

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Астраханский государственный университет имени В. Н. Татищева»  
(Астраханский государственный университет им. В. Н. Татищева)

СОГЛАСОВАНО

Руководитель ОПОП

Т.А. Тризно

«04» апреля 2024 г.

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой журналистики и  
медиакommunikаций

Г.С. Белолипская

«04» апреля 2024 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**СТОРИТЕЛЛИНГ В РЕКЛАМЕ И ПИАРЕ**

Составитель

**Лазуткина Е.В., к. филол. н., доцент кафедры  
журналистики и медиакommunikаций**

Согласовано с работодателями:

**Ядыкин Р.Ю., первый заместитель министра  
государственного управления,  
информационных технологий и связи  
Астраханской области**

**Линько М.О., директор маркетингового  
агентства «Микс»**

Направление подготовки

**42.03.01 РЕКЛАМА И  
СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

Направленность (профиль) ОПОП

Квалификация (степень)

**бакалавр**

Форма обучения

**очная, заочная**

Год приема

**2024**

Курс

**3 (по очной форме обучения)**

**5 (по заочной форме обучения)**

Семестр

**6 (по очной форме обучения)**

**9 (по заочной форме обучения)**

Астрахань, 2024 г.

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. **Цель** освоения дисциплины – сформировать компетенции обучающихся по созданию рекламных и PR- текстов с применением технологий сторителлинга, а также навыки организации графических и аудиовизуальных компонентов для создания мультимедийных медиапродуктов с учетом специфики восприятия целевой аудитории.

1.2. **Задачи** дисциплины:

- дать определение понятию «сторителлинг», научить отличать традиционный рекламный и PR-текст от сторителлинга;
- сформировать базовые знания о структуре сюжета, герое, композиции, драматургии в нарративных проектах;
- развить у обучающихся навыки сбора, анализа, структурирования информации для подготовки и реализации проекта;
- сформировать базовые умения в классификации и публикации фото-, аудио- и видеоматериалов.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОПОП

2.1. Учебная дисциплина «Сторителлинг в рекламе и пиаре» относится к **элективным дисциплинам**.

2.2. Для изучения данной учебной дисциплины необходимы следующие знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами:

– *«Основы проектной деятельности»*

Знания: основные технологии, инструменты, методы, применяемые в медиапроектировании; различные виды и типы инструментов;

Умения: применять полученные знания в профессиональной и практической деятельности, понимать, каким образом конструируются инструменты медиапроектирования;

Навыки: выбора инструментов, подстройки медиапроектов к особенностям медиасистемы, в которой они функционируют.

– *«Основы теории журналистики»*

Знания: ключевые понятия и категории теории журналистики; системы, виды и функции журналистики; основные теоретические модели и концепции массовых коммуникаций; принципы профессиональной этики и правовые основы деятельности журналиста.

Умения: применять теоретические знания для анализа и оценки современных медиатекстов и медиасистем; анализировать и интерпретировать роль журналистики в социальном, политическом и культурном контекстах; выявлять взаимосвязь между теорией и практикой в профессиональной журналистской деятельности.

Навыки: анализа медиатекстов с использованием базового терминологического аппарата теории журналистики; критической оценки содержания и форм современных СМИ с опорой на теоретические концепции; ориентации в научной литературе по теории журналистики и массовых коммуникаций.

2.3. Знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной, могут быть также востребованы при прохождении производственной практики, при подготовке научно-исследовательских и творческих работ.

## 3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВПО и ОП ВО по данному направлению подготовки (специальности):

а) универсальных (УК):

б) общепрофессиональных (ОПК)

в) профессиональных (ПК)

ПК-2. Способен осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы / связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта.

