

Київський університет імені Бориса Грінченка
Інститут журналістики
Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю



ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи

О. Б. Жильцов

« 11 » _____ 2019 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Комп'ютерні музичні технології

для студентів

Галузі знань **0303 Журналістика та інформація**
Освітнього рівня **першого (бакалаврського)**
Напряму **«Реклама і зв'язки з громадськістю»**

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
Ідентифікаційний код 02136554
Начальник відділу
моніторингу якості освіти

Програма № 1810/19
Жильцов
(підпис) (прізвище, ініціал)
« » 2019 р.

2019

Київський університет імені Бориса Грінченка
Інститут журналістики
Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю

ЗАТВЕРДЖУЮ
Професор з науково-методичної
та навчальної роботи



О.Б.Жильцов
2019 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Комп'ютерні музичні технології

для студентів

Галузь знань	<i>0303 Журналістика та інформація</i>
Напряму підготовки	<i>«Реклама та зв'язки з громадськістю»</i>
Освітнього рівня	<i>першого (бакалаврського)</i>

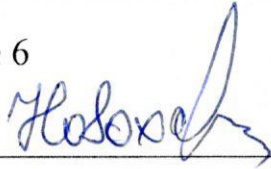
КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА Ідентифікаційний код 02136554 Начальник відділу моніторингу якості освіти	
Програма № <u>Р980/19</u>	
<u>Жильцов</u> (підпис)	(прізвище, ініціали)
« » » » » » »	20 <u>19/1</u>

2019

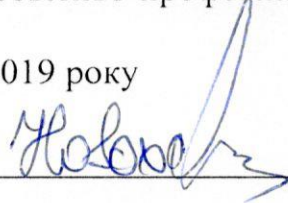
Розробники: Лісневська А. Л., канд. пед. наук, доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка

Викладачі: Лісневська А. Л., канд. пед. наук, доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка


Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри реклами та зв'язків з громадськістю
Протокол від 21 січня 2019 року № 6

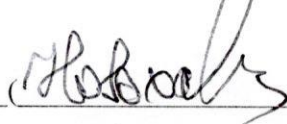
Завідувач кафедри _____  Л. М. Новохатько

Робочу програму погоджено із гарантом освітньо-професійної програми з реклами та зв'язків з громадськістю
_____ 2019 року

Гарант освітньо-професійної програми _____  Л. М. Новохатько

Робочу програму перевірено
_____ 2019 р.

Заступник директора Інституту журналістики з науково-методичної та навчальної роботи _____  О. А. Росінська

Пролонговано:
на 20 19 / 20 20 н.р. _____ , " 29 " 09 20 19 р., протокол № 1
на 20 ___ / 20 ___ н.р. _____ (_____), " ___ " 20 ___ р., протокол № ___
на 20 ___ / 20 ___ н.р. _____ (_____), " ___ " 20 ___ р., протокол № ___
на 20 ___ / 20 ___ н.р. _____ (_____), " ___ " 20 ___ р., протокол № ___

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання	
	Денна	Заочна
вид дисципліни	вибіркова	
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська	
Курс	4	
Семестр	7,8	
Кількість змістових модулів з розподілом:	5	
Обсяг кредитів	5	
Обсяг годин, в тому числі	150	
Аудиторні	70	
модульний контроль	10	
семестровий контроль	-	
самостійна робота	70	
форма семестрового контролю	залік	

2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Метою курсу є опанування студентами когнітивною та творчо-технологічною складовою процесу створення аудіоряду для екранних рекламних відеопродуктів (аудіовізуального контенту взагалі); формування навичок роботи з аудіообразом, видами звуків в кадрі та за кадром, чорновий монтаж рекламних аудіовізуальних матеріалів, застосовування набутих знань у практичній діяльності.

Завдання курсу:

- 1) сприяти формуванню специфічних знань та навичок з аудіомонтажу, необхідних для фахівця-рекламіста;
- 2) ознайомити студентів із особливостями побудови аудіовізуального тексту рекламних продуктів;
- 3) навчити самостійно створювати аудіообраз у відео сюжеті, скласти композицію, синтезувати та мікшувати драматургічні звуки та музику, змонтувати.

- 4) ознайомити з технічними можливостями та інструментами аудіопрограм з монтажу;
- 5) сприяти формуванню навичок практичної роботи створення аудіоряду до рекламного відеопродукту.

3. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ЗА ДИСЦИПЛІНОЮ

Вивчивши дисципліну «Комп'ютерні музичні технології» студент знатиме

- 1) специфіку музичного образу та драматургії;
- 2) технологію виробництва аудіо- та аудіовізуальних рекламних роликів;
- 3) систему музичних стилей;
- 4) особливості роботи звукорежисера та режисера екранного видовища
- 5) основи створення звуків до цілісної драматургічної дії рекламного формату,
- 6) ресурси музичних матеріалів та законодавчу базу з авторського права на їх використання

Студент вмітиме

- 1) сформулювати ідею і концепцію майбутнього рекламного аудіовізуального продукту, створити експлікацію;
- 2) збирати та синтезувати (поєднувати) музичні матеріали, відповідно рекламної драматургії
- 3) скласти логіку розгортання музичної дії
- 4) підготувати, записати і змонтувати (скласти монтажний план) аудіоряд в визначених програма.

У результаті вивчення курсу студенти набувають наступні **компетентності**:

загальні:

- Критичне мислення. Здатність критично оцінювати отриману інформацію, використання логіки і раціональних міркувань, повнота аргументації для оцінки ситуації і правильності обраного шляху розв'язання задачі з урахуванням контексту. ЗК -2
- Здатність розвивати й підтримувати на якісному рівні професійну діяльність. Здатність до самостійної пізнавальної діяльності, самоорганізації та саморозвитку. Спрямованість на розкриття особистісного потенціалу та самореалізацію. Прагнення до особистісно- професійного лідерства та успіху ЗК -5

фахові:

- Когнітивно-професійна. Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності. Здатність оцінювати отримані знання з погляду можливості їх застосування у професійній діяльності. Здатність до мультизадачності, комплексного вирішення складних багатоаспектних завдань.
- Інформаційна. Здатність створювати інформаційний продукт та ефективно його просувати.
- Проектна. Здатність організовувати й проводити професійну діяльність у сфері соціальних комунікацій.

4. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ.

Тематичний план навчальної дисципліни

№ п/п	Назви змістових модулів, тем	Розподіл годин між видами робіт				
		Разом	Аудиторні		Модульний контроль	Самостійна робота
			лекції	практичні		
Змістовий модуль 1.						
Комп'ютерні музичні технології в рекламній режисурі						
1.	Можливості комп'ютерних музичних технологій для фахівця з рекламної режисури	8	2	2		4
2.	Аудіопрограми та інструменти комп'ютерних музичних технологій	10	2	4		4
3.	Монтаж в програмі Nero Sound Trех та Adober Prenier	10		4		6
Модульний контроль 1		2			2	
Разом		30	4	10	2	14
Змістовий модуль 2.						
Музика в екранному видовищі						
4.	Єдність драматургічних образів та логіки в аудіовізуальному рекламному продукті	10	2	4		4
5.	Види музичної дії в рекламних аудіовізуальних роликах.	10	2	4		4
6.	Інтернет-ресурси музичного та драматургічного звукового матеріалу.	8		2		6
Модульний контроль 2		2			2	
Разом		30	4	10	2	14
Змістовий модуль 3.						
Види закадрового звуку в рекламній режисурі та робота з ними.						
7.	Шуми та драматургічні звуки	10	2	4		4
8.	Музика та шуми як засіб трактування відеоряду	10	2	4		4
10.	Звуки та шуми як маркери рекламної режисури	8		2		6
Модульний контроль 3		2			2	
Разом		30	4	10	2	14
Змістовий модуль 4.						
Технології та принципи монтажу звуку в аудіовізуальному рекламному контенті						
11.	Принципи монтажу звуку закадрового та лайвів (1	13	2	4		7

	частина)					
12	Принципи монтажу звуку закадрового та лайвів (2 частина)	15	2	6		7
Модульний контроль 4		2			2	
Разом		30	4	10	2	14
Змістовний модуль 5.						
Створення авторського аудіоряду в рекламній режисурі						
13	Робота автора з технологіями створення аудіоряду та аудіовізуального ряду. Аудіомаркери в рекламній режисурі	8	2	2		4
14	Режисерська експлікація зі звуком та монтажний план.	10	2	4		4
15	Постпродакшн: технології та принципи монтажу.	10		4		6
Модульний контроль 5		2			2	
Разом		30	4	10	2	14
	<i>Усього</i>	150	20	50	10	70

5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ І

Комп'ютерні музичні технології в рекламній режисурі

Лекція 1. Можливості комп'ютерних музичних технологій для фахівця з рекламної режисури (2 год.)

