

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по
УР

_____ А.Е. Рудин

«30» 06 2020 года

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.ДВ.01.02 Основы сторителлинга

Учебный план: ФГОС3++_2020-2021_42.03.01_ВШПМ_ЗАО_PR_ в медиаиндустрии.plx

Кафедра: **38** Рекламы

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(специальность)

Профиль подготовки: PR в медиаиндустрии
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: заочная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоёмкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации	
	Лекции	Практ. занятия					
3	УП	4	8	92	4	3	Зачет
	РПД	4	8	92	4	3	
Итого	УП	4	8	92	4	3	
	РПД	4	8	92	4	3	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 512

Составитель (и):

кандидат философских наук, Доцент

Асташова
Владимировна

Ольга

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой рекламы

Смирнов Алексей
Викторович

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

Смирнов Алексей
Викторович

Методический отдел:

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: Сформировать компетенции обучающихся по созданию рекламных и PR-текстов с применением технологий сторителлинга, а также навыки организации графических и аудио-визуальных 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.

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

- Разработка PR-текста
- Теория и практика связей с общественностью
- Блогинг и работа в социальных сетях
- Основы теории PR текста

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПКп-1 : Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности

Знать: задачи и методы сторителлинга и специфику работы автора в рамках традиционных и современных средств коммуникационной деятельности

Уметь: Использовать методы сторителлинга для создания и адаптации коммуникационных текстов с учетом принципов корпоративной социальной ответственности

Владеть: : навыками создания основы различных типов медиапродукта с учетом технологий сторителлинга

3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Инновац. формы занятий
		Лек. (часы)	Пр. (часы)		
Раздел 1. Сторителлинг в современных маркетинговых коммуникациях	3				
Тема 1. Изменение контента и способов его потребления Особенности «поколения Z» и «миллениалов». Цифровая культура и цифровой контент. Мобилизация. Многоканальное потребление. Геймификация контента. Интерактивные среды. Баннерная слепота и блокировка рекламы. Практическое занятие. Анализ характеристик целевой аудитории		0,5	1	15	ИЛ
Тема 2. 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. Практическое занятие. Выбор материала для истории		0,5	1	15	
Раздел 2. Основные элементы истории. Принципы построения нарратива					

<p>Тема 3. История изучения нарратива В.Я. Пропп и морфология волшебной сказки, архитепические сюжеты. Семиология Р.Барта и морфология литературных произведений. Актантная модель А.Ж. Греймаса и ее применение к медиатекстам. Основные компоненты нарратива: герой (герои), сюжет, контекст, конфликт, перемены, ключевые переживания. Практическое занятие. Анализ моделей повествования</p>	0,5	1	15	НИ
<p>Тема 4. Драматические атрибуты героя Атрибуты героя: желание и цель, потребность, изъян (недостаток, слабость, внутренняя проблема), самооткровение, призрак (тайна, травма прошлого), внутренний конфликт, характеристика, характер героя. Практическое занятие. Поиск и создание героя</p>	0,5	1	15	

<p>Тема 5. Создание истории Шесть ступеней структуры сюжета М. Хейга. Внутреннее и внешнее путешествие героя. Путешествие героя, по К. Воглеру. Восемь этапов сторителлинга, по Р. Макки. Архитепические сюжеты для сторителлинга: «победить монстра», «из грязи в князи», «квест», «путешествие туда и обратно», «трагедия», «перерождение». Композиционное построение рассказа (параллельный, перекрестный, леймотивный, кольцевой рассказ). Практическое задание. Поиск и построение сюжета</p>	1	2	15	
<p>Тема 6. Текстовые и визуальные элементы в сторителлинге. Технологии создания Производство и организация контента: текст, фото, видео, интерактивные элементы. Таймлайны, интерактивные карты, мини-игры, инфографика, VR, AR, MR, видео 360°. Платформы для организации контента. Практическое занятие. Оформление истории</p>	1	2	17	
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)	4	8	92	
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)	0,25			
Всего контактная работа и СР по дисциплине	12,25		92	

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

5.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

5.1.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения	Наименование оценочного средства
-----------------	--	----------------------------------

ПКп-1	Перечисляет задачи и методы сторителлинга и специфику работы автора в рамках традиционных и современных средств коммуникационной деятельности.	Перечень вопросов для устного собеседования
	Использует методы сторителлинга для создания и адаптации коммуникационных текстов с учетом принципов корпоративной социальной ответственности.	Перечень практико-ориентированных заданий
	Создает основы различные типы медиапродукта с учетом технологий сторителлинга.	Перечень практико-ориентированных заданий

5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
Зачтено	Полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий понимание специфики сторителлинга и его отличие от традиционного рекламного и PR- текста, включающего разработку как вербальных, так и невербальных компонентов. Студент умеет создавать сюжет, героев, продумывать композицию, драматургию рассказа, демонстрирует знание этапов,	
	предваряющих их разработку, умеет классифицировать и публиковать текстовые, фото-, аудио- и видеоматериалы. При выполнении практического задания придумана оригинальный сюжет, герой композиция рассказа, проработаны мультимедийные компоненты. Демонстрация проекта сопровождается мультимедийной презентацией.	
Не зачтено	Ответ неполный, существенные ошибки или пробелы в знаниях сразу по нескольким темам, путаница терминов и непонимание специфики сторителлинга, этапов, предваряющих их разработку, не умеет классифицировать и публиковать текстовые, фото-, аудио- и видеоматериалы применяемых для повышения эффективности рекламных и PR-текстов. При выполнении практического задания проект плохо продуман, присутствует несоответствие между вербальными и невербальными составляющими, не учтены требования, предъявляемые к оформлению нарративного проекта.	

