

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«**Российский государственный гуманитарный университет**»  
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)

ИНСТИТУТ МАССМЕДИА И РЕКЛАМЫ  
ФАКУЛЬТЕТ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ  
Кафедра интегрированных коммуникаций и рекламы

## СТОРИТЕЛЛИНГ

### РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

42.03.05. Медиакоммуникации

*Код и наименование направления подготовки/специальности*

Медиакоммуникации и управление корпоративным медиа

*Наименование направленности (профиля)/ специализации*

Уровень высшего образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная*

РПД адаптирована для лиц  
с ограниченными возможностями  
здоровья и инвалидов

Москва 2022

*Сторителлинг*

Рабочая программа дисциплины (модуля)

Составитель(и):

*Кандидат педагогических наук, доцент кафедры медиакоммуникаций Лавеч Е.В.*

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры

медиакоммуникации

№ 6 от 17.03.2022 г.

**ОГЛАВЛЕНИЕ**

1.	Пояснительная записка.....	
1.1.	Цель и задачи дисциплины.....	
1.2.	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций.....	
1.3.	Место дисциплины в структуре образовательной программы.....	
2.	Структура дисциплины.....	
3.	Содержание дисциплины.....	
4.	Образовательные технологии.....	
5.	Оценка планируемых результатов обучения.....	
5.1	Система оценивания.....	
5.2	Критерии выставления оценки по дисциплине.....	
5.3	Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....	
6.	Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	
6.1	Список источников и литературы.....	
6.2	Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».....	
7.	Материально-техническое обеспечение дисциплины.....	
8.	Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов.....	
9.	Методические материалы.....	
9.1	Планы семинарских/ практических/ лабораторных занятий.....	
	Приложение 1. Аннотация рабочей программы дисциплины.....	

## Пояснительная записка

### 1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины - сформировать представление о сторителлинге как основном инструменте интегрированных коммуникаций и возможностях использования данного инструмента в решении профессиональных задач.

Задачи дисциплины:

- рассмотреть теоретико-методологические основы сторителлинга;
- раскрыть сущность и особенности сторителлинга;
- рассмотреть технологии сторителлинга.

### 1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
ПК-2. Способность управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность	ПК-2.1. Понимает основные принципы стратегического планирования, и реализации коммуникационных программ и мероприятий	Знать: основные принципы стратегического планирования, и реализации коммуникационных программ и мероприятий Уметь: выбирать принципы стратегического планирования, и реализации коммуникационных программ и мероприятий Владеть: методами отбора принципов стратегического планирования, и реализации коммуникационных программ и мероприятий
	ПК-2.2. Оценивает эффективность коммуникационных программ и мероприятий	Знать: основы разработки коммуникационных программ и мероприятий Владеть: методиками оценки эффективности коммуникационных программ и мероприятий
	ПК-2.3. Разрабатывает и реализует основные инструменты маркетинговых коммуникаций: рекламы, связей с общественностью, личных продаж, директ-коммуникаций, стимулирования сбыта	Знать: основные инструменты маркетинговых коммуникаций Уметь: выбирать основные инструменты маркетинговых коммуникаций в целях решения поставленных задач Владеть: методиками разработки и реализации инструментов маркетинговых коммуникаций

### 1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Сторителлинг» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений вариативного блока дисциплин учебного плана.

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин «Теория и практика медиакоммуникаций», «Исследование поведения потребителей».

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: «Основы медиаменеджмента», «Базовые инструменты журналистики», профессионально-творческая практика.

### 2. Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 академических часа (ов).

#### Структура дисциплины для очной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
5	Лекции	<b>18</b>
5	Семинары/лабораторные работы	<b>24</b>
Всего:		<b>42</b>

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 66 академических часа.

