



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

Олег Туманов, исполнительный креативный директор Geometry Moscow. Член жюри и обладатель трофеев Cannes Lions International Festival of Creativity, D&AD, Effie, Eurobest, Epica, LIA, Crystal, ADC и так далее. Постоянный автор ежегодника АКАР.

«Несколько лет назад я официально придумал и реализовал невозможное. С тех пор стараюсь делать это регулярно, получая удовольствие, Cannes lions, Effie, D&AD и так далее. Учю этому же.»

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: «Concept&Create»

Курс научит использовать силу креатива для изменения мира и решения самых разных задач, собственных или клиента. В течение года студенты овладеют навыками создания идей и рекламных кампаний, получат практику в основных областях индустрии, отточат мастерство в международном фестивале для молодых талантов Young Glory и получат доступ к головам лучших представителей рекламного мира.

Программа

1 триместр: креативная база

- Брифинг: изучение систем постановки и решения коммуникационных задач.
- Insight, benefit, experience, take out и другие базовые понятия индустрии.
- Основные формы рекламной коммуникации: интегрированная кампания, активации, бренд-экспириенс.
- Работа с рекламными фестивалями: особенности выбора, жюри и создания идей, форматы фестивальной презентации - борд и кейс.
- Фестиваль Young Glory: 3 раунда брифов

2 триместр: креатив 360 + фестиваль Young Glory

- Рекламная специализация: съемки и работа с селебрити, социальные платформы, PR, медиа, ивенты, dark market, эмбиент, крафт, брендинг и упаковка.
- SMART-задачи: работа в команде, личная эффективность, процессы агентства.
- Презентация, публичные выступления, техники переговоров и убеждения.
- Фестиваль Young Glory: 2 раунда брифов

3 триместр: дипломная практика + фестиваль Young Glory

- Инновации и технологии: использование, партнерство, концептинг и производство.
- Социальная реклама: tolerance, responsibility, sustainability и другие.
- Фестиваль Young Glory: 3 раунда брифов

Диплом. Дипломные темы предоставляются кураторами, признанными специалистами индустрии из лучших агентств индустрии: BBDO, Slava, Geometry, TBWA, 2Sharp и так далее. В течение месяца команда работает с куратором в максимально приближенном к реальной работе режиме, создавая идею, кампанию и видеокейс для их презентации. Защита работ происходит перед жюри, состоящим из преподавателей Wordshop, кураторов и других звезд рынка.

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 Инновационный креатив

На курсе студенты будут искать и разрабатывать инновационные решения для брендов и нового бизнеса.

Программа:

1 Инновационная экономика

- Условия инновационной экономики
- Инновации вместо рекламы
- Что такое инновации?
- Какие они бывают
- Как внедряются в компании

2 Лидерство и культура инновационной среды

- Босс мертв. Что такое лидерство?
- Мотивация и вовлечённость
- Эксперимент. Риски и ошибки – культура для инноваций

3 Возможность для инновации

- JTBD
- Эмпатия
- Дизайн-мышление
- Что волнует людей
- Исследование

4 Фокусировка. Тренды и технологии

- Фокусировка, формулирование конкретной задачи
- Обзор трендов и технологий
- Как мониторить
- Как использовать и не использовать

5 Идеация. Генерация идей

- Креативных процесс
- Креативные техники

6 Экзекьюшн. Поиск наилучшего воплощения

- Верефикация
- Алгоритмы и автоматизация

7 Прототипирование

- Концепция Lean Startup
- CJM
- UX
- Прототип и MVP

8 Валидация и итерация

- Как работать с фидбеком^[SEP]
- Как правильно «переобучаться» - Тестирование

9 Soft Skills

- Почему это важно^[SEP]
- Как подать свою идею



Программа курса Инновационный креатив

8 Валидация и итерация

- Как работать с фидбеком
- Как правильно «переобуваться»
- Тестирование

9 Soft Skills

- Почему это важно
- Как подать свою идею

10 Презентация проектов

- Защита

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 Крафтинг для Арт-директоров. И не только

Куратор:

Томашкова Марта, креативный директор Leo Burnett Moscow, Publicis Group Russia.