**Таблица 1. Декомпозиция результатов обучения**

Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)		
		Знать (1)	Уметь (2)	Владеть (3)
ПК-2	<p>ПК-2.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта.</p> <p>ПК-2.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта.</p> <p>ПК-2.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании.</p> <p>ПК-2.4. Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн-среде.</p>	<p>– особенности подготовки текстового контента для различных каналов коммуникации и основные принципы копирайтинга</p> <p>– критерии и методы создания информационных поводов, а также классические и современные творческие методики</p> <p>– структуру и компоненты сценария события, основы драматургии и логистики при планировании мероприятий</p> <p>– инструменты и каналы коммуникации для трансляции корпоративной философии в онлайн и офлайн-среде</p>	<p>– создавать эффективные тексты для рекламы и PR, адаптированные под специфику выбранного медиаканала и целевую аудиторию</p> <p>– генерировать идеи для информационных поводов и креативных решений, оценивая их потенциал и соответствие целям кампании</p> <p>– разрабатывать сценарный план мероприятия, прописывая ключевые элементы: хронометраж, содержание, роли участников и интерактивные блоки</p> <p>– адаптировать ключевые сообщения миссии и философии организации для разных целевых групп и форматов коммуникации</p>	<p>– навыками написания, редактуры и оформления текстовых материалов в соответствии с целями коммуникации и лучшими отраслевыми практиками</p> <p>– навыком разработки и обоснования креативной концепции проекта, основанной на актуальном информационном поводе</p> <p>– навыком создания рабочего сценария специального события, обеспечивающего достижение коммуникационных целей кампании</p> <p>– навыками разработки и реализации коммуникационной стратегии по донесению ценностей бренда до общественности</p>

#### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины в соответствии с учебным планом составляет 2 зачетные единицы (72 часа).

Трудоемкость отдельных видов учебной работы студентов очной формы обучения приведена в таблице 2.1.

**Таблица 2.1. Трудоемкость отдельных видов учебной работы по формам обучения**

Вид учебной и внеучебной работы	для очной формы обучения	для заочной формы обучения
Объем дисциплины в зачетных единицах	2	2
Объем дисциплины в академических часах	72	72
Контактная работа обучающихся с преподавателем (всего), в том числе (час.):	36	10
- занятия лекционного типа	18	4
- занятия семинарского типа (семинары, практические)	18	6
- практическая подготовка (если предусмотрена)		

- консультация (предэкзаменационная)		
- промежуточная аттестация по дисциплине		
Самостоятельная работа обучающихся (час.)	36	62
Форма промежуточной аттестации обучающегося (зачет/экзамен)	Зачет - семестр 6	Зачет - семестр 9

**Таблица 2.**  
**Структура и содержание дисциплины (модуля)**

*для очной формы обучения*

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Контактная работа, час.						КР / КП	СР, час.	Итого часов	Форма текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации
	Л		ПЗ		ЛР					
	Л	в т.ч. ПП	ПЗ	в т.ч. ПП	ЛР	в т.ч. ПП				
Тема 1. Сторителлинг в современных маркетинговых коммуникациях. Сторителлинг в рекламе и PR.	5		5					9	19	Устный опрос, практическое задание
Тема 2. Основные элементы истории. Принципы построения нарратива.	5		5					9	19	Устный опрос, практическое задание
Тема 3. Основные компоненты нарратива.	4		4					9	17	Устный опрос, практическое задание
Тема 4. Текстовые и визуальные элементы в сторителлинге.	4		4					9	17	Устный опрос, практическое задание
Консультация										
Контроль промежуточной аттестации										<b>Зачет</b>
<b>ИТОГО за семестр:</b>	<b>18</b>		<b>18</b>					<b>36</b>	<b>72</b>	

*для заочной формы обучения*

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Контактная работа, час.						КР / КП	СР, час.	Итого часов	Форма текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации
	Л		ПЗ		ЛР					
	Л	в т.ч. ПП	ПЗ	в т.ч. ПП	ЛР	в т.ч. ПП				
Тема 1. Сторителлинг в современных маркетинговых коммуникациях. Сторителлинг в рекламе и PR.	2		2					15	19	Устный опрос, практическое задание
Тема 2. Основные элементы истории. Принципы построения нарратива.	2		2					15	19	Устный опрос, практическое задание

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Контактная работа, час.						КР / К П	СР, час.	Итого часов	Форма текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации
	Л		ПЗ		ЛР					
	Л	в Т.ч. ПП	ПЗ	в Т.ч. ПП	ЛР	в Т.ч. ПП				
ния нарратива.										ское задание
Тема 3. Основные компоненты нарратива.			2					15	17	Устный опрос, практическое задание
Тема 4. Текстовые и визуальные элементы в сторителлинге.								17	17	Устный опрос, практическое задание
Консультация										
Контроль промежуточной аттестации										Зачет
<b>ИТОГО за семестр:</b>	<b>4</b>		<b>6</b>					<b>62</b>	<b>72</b>	

*Примечание:* Л – лекция; ПЗ – практическое занятие, семинар; ЛР – лабораторная работа; ПП – практическая подготовка; КР / КП – курсовая работа / курсовой проект; СР – самостоятельная работа.