Комп'ютерні музичні технології як засіб професійної діяльності фахівців з рекламної режисури. Сутність та складники. Принцип дії, доцільність та процес використання.

Рекламист : універсальність професії.

Потенціал інтернет-ресурсів музичного матеріалу та програм з рекомпіляції музичного матеріалу. Унікальність рекламного відеопродукту як умова унікальності аудіоряду.

Завдання рекламної екранної та подієвої режисури та засоби їх виконання.

Можливості музичних технологій та звукових образів. Використання в різних форматах рекламної режисури

Література 1, 3,7,13

Практичне заняття 1. Можливості комп'ютерних музичних технологій для фахівця з рекламної режисури (2 год)

Лекція 2. Аудіопрограми та інструменти комп'ютерних музичних технологій (2 год.)

Варіативність аудіопрограм монтажу рекомпіляції музичного матеріалу. Принципи дії та інструментарій.

Аудіопрограми з редагування музичного матеріалу. Принципи дії та інструментарій.

Аудіопрограми із створення (синтезування) звуків та музичного матеріалу (інтонація, гармонія, періоди, тембри).

Універсальність програми аудіовізуального монтажу Adober Premier .
Принципи дії, можливості, інструменти.

Література 2,3,5,14

Практичне заняття 2,3. Аудіопрограми та інструменти комп'ютерних музичних технологій (4 год.)

Практичне заняття 4,5. Монтаж в програмі Nero Sound Trex та Adober Prenier (4 год)

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ II

Музика в екранному видовищі

Лекція 3. Єдність драматургічних образів та логіки в аудіовізуальному рекламному продукті (2 год)

Особливості драматургічного розвитку аудіовізуальної дії в рекламній драматургії. Специфіка логіки драматургічної композиції та образів.

Втілення драматургічних образів в візуальну, аудіальну та аудіовізуальну форму. Особливості музичних марекерів – акцентів рекламної драматургії.

Синкретизм аудіовізуальних образів. Вплив музичних образів на підсвідомість. Розробка звукової палітри образної сфери, атмосфери, стилістики побудови просторово-часового екранного мистецтва в рекламному контенті.

Література 2,4, 9, 12, 13

Практичне заняття 6,7. Єдність драматургічних образів та логіки в аудіовізуальному рекламному продукті

Лекція 4. Види музичної дії в рекламних аудіовізуальних роликах.

Природа музичної дії. Елементи створення музичної тканини. Поняття «інтонація, ритм, темп, мелодія, гармонія, період, такт». Завершеність рекламної, екранної та музичної дії: складності побудови та виконання рекламного брифу.

Використання музичного матеріалу без слів, зі словами іноземною мовою та семантикою слів рідною мовою.

Інтертекстуальність музичного семантичного матеріалу. Підтекст та прямий вплив різного матеріалу . Залежність музичного образу від смаків та установок цільової аудиторії

Література 3,4, 9, 14,

Практичне заняття 8,9. Види музичної дії в рекламних аудіовізуальних роликах.

Практичне заняття 10. Інтернет-ресурси музичного та драматургічного звукового матеріалу.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ III

Види закадрового звуку в рекламній режисурі та робота з ним

Лекція 5. Шуми та драматургічні звуки

Створення звукового образу екранного твору в рекламній режисурі. Елементи музичного образу – характер та атмосфера . складові - темп, ритм,

інтонація. Шуми синхронні та фонові Використання драматургічних звуків маркерів – скрип, вітер, гортання монтажних переходів, поцілунок та ін....

Використання драматургічних звуків за логікою драматургічної дії та висвітлювання образів та рекламної ідеї.

Мікшування драматургічних звуків та музичного матеріалу

Література 1.2.5.7.10

Практичне заняття 11, 12. Шуми та драматургічні звуки

Лекція 6. Музика та шуми як засіб трактування відеоряду

Побудова драматургічної композиції в рекламній режисурі. Створення загального образу за допомогою музики, шумів, тембру голосу, характеру виконання .

Проробка візуальної та аудіальної природи образу, етапність розвитку в композиції. Музичні та драматургічні акценти.

