искусством стилизации, вспомните и расширите знание художественных приемов, научитесь писать маленькие тексты и управлять контентом в digital. Вы сможете грамотно редактировать свои и чужие тексты. Узнаете законы рекламного видео и снимете свой ролик (в команде с арт-директором и продюсером). Вы придумаете сотни названий, десятки слоганов и сценариев.

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

Куратор факультета

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

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

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

1 триместр: с 01 октября по 27 декабря

2 триместр: с 10 января по 27 марта

3 триместр: с 1 апреля по 31 мая

Дипломная работа: июнь

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

Программа мастерской: Концептинг (теория)

I триместр. Концептинг

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

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

II триместр. Создание рекламных принтов.

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

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

III триместр. Дипломный проект.

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

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

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

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

Программа мастерской: Концептинг (практика)

I триместр.

Разбор первого домашнего задания.

- Лекция “Что такое коммуникация?”

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

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

Разбор домашнего задания.

- Лекция “Люди, которые изменили рекламу”

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

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

- Лекция: “Креативность – это новое медиа”

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

Разбор домашнего задания.

- Лекция “Работа в команде”

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

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

- Лекция: “Как работает наш мозг?”

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

Практика: практические задания в процессе лекции.

Разбор домашнего задания.

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

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

Практика: сокращаем бриф клиента.

- Лекция “Что такое стратегия?”

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

Практика: метод обратной перемотки для анализа кейсов.

Домашнее задание: “отмотать” 1 кейс самостоятельно.

Разбор домашнего задания.

- Лекция: “Разница между трюками и идеей?”

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

Практика: придумываем трюки и идеи.

- Лекция “Что такое инсайт?”

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

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



Программа мастерской: Концептинг (практика)

I триместр.

- Лекция: “Креативные техники для нестандартных идей”

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

Домашнее задание: запустите Новогодний флешмоб в социальных сетях

II триместр.

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

III триместр.

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

Программа курса Креативное видео

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

Блок 1. Нейминг.

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

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

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

Тема 4. Фантазийный нейминг. Приемы конструирования слов.

Блок 2. Слоганы.

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

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

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

Блок 3. Big ideas.

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

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

Блок 4. Слово и образ.

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

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

Блок 5. Радио.

Тема 1. Особенности радио. Картинка, увиденная ушами.

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

Творческое задание: переозвучка ролика.

Блок 6. Рекламный текст.

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

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

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

Блок 7. Сценарии рекламных роликов.

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

Тема 2. Серии рекламных роликов. Шаблон 1 серии

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



Программа курса Креативное видео

Блок 8. Новые и нестандартные медиа.

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

Тема 2. Амбиенты.

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

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

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

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

Блок 9. Работа со словом.

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

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

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

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

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

Тема 6. Парадоксы и афоризмы.

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

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

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

Программа курса Рекламный принт

1. Всё начинается с идеи!

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

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

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

3. Типографика в рекламе.

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

4. Фотография в рекламе.

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

5. Иллюстрация в рекламе.

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

6. Иллюстративный плакат.

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

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

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

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

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

9. Провокация как средство достижения внимания.

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

10. Поиск новых путей для принтовой рекламы.

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

Программа курса Рекламный принт

1. Всё начинается с идеи!

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

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

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

3. Типографика в рекламе.

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

4. Фотография в рекламе.

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

5. Иллюстрация в рекламе.

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

6. Иллюстративный плакат.

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

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

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

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

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

9. Провокация как средство достижения внимания.

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

10. Поиск новых путей для принтовой рекламы.

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

Программа курса Креатив в digital

I семестр

1. Что такое digital

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

2. Тренды в digital 2017-18: самое важное

Самые актуальные проекты и идеи в digital

3. Big idea & Insight

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

4. SMM

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

5. Контент-маркетинг

Что есть контент. Пользовательский контент. Мемы. Нативная реклама

6. Интернет-реклама

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

7. Сайты

UX и Usability. Интерфейс и навигация. Лендинг

8. Мобильные приложения

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

9. Программы лояльности и e-commerce

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

10. Виртуальный мир бренда

Интерактивные инсталляции. Спецпроекты. Дополненная реальность. Виртуальная реальность

II семестр

1. Интегрированные коммуникации

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

2. Retail: торговые центры и супермаркеты

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

3. Retail: моно-брендовые магазины

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

4. HoReCa

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

5. Event-маркетинг: проведение собственных мероприятий бренда

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



Программа курса Креатив в digital

II семестр

6. Event-маркетинг: Спонсорство и интеграция

Музыка. Спорт. Искусство. Fashion. Спецпроекты

7. Креативность и digital

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

Программа курса Копирайтинг

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.

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-визуал 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 Копирайтинг

Блок 8. Новые и нестандартные медиа.

Тема 1. VTL 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 Нейминг

Тема 1. Типология названий.

Систематизация названий. 4 типа названий: их плюсы и минусы. Ассоциативные круги и лексические поля, или как управлять творчеством. Круги ассоциаций, на которых расположены наши «стереотипы» и наши «озарения». Понятие Category killer.

Тема 2: Слово как микрокосмос.

Звучание, смысл, эмоции и другие критерии слова. Как составить презентацию названий, не используя ничего, кроме слов. Как продать слово клиенту. Что лучше: поцелуй, королева или шоколад?

Тема 3: Этапы нейминга.

Бриф. Аналитика. Креатив. Выбор. Тестирование. Презентация.

Тема 4: Художественные приемы.

Работа с фонетикой, смыслом, лексикой и синтаксисом. Приемы создания фантазийных слов. Работа с иностранными языками.

Тема 5: Регистрация и менеджмент названий.

Как происходит регистрация ТМ. Что нельзя зарегистрировать. Спорные моменты и их решения. Регистрация доменов. Цена, сроки, объем работы.

Тема 6: Работа над брифом.

Бриф. 1 круг: 20 названий. 2 круг: 20 названий. Составление презентации 3 лучших названий. Подведение итогов.

Профессиональные термины, которые будут раскрыты в ходе курса:

название, торговая марка, дескриптор, слоган, домен, бренд, идея бренда, лексическое поле, categorykiller, бриф на нейминг, фонетика, транскрипция, фантазийное название, метафора, метонимия, игра слов, рифма, ритм, аббревиатура, заимствование, регистрация, предварительная и детальная проверка, вербальная концепция, графема, бенефит, слово как товар.

Программа курса Искусство презентации

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

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

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

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

ЗАНЯТИЕ # 1 АУКЦИОН «Play it again».

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

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

ЗАНЯТИЕ # 2 ПРЕЗЕНТАЦИЯ КАК ФОРМА ПУБЛИЧНОГО ВЫСТУПЛЕНИЯ.

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

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

Программа курса Искусство презентации

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

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

Практическая часть: актёрский тренинг с приглашёнными актёрами.

ЗАНЯТИЕ # 4

Чему учат в ВВС США:

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

Общие черты хороших собеседников:

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

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

ЗАНЯТИЕ # 5 ОБРАЗ vs ШТАМП

Как быть образным. Видение. Как говорить по видению.

Открытие эмоционально-образного богатства собственной речи.

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

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

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

Умение видеть. Наблюдение. Анализ увиденного.

Разбор текстов бизнес-презентаций, публичных выступлений известных ораторов.

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

Практическая часть: Интервью. Съёмка на камеру и разбор.

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

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



Программа курса Современное искусство

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

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.