### 3. Содержание дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	Сторителлинг как культурная традиция и технология.	Сторителлинг в маркетинговых коммуникациях Сторителлинг как уникальный способ передачи метафорической информации через использование историй. Классификации сторителлинга. Основные фазы развития сторителлинга. Дж.Питерсон о сути сторителлинга применительно к индивидуальному человеческому бытию. «Современные сказки» в социальных сетях. Коммерческий сторителлинг в Facebook, Instagram или LiveJournal. Сторителлинг и персонификация бренда. Д. Армстронг: сторителлинг о мотивационном маркетинге внутри компании. Сторителлинг в брендкоммуникация. Сторителлинг как инструмент маркетинговых коммуникаций. Сюжет и структура сторителлинга. «Создание осознанности».
2	Современное медиапространство: 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. Анализ характеристик целевой аудитории. Требования к созданию контента для различных целевых аудиторий.
3	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.
4	История изучения нарратива.	Основные элементы истории. Принципы построения нарратива. В.Я. Пропп и морфология волшебной сказки, архетипические сюжеты, и образы. 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.
5	Драматические атрибуты героя.	Образ героя и его атрибуты: желание и цель, потребность, изъян (недостаток, слабость, внутренняя проблема), самооткровение, призрак (тайна, травма прошлого), внутренний конфликт, характеристика, характер героя.
6	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 10 (параллельный, перекрестный, леймотивный, кольцевой рассказ). Логичность сюжета.
7	Текстовые и визуальные элементы в сторителлинге.	Технологии создания маркетингового контента. Производство и организация контента: текст, фото, видео, интерактивные элементы. Таймлайны, интерактивные карты, мини-игры, инфографика, VR, AR, MR, видео 360°. Платформы для организации контента.

#### 4. Образовательные технологии

№ п/п	Наименование раздела	Виды учебных занятий	Образовательные технологии
1.	Сторителлинг как культурная традиция и технология.	Лекция  Семинар	Вводная лекция с использованием видеоматериалов, демонстрация приемов информационного поиска и обзора литературы по теме, эвристический опрос по знанию информационных медиа источников по теме лекции.

		Самостоятельная работа	<p>Развернутая беседа с обсуждением сообщений студентов, опрос по учебным вопросам темы,</p> <p>Отработка навыка применения знания по теме в решении практической задачи: групповое упражнение, творческое задание.</p> <p>Постановка задания для самостоятельной работы: объяснение задачи, форма работы, источники и литература, инструменты работы, требования к результату, критерии оценки, условия конкурса письменных творческих заданий, организовывание команд для групповой работы.</p> <p>Консультирование и проверка домашних заданий с помощью онлайн инструментов, использование профильного медиа контента и материалов электронных образовательных ресурсов.</p>
2.	Современное медиапространство: изменение контента и способов его потребления.	<p>Лекция</p> <p>Семинар</p> <p>Самостоятельная работа</p>	<p>Лекция с использованием видеоматериалов, демонстрация приемов использования системного подхода к изучению медиаманипулирования, схематизация основных понятий по теме лекции, экспресс-интервью по знанию контекстов темы лекции.</p> <p>Развернутая беседа с обсуждением сообщений студентов, опрос по учебным вопросам темы,</p> <p>Отработка навыков применения знания по теме в решении практической задачи: групповое упражнение, творческое задание.</p> <p>Постановка задания для самостоятельной работы: объяснение задачи, форма работы, информационные источники, инструменты работы, требования к результату, критерии оценки.</p> <p>Консультирование и проверка домашних заданий с помощью онлайн инструментов, использование профильного медиа контента и материалов электронных образовательных ресурсов.</p>
3.	Сторителлинг в рекламе и PR.	<p>Лекция</p> <p>Семинар</p>	<p>Лекция с использованием видеоматериалов, демонстрация приемов использования системного подхода к изучению медиа и информационных процессов, схематизация содержания по теме лекции, эвристический опрос по знанию контекстов темы лекции.</p> <p>Развернутая беседа с обсуждением сообщений студентов, опрос по учебным</p>

		Самостоятельная работа	<p>вопросам темы, Отработка навыков применения знания по теме в решении практической задачи: групповое упражнение, творческое задание.</p> <p>Постановка задания для самостоятельной работы: объяснение задачи, форма работы, информационные источники, инструменты работы, требования к результату, критерии оценки.</p> <p>Консультирование и проверка домашних заданий с помощью онлайн инструментов, использование профильного медиа контента и материалов электронных образовательных ресурсов.</p>
4.	История изучения нарратива.	Лекция  Семинар  Самостоятельная работа	<p>Лекция с использованием видеоматериалов, демонстрация приемов использования си системного подхода к изучению медиа и информационных процессов, схематизация содержания по теме лекции, эвристический опрос по знанию контекстов темы лекции.</p> <p>Развернутая беседа с обсуждением сообщений студентов, опрос по учебным вопросам темы, Отработка навыков применения знания по теме в решении практической задачи: групповое упражнение, творческое задание.</p> <p>Постановка задания для самостоятельной работы: объяснение задачи, форма работы, информационные источники, инструменты работы, требования к результату, критерии оценки.</p> <p>Консультирование и проверка домашних заданий с помощью онлайн инструментов, использование профильного медиа контента и материалов электронных образовательных ресурсов.</p>
5.	Драматические атрибуты героя.	Лекция  Семинар	<p>Лекция с использованием видеоматериалов, демонстрация приемов использования си системного подхода к изучению медиа и информационных процессов, схематизация содержания по теме лекции, эвристический опрос по знанию контекстов темы лекции.</p> <p>Развернутая беседа с обсуждением сообщений студентов, опрос по учебным вопросам темы, Отработка навыков применения знания по теме в решении практической задачи: групповое упражнение, творческое</p>