**Таблица 3. Матрица соотношения тем/разделов учебной дисциплины/модуля и формируемых в них компетенций**

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Кол-во часов	Код компетенции			Общее количество компетенций
		ПК-2			
Тема 1. Сторителлинг в современных маркетинговых коммуникациях. Сторителлинг в рекламе и PR.	19	+			1
Тема 2. Основные элементы истории. Принципы построения нарратива.	19	+			1
Тема 3. Основные компоненты нарратива.	17	+			1
Тема 4. Текстовые и визуальные элементы в сторителлинге.	17	+			1
<b>Итого</b>	<b>72</b>	<b>+</b>			<b>1</b>

**Краткое содержание каждой темы дисциплины (модуля)**

Тема 1. Сторителлинг в современных маркетинговых коммуникациях. Сторителлинг в рекламе и PR.

Сторителлинг в современных маркетинговых коммуникациях. Сторителлинг в рекламе и PR. Истории в блоге корпоративной компании. Сторителлинг в рекламных роликах. Истории в имиджевых проектах и брендинге. Сторителлинг для сайтов, Landing Page и интернет-магазинов. Сторителлинг в SMM. UGC контент и сторимейкинг.

**Тема 2. Основные элементы истории. Принципы построения нарратива.**

Основные элементы истории.

Принципы построения нарратива. История изучения нарратива.

### **Тема 3. Основные компоненты нарратива.**

Основные компоненты нарратива.

Герой (герои), сюжет, контекст, конфликт, перемены, ключевые переживания.

Драматические атрибуты героя.

### **Тема 4. Текстовые и визуальные элементы в сторителлинге.**

Создание истории.

Текстовые и визуальные элементы в сторителлинге.

Технологии создания.

## **5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПРЕПОДАВАНИЮ И ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

### **5.1. Указания для преподавателей по организации и проведению учебных занятий по дисциплине (модулю)**

При подготовке к семинарским занятиям, выполнении самостоятельных работ необходимо воспользоваться системой «Электронное образование»:

<https://moodle.asu.edu.ru/course/view.php?id=832>

Студенты могут работать с текстами практических занятий в электронном виде, т.к. они расположены в LMS Moodle «Электронное образование» на сайте АГУ.

Подготовка к практическому (семинарскому) занятию начинается с тщательного ознакомления с условиями предстоящей работы, т. е. с обращения к вопросам семинарских занятий. Определившись с проблемой, следует обратиться к рекомендуемой литературе. При подготовке к практическому (семинарскому) занятию обязательно требуется изучение дополнительной литературы по теме занятия. Без использования нескольких источников информации невозможно проведение дискуссии на занятиях, обоснование собственной позиции, построение аргументации.

Если обсуждаемый аспект носит дискуссионный характер, следует изучить существующие точки зрения и выбрать тот подход, который вам кажется наиболее верным. При этом следует учитывать необходимость обязательной аргументации собственной позиции. Во время практических занятий рекомендуется активно участвовать в обсуждении рассматриваемой темы, принимать участие в выполнении практических заданий.

К зачету необходимо готовиться целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по дисциплине.

В самом начале учебного курса студенту следует познакомиться со следующей учебно-методической документацией:

- программой дисциплины;
- перечнем знаний и умений, которыми студент должен овладеть;
- тематическими планами семинарских занятий;
- контрольными мероприятиями;
- учебными пособиями по дисциплине;
- перечнем вопросов к зачету.

После этого у студента должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине. Систематическое выполнение учебной работы на семинарских занятиях и в процессе самостоятельной работы позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для сдачи зачета.