Використання музичного матеріалу як основного елемента впливу на цільову аудиторію та сприйняття рекламної ідеї. Типологія музичного матеріалу, що трактує дію та візуальний ряд

Закадровий. Музика авторська - висловлює ставлення автора (режисера) до подій дії.; виражає почуттів героя, створює певний настрій і може іконувати ще добрий десяток режисерських завдань.

Пауза як звук. Записаний окремо. Життя не у вакуумному звуковому просторі. Драматургічні функції паузи.

Література 3,7,9,13

Практичне заняття 13,14 Музика та шуми як засіб трактування відеоряду

Практичне заняття 15. Звуки та шуми як маркери рекламної режисури

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ IV

Технології та принципи монтажу звуку в аудіовізуальному рекламному контенті

Лекція 7. Принципи монтажу звуку закадрового та лайвів (1 частина)

Елементи творення загального звукового образу з багатьох елементів та видів звуку.

Принцип перший. У фонограмі, що супроводжує екранне твір, не може бути шматків без звуку або без мікрофонної паузи.

Принцип другий. У фонограмі завжди повинен бути виділений головний звук на тлі інших, а фон розташовувати нижче за рівнем гучності.

Головний звук - виразний і легко розпізнаваний.

Третій принцип. Тихий звук записаний по гучності в межах середнього рівня. Ознака тихого звуку - характер його звучання.

Принцип четвертий. Тривалий гучний звук включається в остаточну фонограму з гучністю, що не перевищує верхнього рівня комфортності сприйняття.

Література 7,8,11,13,14

Практичне заняття 16.17. Принципи монтажу звуку закадрового та лайвів (1 частина)

Лекція 8. Принципи монтажу звуку закадрового та лайвів (2 частина)

Принцип п'ятий. Ефект тиші в екранних твори виражається через слабкі звуки. Тиша на екрані не створюється, а виражається

Принцип шостий. Для додання певного характеру звукового фону вписують декілька короточасних звуків. Однорідність звукового та музичного образів.

Принцип сьомий. Безперервні звуки не можна з'єднувати встик, навіть якщо їх джерела, що звучать об'єкти в кадрі, змінюються на екрані миттєво: перший звук затихає, а другий виникає.

Література 7,8,11,13,14

Практичне заняття 18,19,20. Принципи та технологія монтажу звуку закадрового та лайвів (2 частина)

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ V

Створення авторського аудіоряду в рекламній режисурі

Лекція 9. Робота автора з технологіями створення музичного та аудіовізуального ряду. Аудіомаркери в рекламній режисурі

Набір звукових елементів створення аудіовізуального ряду. Синтезування, рекомпіляція та запис лайв звуків, для втілення задуму.

Пошук музичного матеріалу та його рекомпіляція, мікшування з авторськими звуками, інтонаціями, гармоніями, ритмом.

Створення авторського музичного ряду (нотна та музична грамотність). Редагування в аудіопрограмі.

Використання звукових маркерів для рекламної драматургії.

Література 5, 7, 9, 13

Практичне заняття 21. Робота автора з технологіями створення музичного та аудіовізуального ряду. Аудіомаркери в рекламній режисурі

Лекція 9. Режисерська експлікація зі звуком та музикою, монтажний план.

Література 5, 7, 9, 13

Поняття «режисерська експлікація». Використання звуків та музики в режисерському описі концепції твору. Види документальної фіксації задуму в експлікації та режисерському сценарії.

Створення партитурного запису музичного та звукового матеріалу.

Запис та редагування звуку під відеоряд.

Складання загального монтажного плану для аудіовізуального монтажу.

Література

Практичне заняття 22, 23. Режисерська експлікація зі звуком та музикою, монтажний план.

Практичне заняття 24, 25. Постпродакшн: технології та принципи музичної рекомпіляції та авторського контенту .

6. КОНТРОЛЬ НАВЧАЛЬНИХ ДОЯГНЕНЬ

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студента

Вид діяльності студента	макс.кількість балів за одиницю	Мод 1		Мод 2		Мод 3		Мод 4		Мод 5	
		кількість одиниць	макс.кільк. балів	кількість одиниць	макс.кільк. балів	кількість одиниць	макс.кільк. балів	кількість одиниць	макс.кільк. балів	кількість одиниць	макс.кільк. балів
Відвідування лекцій	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Відвідування практичних занять	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Робота на практичному занятті	10	5	50	5	50	5	50	5	50	5	50
Виконання завдань для самостійної роботи	5	3	15	3	15	3	15	3	15	3	15
Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25	1	25	1	25	1	25
Разом:			97		97		97		97		97
Максимальна кількість балів	257										
Розрахунок коефіцієнта	$257:100=2,57$										