		Самостоятельная работа	<p>задание.</p> <p>Постановка задания для самостоятельной работы: объяснение задачи, форма работы, информационные источники, инструменты работы, требования к результату, критерии оценки.</p> <p>Консультирование и проверка домашних заданий с помощью онлайн инструментов, использование профильного медиа контента и материалов электронных образовательных ресурсов.</p>
6.	Создание истории.	<p>Лекция</p> <p>Семинар</p> <p>Самостоятельная работа</p>	<p>Лекция с использованием видеоматериалов, демонстрация приемов использования си системного подхода к изучению медиа и информационных процессов, схематизация содержания по теме лекции, эвристический опрос по знанию контекстов темы лекции.</p> <p>Развернутая беседа с обсуждением сообщений студентов, опрос по учебным вопросам темы,</p> <p>Отработка навыков применения знания по теме в решении практической задачи: анализ медийной ситуации, групповое упражнение, творческое задание.</p> <p>Постановка задания для самостоятельной работы: объяснение задачи, форма работы, информационные источники, инструменты работы, требования к результату, критерии оценки.</p> <p>Консультирование и проверка домашних заданий с помощью онлайн инструментов, использование профильного медиа контента и материалов электронных образовательных ресурсов.</p>

7.	Текстовые и визуальные элементы в сторителлинге.	Лекция  Семинар  Самостоятельная работа	Лекция с использованием видеоматериалов, демонстрация приемов использования системного подхода к изучению медиа и информационных процессов, схематизация содержания по теме лекции, эвристический опрос по знанию контекстов темы лекции. Развернутая беседа с обсуждением сообщений студентов, опрос по учебным вопросам темы, Отработка навыков применения знания по теме в решении практической задачи: анализ медийной ситуации, групповое упражнение, творческое задание. Постановка задания для самостоятельной работы: объяснение задачи, форма работы, информационные источники, инструменты работы, требования к результату, критерии оценки. Консультирование и проверка домашних заданий с помощью онлайн инструментов, использование профильного медиа контента и материалов электронных образовательных ресурсов.
----	--	---	--

В период временного приостановления посещения обучающимися помещений и территории РГГУ для организации учебного процесса с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий могут быть использованы следующие образовательные технологии:

- видео-лекции;
- онлайн-лекции в режиме реального времени;
- электронные учебники, учебные пособия, научные издания в электронном виде и доступ к иным электронным образовательным ресурсам;
- системы для электронного тестирования;
- консультации с использованием телекоммуникационных средств.

## 5. Оценка планируемых результатов обучения

### 5.1. Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- <i>опрос</i>	5 баллов	30 баллов
- <i>участие в дискуссии на семинаре</i>	5 баллов	10 баллов
- <i>контрольная работа (темы 1-3)</i>	10 баллов	10 баллов
- <i>контрольная работа (темы 4-6)</i>	10 баллов	10 баллов
Промежуточная аттестация – <i>зачет</i>		40 баллов
<b>Итого за семестр</b>		100 баллов

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	Отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	Хорошо		C
56 – 67	Удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	Неудовлетворительно		не зачтено
0 – 19		F	

## 5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ A,B	отлично/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ C	хорошо/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D,E	удовлетворительно/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F,FX	неудовлетворительно/ не зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		<p>Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

### 5.3.Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

#### Примерные темы эссе

1. Исторические предпосылки возникновения современной «культуры рассказывания».
2. сторителлинг и медиа ориентированная культура: путь в публичное пространство.
3. сторителлинг как драматургический формат. Какие истории востребованы в современном медиапространстве.
4. сторителлинг как часть освободительного дискурса отдельных социальных групп.
5. сторителлинг в телевизионных в монологовых программах, ток-шоу, кино, на радио.
6. сторителлинг в социальных медиа.
7. сторителлинг в маркетинговых проектах и в социальных медиа: общее и особенное.
8. Типы историй формата «сторителлинг» и требования к повествованию.
9. Трансмедиа сторителлинг как технология создания мультимедиапроизведений
10. «Вселенная истории» трансмедийного проекта.
11. Ретроактивные и проактивные трансмедийные проекты.