### **5.2. Указания для обучающихся по освоению дисциплины (модулю)**

Самостоятельная работа студентов представлена в следующих формах: подготовка

к собеседованию.

**Таблица 4. Содержание самостоятельной работы обучающихся**

для очной формы обучения

<i>Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение</i>	<i>Кол-во часов</i>	<i>Формы работы</i>
<i>Тема 1.</i> Вечные герои и сюжеты мировой культуры Сторителлинг как нарративная технология Анализ примеров медиапубликаций	9	Подготовка к собеседованию
<i>Тема 2.</i> Психологическая основа историй в рекламе. История как инструмент формирования имиджа политика. Обзор публикаций по проблематике дисциплины Анализ примеров медиапубликаций	9	Подготовка к собеседованию
<i>Тема 3.</i> Мониторинг и анализ историй в отечественных телевизионных программах. Обзор публикаций по проблематике дисциплины Анализ примеров медиапубликаций	9	Подготовка к собеседованию
<i>Тема 3.</i> Визуальные нарративные стратегии в рекламном дискурсе и городском пространстве Обзор публикаций по проблематике дисциплины Анализ примеров медиапубликаций	9	Подготовка к собеседованию

для заочной формы обучения

<i>Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение</i>	<i>Кол-во часов</i>	<i>Формы работы</i>
<i>Тема 1.</i> Вечные герои и сюжеты мировой культуры Сторителлинг как нарративная технология Анализ примеров медиапубликаций	15	Подготовка к собеседованию
<i>Тема 2.</i> Психологическая основа историй в рекламе. История как инструмент формирования имиджа политика. Обзор публикаций по проблематике дисциплины Анализ примеров медиапубликаций	15	Подготовка к собеседованию
<i>Тема 3.</i> Мониторинг и анализ историй в отечественных телевизионных программах. Обзор публикаций по проблематике дисциплины Анализ примеров медиапубликаций	15	Подготовка к собеседованию
<i>Тема 3.</i> Визуальные нарративные стратегии в рекламном дискурсе и городском пространстве Обзор публикаций по проблематике дисциплины Анализ примеров медиапубликаций	17	Подготовка к собеседованию

**5.3. Виды и формы письменных работ, предусмотренных при освоении дисциплины, выполняемые обучающимися самостоятельно.**

## Методические рекомендации по выполнению контрольных работ

### Контрольные работы

Контрольная работа состоит из 2-х заданий. Основаниями для снижения оценки за задание являются:

- ошибки в объяснениях и комментариях при верно выполненном задании;
- неполный ответ для теоретических заданий;
- небрежное выполнение;
- многократное переписывание контрольной работы.

Задание не может быть засчитано, если:

- даны два неверных ответа на теоретические вопросы.

### Проведение зачета

Текущий контроль осуществляется в ходе учебного процесса и консультирования студентов, по результатам выполнения самостоятельных, тематических контрольных работ. Он предусматривает проверку готовности студентов к плановым занятиям, оценку качества и самостоятельности выполнения заданий на лабораторных занятиях, проверку правильности выполнения заданий, выданных на самостоятельную проработку.

На зачете осуществляется комплексная проверка знаний, навыков и умений студентов по всему теоретическому материалу дисциплины и с проверкой практических навыков и умений. Теоретические знания оцениваются путем компьютерного тестирования или на основании письменных ответов студентов по нескольким теоретическим вопросам.

## 6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

### 6.1. Образовательные технологии

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки бакалавров в рамках изучения дисциплины предусмотрено использование в учебном процессе следующих активных и интерактивных форм проведения занятий:

**Таблица 5. Образовательные технологии, используемые при реализации учебных занятий**

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Форма учебного занятия		
	Лекция	Практическое занятие	Лабораторная работа
Тема 1. сторителлинг в современных маркетинговых коммуникациях. сторителлинг в рекламе и PR.	Обзорная лекция	Устный опрос, практическое задание	Не предусмотрено
Тема 2. Основные элементы истории. Принципы построения нарратива.	Обзорная лекция	Устный опрос, практическое задание	Не предусмотрено
Тема 3. Основные компоненты нарратива.	Обзорная лекция	Устный опрос, практическое задание	Не предусмотрено
Тема 4. Текстовые и визуальные элементы в сторителлинге.	Обзорная лекция	Устный опрос, практическое задание	Не предусмотрено