Программа

Занятие 1.

Палка—палка—огуречик: Как быстро и понятно рисовать от руки.
С головы на бумагу: Путь визуального воплощения идеи.

Теория. Высвобождение «внутреннего ребенка».
Обзор арт-директорских скетчей. Практикум.

Занятие 2.

Ох уж эта типографика: Работа со шрифтом.

Практикум по каллиграфии с привлечением каллиграфа Валерии Паули.

Занятие 3.

Не потерять лицо 2.0.

Лекция.

Арт-дирекшн больших компаний.
Арт-дирекшн креативных презентаций.
Арт-дирекшн своего портфолио.

Занятие 4.

Креативное пробуждение: Практикум на вдохновение и идейность.

Лекция. Разбор зарубежных креативных методик.
Практикум по авторской методике.

Занятие 5.

Арт-дирекшн в видео.

Лекция.

Визуальные приёмы в видео.
Может ли Арт-директор писать?

Занятие 6.

Арт-дирекшн в видео. Сценарий. Раскадровка.

Лекция.

Практикум по созданию раскадровки.

Программа курса Крафтинг для Арт-директоров. И не только

Занятие 7.

Арт-дирекшн в видео. Продакшн.

Лекция.

Продакшн бриф. Съёмки. Монтаж. Цветокоррекция. Озвучка. Графика.

Занятие 8.

Креатив в 1-5 секундах.

Лекция.

Правила создания креатива в Digital.

Работа с маленьким хронометражом.

Примеры нестандартного креатива в Digital.

Программа курса Арт дирекшен в современной коммуникации 360.

Куратор курса – Юлиан Суетин, креативный директор BBDO

1 лекция

Основы современной коммуникации, основные понятия, термины и тренды.

2 лекция

Классические форматы и понятия рекламы и их трансформация в современной коммуникации.

3 лекция

Что такое рекламная компания 360, как она работает и как её создают.

4 лекция

Влияние современных диджитал технологий на рекламную коммуникацию.

5 лекция

Бриф - основные понятия и методы работы с брифом при создании креативной идеи.

6 лекция

Арт дирекшен - как работать со стилистикой и референсами.

7 лекция

Основные инструменты арт дирекшена для создания современной визуальной коммуникации.

8 лекция

Как идея с помощью арт дирекшена становится из наброска полноценной работой.

9 лекция

Арт дирекшен в “продуктовой” и “фестивальной” рекламе.

10 лекция

Основы создания портфолио для Арт директора

Программа курса Art Direction

- 1/4 интеллектуальная база
- 2/4 инструментальная база
- 3/4 эксперимент
- 4/4 фиксация стиля и портфолио

0 Вводное занятие

Кто такой арт-директор и как ему помочь?

- арт-директора бывают разные
- арт-директор VS дизайнер
- арт-директор в рекламе
- необходимая база

1 Краткая история дизайна. Визуальные коммуникации.

2 Айдентика. База. Часть 1

- поиск вдохновения и как не воровать чужие идеи (мудборд, креативные техники, деконструкция)
- композиция, поиск формы

3 Айдентика. База. Часть 2

- ты не можешь не знать шрифты (казнить нельзя, помиловать)
- логотип бывает не только у Бренда
- гайдлайн: уважение и ненависть

4 Инструментарий. Часть 1

- набор инструментов на все случаи арт-директорской жизни (Adobe, Keynote и другие)

5 Инструментарий. Часть 2

- практика монтаж, моушен и 3D

6 Айдентика 2.0

- разрушаем гайды
- эксперимент

7 Инструментарий. Часть 3

- практика монтаж, моушен и 3D

8 Свой стиль

9 Проект

- from the scratch to the stars
- презентация идеи и проекта: внутри, снаружи и потом

10 Портфолио

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.