#### Примерные темы контрольной работы

1. Основные понятия сторителлинга.
2. сторителлинг как технология эффективных коммуникаций.
3. Основные подходы к классификации сторителлинга.
4. Использование сторителлинга: цели и задачи.
5. Основные принципы построения нарратива.
6. сторителлинг и пропаганда.
7. Использование сторителлинга в различных областях.
8. Использование динамики развития событий и присутствие эмоции в сторителлинге.
9. Роль ярких деталей в сторителлинге.
10. Призыв к действию в сторителлинге.

#### Вопросы к промежуточной аттестации:

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?
21. Перечислите сервисы, с помощью которых можно создать различные истории и виды материалов в формате сторителлинга.
22. Опишите разницу между VR, AR и MR. Каковы перспективы их применения в сторителлинге?
23. Перечислите возможные визуальные и мультимедийные элементы в сторителлинге.
24. Охарактеризуйте возможные композиционные модели построения рассказа.
25. Перечислите возможные сюжеты для сторителлинга.
26. Перечислите восемь этапов сторителлинга, по Р. Макки.
27. В чем преимущество структуры рассказа, по К.Воглеру?
28. Перечислите шесть ступеней структуры сюжета М. Хейга.
29. Какую роль в создании истории играет внутренний конфликт героя?
30. Как в структуре развития сюжета соотносятся желание, цель и потребность героя?
31. Каковы основные элементы истории? Как эти элементы взаимодействуют внутри истории?
32. Актантные теории и нарративные исследования.
33. Мифы как форма языка. Р.Барт и семиотический анализ продуктов коммуникации.
34. Что такое UGC (User-generated content): особенности, типы и способы применения пользовательского контента?
35. В чем отличие сторителлинга от сторимейкинга?
36. В чем специфика построения историй в SMM?
37. Каковы основные жанры сторителлинга для брендинга?
38. Каковы особенности восприятия информации «поколением Z» и «миллениалами»?
39. Какова специфика потребления цифрового контента в современном обществе?
40. Как изменился контент и формы его потребления в современном обществе?

## **6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

### **6.1.Список источников и литературы**

#### **Литература**

##### **Основная**

1. Вольф, Ю. Школа литературного мастерства: от концепции до публикации: рассказы, романы, статьи, нон-фикшн, сценарии, новые медиа : [пер. с англ.] / Юрген Вольф. — Москва : Альпина нон-фикшн, 2016. — 384 с. — ISBN 978-5- 91671-320-6. — ЭБС Znanium.com. — URL: <https://znanium.com/catalog/product/926854> (дата обращения: 26.12.2022). — Текст : электронный.
2. Макки, Р. Сториномика: маркетинг, основанный на историях, в пострекламном мире : пер. с англ. / Роберт Макки, Том Джерас. — Москва : Альпина нонфикшн, 2019. — 280 с. — ISBN 978-5-00139-066-4. — ЭБС Znanium.com.— URL: <https://znanium.com/catalog/product/1077891> (дата обращения: 26.12.2022). — Текст : электронный. Дополнительная литература:
3. Мушин-Македонский, А. Нарративное лидерство : Искусство вдохновлять и убеждать с помощью историй : практическое руководство / А. МушинМакедонский. — Москва : Альпина

ПРО, 2022. — 266 с. — ISBN 978-5-907470- 51-4. — ЭБС Znanium.com. — URL: <https://znanium.com/catalog/product/1904816> (дата обращения: 26.12.2022). — Текст : электронный.

#### **Дополнительная**

4. Дзялошинский, И. М. Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования : учеб. для вузов / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Юрайт, 2023. — 345 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11621-2. — Образовательная платформа Юрайт. — URL: <https://urait.ru/bcode/517871> (дата обращения: 26.12.2022). — Текст : электронный.