### 6.2. Информационные технологии

- использование электронных учебников и различных сайтов (например, элек-

тронные библиотеки, журналы и т.д.) как источник информации;

- использование интерактивных средств взаимодействия участников образовательного процесса (технологии дистанционного или открытого обучения в глобальной сети (веб-конференции, форумы, учебно-методические материалы и др.);

- использование средств представления учебной информации (электронных учебных пособий и практикумов, применение новых технологий для проведения очных (традиционных) семинаров с использованием презентаций и т.д.);

- использование виртуальной обучающей среды (LMS Moodle «Электронное образование»).

### **6.3. Программное обеспечение, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

#### **6.3.1. Программное обеспечение**

1. Браузер – Google Chrome, Opera,
2. Операционная система – Windows 10,
3. Офисная программа – MS Office 2013,
4. Программа для просмотра электронных документов – Adobe Reader.
5. Платформа дистанционного обучения LMS Moodle «Электронное образование».

#### **6.3.2. Современные профессиональные базы данных, информационные справочные системы**

1. Электронный каталог Научной библиотеки АГУ на базе MARK SQL НПО «Информ-систем». <https://library.asu.edu.ru/catalog/>

2. Электронная библиотека «Астраханский государственный университет» собственной генерации на электронной платформе ЭБС «Электронный Читальный зал – БиблиоТех». <https://biblio.asu.edu.ru>

## **7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

### **7.1. Паспорт фонда оценочных средств**

При проведении текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) проверяется сформированность у обучающихся компетенций, указанных в разделе 3 настоящей программы. Этапность формирования данных компетенций в процессе освоения образовательной программы определяется последовательным освоением дисциплин (модулей) и прохождением практик, а в процессе освоения дисциплины (модуля) – последовательным достижением результатов освоения содержательно связанных между собой разделов, тем.

**Таблица 6. Соответствие изучаемых разделов, результатов обучения и оценочных средств**

Контролируемые разделы дисциплины (модуля)	Код контролируемой компетенции (компетенций)	Наименование оценочного средства
Тема 1. Сторителлинг в современных маркетинговых коммуникациях. Сторителлинг в рекламе и PR.	ПК-2	Устный опрос, практическое задание
Тема 2. Основные элементы истории. Принципы построения нарратива.	ПК-2	Устный опрос, практическое

		задание
Тема 3. Основные компоненты нарратива.	ПК-2	Устный опрос, практическое задание
Тема 4. Текстовые и визуальные элементы в сторителлинге.	ПК-2	Устный опрос, практическое задание

7.2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

**Таблица 7.**  
**Показатели оценивания результатов обучения в виде знаний**

Шкала оценивания	Критерии оценивания
5 «отлично»	демонстрирует глубокое знание теоретического материала, умение обоснованно излагать свои мысли по обсуждаемым вопросам, способность полно, правильно и аргументированно отвечать на вопросы, приводить примеры
4 «хорошо»	демонстрирует знание теоретического материала, его последовательное изложение, способность приводить примеры, допускает единичные ошибки, исправляемые после замечания преподавателя
3 «удовлетворительно»	демонстрирует неполное, фрагментарное знание теоретического материала, требующее наводящих вопросов преподавателя, допускает существенные ошибки в его изложении, затрудняется в приведении примеров и формулировке выводов
2 «неудовлетворительно»	демонстрирует существенные пробелы в знании теоретического материала, не способен его изложить и ответить на наводящие вопросы преподавателя, не может привести примеры

**Таблица 8.**  
**Показатели оценивания результатов обучения в виде умений и владений**

Шкала оценивания	Критерии оценивания
5 «отлично»	демонстрирует способность применять знание теоретического материала при выполнении заданий, последовательно и правильно выполняет задания, умеет обоснованно излагать свои мысли и делать необходимые выводы
4 «хорошо»	демонстрирует способность применять знание теоретического материала при выполнении заданий, последовательно и правильно выполняет задания, умеет обоснованно излагать свои мысли и делать необходимые выводы, допускает единичные ошибки, исправляемые после замечания преподавателя
3 «удовлетворительно»	демонстрирует отдельные, несистематизированные навыки, не способен применить знание теоретического материала при выполнении заданий, испытывает затруднения и допускает ошибки при выполнении заданий, выполняет задание при подсказке преподавателя, затрудняется в формулировке выводов
2 «неудовлетворительно»	не способен правильно выполнить задание

### **7.3. Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения по дисциплине (модулю)**

Тема 1. сторителлинг в современных маркетинговых коммуникациях. сторителлинг в рекламе и PR.