5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

5.2.1 Перечень контрольных вопросов

№ п/п	Формулировки вопросов
Курс 3	
1	Перечислите сервисы, с помощью которых можно создать различные истории и виды материалов в формате сторителлинга.
2	Опишите разницу между VR, AR и MR. Каковы перспективы их применения в сторителлинге?
3	Перечислите возможные визуальные и мультимедийные элементы в сторителлинге.
4	Охарактеризуйте возможные композиционные модели построения рассказа.
5	Перечислите возможные сюжеты для сторителлинга.
6	Перечислите восемь этапов сторителлинга, по Р. Макки.
7	В чем преимущество структуры рассказа, по К.Воглеру?
8	Перечислите шесть ступеней структуры сюжета М. Хейга.

9	Какую роль в создании истории играет внутренний конфликт героя?
10	Как в структуре развития сюжета соотносятся желание, цель и потребность героя?
11	Каковы основные элементы истории? Как эти элементы взаимодействуют внутри истории?
12	Актантные теории и нарративные исследования.
13	Мифы как форма языка. Р.Барт и семиотический анализ продуктов коммуникации.
14	Что такое UGC (User-generated content): особенности, типы и способы применения пользовательского контента?
15	В чем отличие сторителлинга от сторимейкинга?
16	В чем специфика построения историй в SMM?
17	Каковы основные жанры сторителлинга для брендинга?
18	Каковы особенности восприятия информации «поколением Z» и «миллениалами»?
19	Какова специфика потребления цифрового контента в современном обществе?
20	Как изменился контент и формы его потребления в современном обществе?

5.2.2 Типовые тестовые задания

Не предусмотрено

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Практико-ориентированные задания находятся в Приложении к данному РПД

5.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности)

5.3.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная Письменная Компьютерное тестирование Иная

5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Зачет проводится в устной форме. Обучающемуся предлагается один теоретический вопрос и оценивается одно практическое задание - разработка текста в формате сторителлинга. На подготовку к теоретическому вопросу 20 мин, в качестве практического задания студент демонстрирует собственную разработку текста в формате сторителлинга, сопровождая ее мультимедийной презентацией. Время презентации – 7-10 мин.

Преподаватель сообщает об оценке в тот же день. Пользоваться справочными материалами, конспектами лекций, сетью Интернет на зачете запрещается.

В течение семестра выполняются контрольные работы.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
6.1.1 Основная учебная литература				
Овчинникова Р. Ю., Дмитриева Л. М.	Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования	Москва: ЮНИТИ-ДАНА	2017	http://www.iprbookshop.ru/74886.html
Луговой Д. Б.	Копирайтинг	Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет	2017	http://www.iprbookshop.ru/75579.html
Богуславская В. В., Ерофеева И. В., Тепляшина А. Н., Толстокулакова Ю. В., Ерофеева И. В.	Моделирование медиатекста	Саратов: Ай Пи Эр Медиа	2018	http://www.iprbookshop.ru/79972.html
6.1.2 Дополнительная учебная литература				
Кочнева С. В.	Технологии спичрайтинга	СПб.: СПбГУПТД	2018	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2018108
Петрова Г. В.	Копирайтинг	СПб.: СПбГУПТД	2014	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2139

Бердников И. П., Стрижова А. Ф.	PR-коммуникации	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа	2019	http://www.iprbookshop.ru/83123.html
------------------------------------	-----------------	---------------------------------------	------	---

6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iprbookshop.ru/>
 Базы данных информационного портала Restko.ru (Информационные системы рынка рекламы, маркетинга, PR – Базы рынка рекламы [Электронный ресурс]. URL: <https://www.restko.ru/>

6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional
 Microsoft Windows

6.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Аудитория	Оснащение
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска
Учебная аудитория	Специализированная мебель, доска

Приложение
рабочей программы дисциплины Основы сторителлинга
наименование дисциплины
по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
наименование ОП (профиля): PR в медиаиндустрии
5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)
№ п/п Условия типовых практико-ориентированных заданий (задач, кейсов)

ПРАКТИКО-ОРИЕНТИРОВАННЫЕ ЗАДАНИЯ
ПО КУРСУ «ОСНОВЫ СТОРИТЕЛЛИНГА»

ЗАДАНИЕ 1. Предложите проект в среде VR, AR, MR и объясните, какие уникальные особенности среды сделают ее основой такого проекта.