ПЛАН ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ I

Комп'ютерні музичні технології в рекламній режисурі

Практичне заняття 1. Можливості комп'ютерних музичних технологій для фахівця з рекламної режисури (2 год)

1. *Огляд інтернет-ресурсів для рекомпіляції музичного матеріалу та синтезування звуків.*
2. *Контент-аналіз аудіовізуального матеріалу за критеріями:
Характеристика аудіовізуального образу
Характеристика музичного образу
Виконання рекламного завдання аудіовізуальними засобами.*

Лекція 2. Аудіопрограми та інструменти комп'ютерних музичних технологій (2 год.)

Варіативність аудіопрограм монтажу рекомпіляції музичного матеріалу. Принципи дії та інструментарій.

Аудіопрограми з редагування музичного матеріалу. Принципи дії та інструментарій.

Аудіопрограми із створення (синтезування) звуків та музичного матеріалу (інтонація, гармонія, періоди, тембри).

Універсальність програми аудіовізуального монтажу Adober Premier . Принципи дії, можливості, інструменти.

Практичне заняття 2,3. Аудіопрограми та інструменти комп'ютерних музичних технологій (4 год.)

1. *Огляд та завантаження програм з редагування та монтажу звуку.*
2. *Знайомство з інструментарієм.*
3. *Виконання навчальних завдань з використанням інструментів.*

Практичне заняття 4,5. Монтаж в програмі Nero Sound Trex та Adober Premier (4 год)

1. *Знайомство та використання можливостей монтажу звуку в Nero Sound Trex*
2. *Заміна музичного ряду в готовому аудіовізуальному матеріалі в Adober Premier*
3. *Побудова музичного періоду за законами логіки рекламної дії.*

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ II

Музика в екранному видовищі

Практичне заняття 6,7. Єдність драматургічних образів та логіки в аудіовізуальному рекламному продукті

1. *Вправи на побудову аудіовізуальної драматургічної дії.*
2. *Контент-аналіз на визначення
- єдності драматургічних образів та логіки в аудіовізуальному рекламному продукті*

- відповідності музичної драматургії та закінченості думки звукового образу

Практичне заняття 8,9. Види музичної дії в рекламних аудіовізуальних роликах.

1. Аналіз музичного матеріалу на визначення елементів творення музичної дії: ритм, швидкість, інтонація, мелодія, період, такт, сильна доля
2. Контент-аналіз за критеріями:
 - Виразні можливості інструментального музичного матеріалу в рекламних відеороликах
 - Виразні можливості музичного матеріалу зі словами та трактування екранної дії

Практичне заняття 10. Інтернет-ресурси музичного та драматургічного звукового матеріалу.

1. Завантаження та реєстрація на безкоштовних інтернет-ресурсах музичного та драматургічного звукового матеріалу (бібліотек)
2. Знайомство зі структурою: стилі, жанри, характер, інструменти та ін..
3. Використання музичного матеріалу з безкоштовних бібліотек для озвучки готового відеоряду.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ III

Види закадрового звуку в рекламній режисурі та робота з ним

Практичне заняття 11, 12. Шуми та драматургічні звуки

1. Контент-аналіз рекламного матеріалу за критеріями:
 - Визначення складників музичного ряду та втілення аудіовізуального образу
 - Визначення елементів музичного образу
 - Визначення елементів звукового образу
2. Пошук звуків драматургічних та шумів. Створення фону для текстового ряду (віршів)
3. Запис драматургічних шумів та звуків, їх використання в творенні звукового ряду.
4. Міксування драматургічних звуків та музичного матеріалу в програмі *Adober Premier*

Практичне заняття 13,14 Музика та шуми як засіб трактування відеоряду

1. Контент-аналіз за критеріями:
 - Відповідність музичного ряду візуальному образу*
 - Характер музичного матеріалу*
 - Побудова за музичним періодом*
 - Монтажні переходи: часовий принцип*
2. Використання відеоряду без музичного трактування – головна думка, образ та драматургія
3. Зміна музичного ряду та образу. Відповідність екранної драматургії та рекламної драматургії

Практичне заняття 15. Звуки та шуми як маркери рекламної режисури

1. *Контент-аналіз за критеріями*
 - *Визначення драматургічних акцентів дії*
 - *Використання звукових маркерів в драматургічній дії*
 - *Використання пауз та тиши, звукові елементи творення*