*Устный опрос по содержанию темы*

*Практическое задание*

Истории известных компаний и брендов.

Подбор и анализ кейсов

Тема 2. Основные элементы истории. Принципы построения нарратива.

*Устный опрос по содержанию темы*

*Практическое задание*

Мультимедийный сторителлинг

Подбор и анализ кейсов

Тема 3. Основные компоненты нарратива.

*Устный опрос по содержанию темы*

*Практическое задание*

Композиционные варианты историй

Подбор и анализ кейсов

Тема 4. Текстовые и визуальные элементы в сторителлинге.

*Устный опрос по содержанию темы*

*Практическое задание*

Фоторепортаж как вариант сторителлинга.

Видеорепортаж как вариант сторителлинга.

Подбор и анализ кейсов

#### **Перечень вопросов, выносимых на зачет**

1. Основные компоненты нарратива
2. Текстовые и визуальные элементы в сторителлинге
3. Основные элементы истории
4. Принципы построения нарратива
5. сторителлинг в рекламе и PR
6. сторителлинг как нарративная технология
7. Нарративные стратегии в рекламном дискурсе
8. Нарративные стратегии в связях с общественностью
9. Нарративные стратегии в массмедиа
10. Нарративные стратегии в брендинге

### **7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю)**

Контроль и отчетность по дисциплине осуществляется в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки знаний и умений студентов. аттестация студентов осуществляется также в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе АГУ. Если промежуточная аттестация проводится в форме экзамена, то расчет общей оценки учебных достижений студента в семестре осуществляется так: текущая аттестация – 40 баллов, экзамен – 50 баллов, бонусы – 10 баллов (отсутствие пропусков занятий). Если

промежуточная аттестация проводится в форме зачета, то расчет общей оценки учебных достижений студента в семестре осуществляется так: текущая аттестация – 90 баллов, бонусы – 10 баллов (отсутствие пропусков занятий).

В течение всего учебного года студентам нужно активно работать на практических занятиях, выполнять все задания, включая задания для самостоятельной работы, выполнять рейтинговые контрольные работы. Студент считается аттестованным по дисциплине при условии выполнения всех предусмотренных учебной программой видов текущего контроля.

**Таблица 10. Технологическая карта рейтинговых баллов по дисциплине (модулю)**

№ п/п	Контролируемые мероприятия	Количество мероприятий / баллы	Максимальное количество баллов (пример)	Срок представления
<b>Основной блок</b>				
1.	Устные ответы	9/5	45	По расписанию
2.	Практические задания	9/5	45	По расписанию
Всего			90	

№ п/п	Контролируемые мероприятия	Количество мероприятий / баллы	Максимальное количество баллов (пример)	Срок представления
<b>Блок бонусов</b>				
1.	Посещение занятий		5	По расписанию
2.	Своевременное выполнение всех заданий		5	По расписанию
Всего			10	

**Таблица 11. Система штрафов (для одного занятия)**

Показатель	Балл
Опоздание на занятие	-1
Нарушение учебной дисциплины	-1
Неготовность к занятию	-1
Пропуск занятия без уважительной причины	-1

**Таблица 12. Шкала перевода рейтинговых баллов в итоговую оценку за семестр по дисциплине (модулю)**

Сумма баллов	Оценка по 4-балльной шкале
90–100	5 (отлично)
85–89	4 (хорошо)
75–84	
70–74	
65–69	3 (удовлетворительно)
60–64	

Сумма баллов	Оценка по 4-балльной шкале
Ниже 60	2 (неудовлетворительно)

При реализации дисциплины (модуля) в зависимости от уровня подготовленности обучающихся могут быть использованы иные формы, методы контроля и оценочные средства, исходя из конкретной ситуации