ЗАДАНИЕ 2. Продумайте образ героя для имиджевой статьи

- политика;
- фитнес-тренера;
- консультанта по развитию бизнеса.

Ответьте на перечисленные ниже вопросы относительно вашего героя:

- 1) Каковы желание, цель, потребность и изъян героя?
- 2) Как в структуре развития сюжета соотносятся желание и потребность вашего героя?
- 3) Есть ли в вашем повествовании место самооткровению героя?
- 4) В чем заключается внутренний конфликт героя: между чем и чем он должен сделать выбор?
- 5) Как конфликт вашего героя перекликается с актуальными общественными проблемами и процессами?
- 6) Есть ли у вашего героя травма и как она соотносится с потребностью, изъяном и самооткровением?

ЗАДАНИЕ 3. Посмотрите ролик компании «Dove» «За истинную красоту». Проследите, как реализуется история, отметьте ее «поворотные моменты».

ЗАДАНИЕ 4. Прочтите историю. Проанализируйте атрибуты героя: желание и цель, потребность, изъян (недостаток, слабость, внутренняя проблема), самооткровение, призрак (тайна, травма прошлого), внутренний конфликт, характеристика, характер героя. Какая композиционная модель и вид построения сюжета используются в приведенной истории?

«В декрете заработала на квартиру

(<https://work-woman.ru/istorii-uspeshnyh-mam/63-v-dekrete-zarabotala-na-kvartiru.html>)

Здравствуйте, дорогие мамы и просто читатели этого полезного сайта!

Я тоже решила поделиться историей того, как стала успешной, находясь в декрете. Но обо всем по порядку.

Меня зовут Любовь, мне 29 лет, я психолог по образованию. Я вышла замуж на 4 курсе, мы с мужем были студенты и жили в общежитии. У нас родился первый ребенок - наш сыночек. Ректор университета выделил мне отличную комнату с душем и туалетом, так и жили мы в этом общежитии, пока я не окончила университет. Оставался последний год, мы писали дипломы, было уже проще.

На что мы жили? Я получала повышенную стипендию, а так же стипендию имени Потанина, что в 2005 году составляло вместе 4000 рублей, а муж подрабатывал в ночную смену, что давало нам еще около 6000 рублей. И так втроем мы жили на 10 000 в месяц, 2000 из которых уходило на детские смеси, а еще 2000 на плату за общежитие.

Конечно, я задумывалась о дополнительном заработке, но таком, чтобы не страдала учеба, ведь в моей зачетке были только «пятерки». К тому времени я была представителем компании AVON, причем уже давно. Но никаких денег особенно не видела, так как весь свой небольшой доход тратила на косметику для себя же. И вот однажды в коробочку с очередным заказом мне положили маленький розовый листочек, на котором было написано несколько слов о карьерном росте в этой компании, было предложено пройти собеседование.

Наверное, это был тот самый шанс, мимо которого я не прошла!

Уже через неделю я была координатором компании AVON, у меня не было ни большого числа клиентов, которых можно было бы пригласить в команду, ни большого числа подруг, так как ребенок внес свои коррективы в круг моего общения. Но у меня была вера в себя и желание выбраться из «крысиных бегах» от стипендии до стипендии.

Дальше много можно рассказывать о том, как было сложно, как первые свои зарплаты я полностью отдавала няне, которая сидела с ребенком по 2-3 часа три раза в неделю, пока я раздавала на улицах каталоги, принимала участие в рекрутинговых акциях или бегала по городу, клея объявления. А ведь приходилось платить за аренду квартиры, ведь после окончания учебы с общежития мы уехали.

А самое сложное было даже не это, а то, что мои бабушка и мама отказывались верить, что я, умница, отличница, с дипломом психолога, уже никогда не буду работать по профессии. Понимание и уважение моего выбора пришло не сразу. Когда? Тогда, когда мы с мужем купили квартиру, когда стали ездить отдыхать несколько раз в год.

В прошлом году я стала мамой во второй раз, я заранее планировала ребенка и планировала, как буду работать дальше. Сейчас время новых технологий, и я теперь работаю через интернет. Работа координатором AVON заставила меня овладеть фотошопом, созданием сайтов, написанием текстов. Я разработала инструкции для дистанционной работы, много времени провожу в социальных сетях, мне нравится, что в моем случае работа и общения объединены.

В моей команде сейчас свыше 300 успешных девушек и женщин, многие из которых тоже являются мамами. А я для них – не мифический, а реальный пример успешной бизнес-леди. Моя работа оставляет мне большое количество свободного времени, я сознательно не хочу загружать ею все свободные дни.

Еще пару лет назад я работала в выходные дни, была готова для новых встреч в любое время суток. Но на сегодня приоритеты расставлены, достигнут баланс между работой и семьей.

Координатор AVON Любовь 8 920 690 2321»

ЗАДАНИЕ 5. Перед вами реклама известных брендов. Придумайте историю, сделав ее отправной точкой рекламное изображение.



Рис.1



Рис.2