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ IV

Технології та принципи монтажу звуку в аудіовізуальному рекламному контенті

Практичне заняття 16.17. Принципи монтажу звуку закадрового та лайвів (1 частина)

1. *Аналіз звукового монтажу за принципами головних та другорядних звуків, кількість одиничних звуків,*
2. *Монтаж звукового образу фітнес-клубу та кав'ярні в аудіопрограм з використанням принципів із безкоштовної бібліотеки.*
3. *Монтаж звукового образу фітнес-клубу та кав'ярні в аудіопрограм з використанням принципів із записом лайву окремих звуків. Їх зведення.*

Практичне заняття 18,19,20. Принципи та технологія монтажу звуку закадрового та лайвів (2 частина)

1. *Аналіз звукового монтажу за принципами використання ефекту тиши, міксування музичних та драматургічних звуків, поєднання в переходах із використанням затишування.*
2. *Монтаж звукового образу романтичного побачення на морі та на виставці рекламного креативу з використанням принципів із безкоштовної бібліотеки.*
3. *Монтаж звукового образу романтичного побачення на морі та на виставці рекламного креативу в аудіо програмі з використанням принципів*

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ V

Створення авторського аудіоряду в рекламній режисурі

Практичне заняття 21. Робота автора з технологіями створення музичного та аудіовізуального ряду. Аудіомаркери в рекламній режисурі

1. *Побудова музичного та звукового образу, відповідно історії та композиції дії.*
2. *Визначення звукових маркерів.*
3. *Опис атмосфери для впливу рекламної ідеї. Опис цільової аудиторії.*
4. *Визначення інструментів та ресурсів створення відповідного образу.*

Лекція 9. Режисерська експлікація зі звуком та музикою, монтажний план.

Практичне заняття 22, 23. Режисерська експлікація зі звуком та музикою, монтажний план.

1. *Відповідно концепції звукового образу на попередньому занятті, зафіксувати задум в письмовому вигляді у режисерській експлікації разо із готовим візуальним рядом.*
2. *Створити партитурний запис музичного та звукового матеріалу.*

3. *Запис та редагування звуку під відеоряд.*

4. *Складання загальний монтажний план для аудіовізуального монтажу.*

Практичне заняття 24, 25. Постпродакшн: технології та принципи музичної рекомпіляції та авторського контенту .

1. *Відповідно режисерської концепції аудіовізуального твору, монтаж в програмі Adober Premier.*

2. *Тонування звуку, вирівнювання монтажних переходів. Зведення звуку за 8 принципами монтажу звуку.*

6.2. ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ I

Комп'ютерні музичні технології в рекламній режисурі

Тема 1. *Можливості комп'ютерних музичних технологій для фахівця з рекламної режисури (4 год)*

Створити порівняльну таблицю інтернет-ресурсів для рекомпіляції музичного матеріалу та синтезування звуків з описом можливостей.

Тема 2.3 *Аудіопрограми та інструменти комп'ютерних музичних технологій (10 год.)*

1. *Надати приклад аудіовізуального матеріалу:*

Характеристика аудіовізуального образу

Характеристика музичного образу

2. *Виконання навчальних завдань з використанням інструментів: перемонтаж готового ролика (зарисовка) із зміною драматургії. Використати принцип рекомпіляції звуку з ресурсів.*

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ II

Музика в екранному видовищі

Теми 4, 5 ,6. *Єдність драматургічних образів та логіки в аудіовізуальному рекламному продукті*

Створити рекламний сюжет за певним музичним матеріалом !8 століття Куперен. Метелики (надається)

Побудувати з готового відеоряду сюжет за зазначеним музичним прикладом.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ III

Види закадрового звуку в рекламній режисурі та робота з ним

Теми 7.8.9. . *Шуми та драматургічні звуки*

1. *Пошук звуків драматургічних та шумів. Створення фону для текстового ряду (віршів, надається)*

2. *Запис драматургічних шумів та звуків, їх використання в творенні звукового ряду.*

3. Міксування драматургічних звуків та музичного матеріалу в програмі *Adober Premier*
4. Використання 8 принципів монтажу звуку
5. Зміна музичного ряду та образу. Відповідність екранної драматургії та рекламної драматургії