## **8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

### **8.1. Основная литература**

1. Свитич Л.Г. Профессия: журналист / Л.Г. Свитич. – М.: Аспект Пресс, 2003. – 255 с.
2. Лазутина Г.В. Основы творческой деятельности журналиста. – М.: Аспект Пресс, 2001. – 240 с.
3. Качкаева А.Г. Мультимедийная журналистика [Электронный ресурс] / под общ. ред. А.Г. Качкаевой, С.А. Шомовой. – М.: ИД Высшей школы экономики, 2018. – 418 с. – Режим доступа: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785759816638.html> (ЭБС «Консультант студента»).
4. Черникова Е.В. Литературная работа [Электронный ресурс] / Черникова Е.В. – М.: ФЛИНТА, 2017. – 196 с. – Режим доступа: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785976527010.html> (ЭБС «Консультант студента»).

### **8.2. Дополнительная литература**

1. Кодола Н.В. Интервью: Методика обучения. Практические советы / Н.В. Кодола. – М.: Аспект Пресс, 2012. – 174 с.
2. Кузнецов И.В. История отечественной журналистики (1917–2000). – М.: Флинта: Наука, 2002. – 640 с.
3. Лебедев А.Н. Личность в системе маркетинговых коммуникаций [Электронный ресурс] / Лебедев А.Н., Гордякова О.В. – М.: Институт психологии РАН, 2015. – 303 с. – Режим доступа: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785927003051.html> (ЭБС «Консультант студента»).

### **8.3. Интернет-ресурсы, необходимые для освоения дисциплины**

1. Многопрофильный образовательный ресурс «Консультант студента» – [www.studentlibrary.ru](http://www.studentlibrary.ru)

## **9. МАТЕРИАЛЬНО–ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Для обеспечения данной дисциплины необходимы:

- оборудованные аудитории (специальная мебель и оргсредства);
- технические средства обучения;
- интерактивная доска;
- компьютеры (ОС Windows 7, 10);
- учебно-наглядные пособия: схемы, таблицы анализа.

## **10. ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) ПРИ ОБУЧЕНИИ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**

Рабочая программа дисциплины (модуля) при необходимости может быть адаптирована для обучения (в том числе с применением дистанционных образовательных технологий) лиц с ограниченными возможностями здоровья, инвалидов. Для этого требуется заявление обучающихся, являющихся лицами с ограниченными возможностями здоровья,

инвалидами, или их законных представителей и рекомендации психолого-медико-педагогической комиссии. Для инвалидов содержание рабочей программы дисциплины (модуля) может определяться также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида (при наличии).

Для лиц с нарушением слуха возможно предоставление учебной информации в визуальной форме (тексты заданий, напечатанные увеличенным шрифтом), на аудиторных занятиях допускается присутствие ассистента, а также сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков. Текущий контроль успеваемости осуществляется в письменной форме: обучающийся письменно отвечает на вопросы, письменно выполняет практические задания. Доклад (реферат) также может быть представлен в письменной форме, при этом требования к содержанию остаются теми же, а требования к качеству изложения материала (понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т. д.) заменяются на соответствующие требования, предъявляемые к письменным работам (качество оформления текста и списка литературы, грамотность, наличие иллюстрационных материалов и т. д.). Промежуточная аттестация для лиц с нарушениями слуха проводится в письменной форме, при этом используются общие критерии оценивания. При необходимости время подготовки к ответу может быть увеличено.

Для лиц с нарушением зрения допускается аудиальное предоставление информации, а также использование на аудиторных занятиях звукозаписывающих устройств (диктофонов и т. д.). Допускается присутствие на занятиях ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь. Текущий контроль успеваемости осуществляется в устной форме. При проведении промежуточной аттестации для лиц с нарушением зрения тестирование может быть заменено на устное собеседование по вопросам.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, на аудиторных занятиях, а также при проведении процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации могут быть предоставлены необходимые технические средства (персональный компьютер, ноутбук или другой гаджет); допускается присутствие ассистента (ассистентов), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь (занять рабочее место, передвигаться по аудитории, прочитать задание, оформить ответ, общаться с преподавателем).