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ IV

Технології та принципи монтажу звуку в аудіовізуальному рекламному контенті

Теми 10.11. Принципи монтажу звуку закадрового та лайвів (1 частина)

1. *Монтаж звукового образу романтичного побачення на морі та на виставці рекламного креативу з використанням принципів із безкоштовної бібліотеки.*
2. *Монтаж звукового образу прогулянки в горах в аудіо програмі з використанням принципів. Додати музику та голос з історією.*

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ V

Створення авторського аудіоряду в рекламній режисурі

12. 13. 14. Робота автора з технологіями створення музичного та аудіовізуального ряду. Аудіомаркери в рекламній режисурі

1. *Відповідно авторській концепції звукового та музичного образу зафіксувати задум в письмовому вигляді у режисерській експлікації разом із готовим (або авторським) візуальним рядом.*
2. *Створити партитурний запис музичного та звукового матеріалу.*
3. *Запис та редагування звуку під відеоряд.*
4. *Складання загальний монтажний план для аудіовізуального монтажу.*

Критерії оцінювання самостійної роботи

Перевірка самостійно виконаних завдань здійснюється на контрольній модульній роботі.

Критерії оцінювання практичної роботи (аналіз відеоконтенту)

- знання жанрової природи музичного матеріалу
- орієнтування в музичних та аудіовізуальних драматургічних технологіях
- використання елементів побудови музичного ряду
- використання драматургічних звуків разом із музикою
- креативність
- знання принципів монтажу звуку

6.3. Форма проведення модульного контролю та критерії оцінювання.

Навчальні досягнення студентів із дисципліни «Комп'ютерні музичні технології» оцінюються за модульно-рейтинговою системою, в основу якої покладено принцип поопераційної звітності, обов'язковості модульного контролю, накопичувальної системи оцінювання рівня знань, умінь та навичок; розширення кількості підсумкових балів до 100.

Контрольна модульна робота включає:

1. Аналіз музичного матеріалу (або аудіовізуального продукту)
2. Створення власного продукту

Критерії оцінювання:

- Аналіз відео продукту 10 б
- Створення власного продукту – 15 б.

6.7. Шкала відповідності оцінок

Оцінка	Оцінка за шкалою ECTS	Кількість балів
Відмінно	A	100-90
Дуже добре	B	82-89
Добре	C	75-81
Задовільно	D	69-74
Достатньо	E	75-81
Незадовільно	FX/F	0-59

7. Навчально-методична картка дисципліни «Комп'ютерні музичні технології»

Разом: 150 год., лекційні - 20, практичні - 50, самостійні - 70, мод.к. -10 год.

Тиждень	I	II	III	IV	V	VI
Модулі	Змістовий модуль I			Змістовий модуль II		
Назва модуля	Комп'ютерні музичні технології в рекламній режисурі			Музика в екранному видовищі		
Кількість балів за модуль	97			97		
Лекції	1	2	3	4	5	6

Теми лекцій	Можливості комп'ютерних музичних технологій для фахівця з рекламної режисури 1б	Аудіопрограми та інструменти комп'ютерних музичних технологій 1б		Єдність драматургічних образів та логіки в аудіовізуальному 1б рекламному продукті 1б	Види музичної дії в рекламних аудіовізуальних роликках. 1б	
Теми практичних занять	Можливості комп'ютерних музичних технологій для фахівця з рекламної режисури 11	Аудіопрограми та інструменти комп'ютерних музичних технологій 22 б	Монтаж в програмі Nero Sound Trex та Adobe Premier 22 б	Єдність драматургічних образів та логіки в аудіовізуальному рекламному продукті 22 б	Види музичної дії в рекламних аудіовізуальних роликках. 22б	Інтернет-ресурси музичного та драматургічного звукового матеріалу. 11б
Самостійна робота	15 балів			15 балів		
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 1 (25 балів)			Модульна контрольна робота 2 (25 балів)		

Модулі	Змістовий модуль III			Змістовий модуль IV/	
Назва модуля	Види закадрового звуку в рекламній режисурі та робота з ним.			Технології та принципи монтажу звуку в аудіовізуальному рекламному контенті	
Лекції	7	8	9	11	12
Теми лекцій	Шуми та драматургічні звуки 11б	Музика та шуми як засіб трактування відеоряду 11б		Принципи монтажу звуку закадрового та лайвів (1 частина) 1б	Принципи та технологія монтажу звуку закадрового та лайвів (2 частина) 1б