5. Пономарев, Н. Ф. Сторителлинг в цифровой транскоммуникации : учеб. пособие / Н. Ф. Пономарев. — Москва : Русайнс, 2023. — 232 с. — ISBN 978-5- 466-01813-4. — URL: <https://book.ru/book/946799> (дата обращения: 26.12.2022). — Текст : электронный.

6. Халилов, Д. Метод скользкой горки: Сторителлинг для Reels, Stories, TikTok роликов и других форматов социальных сетей : практическое руководство / Д. Халилов. — Москва : Альпина Паблишер, 2022. — 583 с. — ISBN 978-5-9614- 4271-7. — ЭБС Znanium.com. — URL: <https://znanium.com/catalog/product/1904813> (дата обращения: 26.12.2022). — Текст : электронный.

## **6.2.Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».**

*Необходимо добавить то, что необходимо для изучения дисциплины*

Национальная электронная библиотека (НЭБ) [www.rusneb.ru](http://www.rusneb.ru)

ELibrary.ru Научная электронная библиотека [www.elibrary.ru](http://www.elibrary.ru)

Электронная библиотека Grebennikon.ru [www.grebennikon.ru](http://www.grebennikon.ru)

Cambridge University Press

ProQuest Dissertation & Theses Global

SAGE Journals

Taylor and Francis

JSTOR

## **6.3.Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы**

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.rsuh.ru/ru/bases>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

## **7. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Для обеспечения дисциплины используется материально-техническая база образовательного учреждения: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов.

Аудитории для проведения занятий должны быть оборудованы учебной доской (интерактивной учебной доской) и инструментом (мел или маркер) для нанесения рисунков, схем и текста на доску.

Состав программного обеспечения:

1. Windows
2. Microsoft Office

Профессиональные полнотекстовые базы данных:

1. Cambridge University Press
2. ProQuest Dissertation & Theses Global
3. SAGE Journals
4. Taylor and Francis
5. JSTOR

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

## **8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов**

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или могут быть заменены устным ответом; обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс; для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств; письменные задания оформляются увеличенным шрифтом; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

- для глухих и слабослышащих: лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования; письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме; экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих: в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

- для глухих и слабослышащих: в печатной форме, в форме электронного документа.

- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих: устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE; дисплеем Брайля PAC Mate 20; принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих: автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих; акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1; компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

## **9. Методические материалы**

### **9.1. Планы семинарских/ практических/ лабораторных занятий**

#### **Тема 1. Сторителлинг как культурная традиция и технология. Сторителлинг в маркетинговых коммуникациях**

Вопросы для обсуждения:

1. Что такое сторителлинг? В чем состоит значение и уникальность способа передачи информации при помощи рассказывания историй?
2. Метафоричность историй. Многообразие способов и направленной применения сторителлинга в медиапространстве.
3. Основные подходы к классификации сторителлинга.
4. Основные фазы развития явления. Сторителлинг вчера и сегодня.
5. Сторителлинг как инструмент маркетинговых коммуникаций.

#### **Тема 2. Современное медиапространство**

Вопросы для обсуждения:

1. Цифровая культура и цифровой контент в современном мире.
2. Изменения в формах потребления. Групповая дискуссия, опрос, анализ кейса, постановка задачи для творческой работы, выбор тем для написания эссе.
3. Требования к современному контенту (геймификация, интерактивность и т.п.).
4. Разнообразие целевых аудиторий разнообразие требования к созданию контента для каждой из них.

#### **Тема 3. Сторителлинг в рекламе и PR**

Вопросы для обсуждения:

1. Основные требования к истории в блоге корпоративной компании.
2. Какими параметрами должен обладать сторителлинг в рекламных роликах?
3. Истории в имиджевых проектах и брендинге.
4. Сторителлинг в SMM. UGC контент и сторимейкинг.

#### **Тема 4. История изучения нарратива**

Вопросы для обсуждения:

1. В.Я. Пропп и морфология волшебной сказки
2. Семиология Р.Барта и морфология литературных произведений.
3. Важнейшие принципы построения нарратива.
4. Основные компоненты нарратива. ключевые переживания

#### **Тема 5. Драматические атрибуты героя**

Вопросы для обсуждения:

1. Каким образом выбирается герой (герои) истории?
2. Образ героя и его атрибуты.



### 3. Характер героя и его внутренний конфликт

#### **Тема 6. Создание истории**

Вопросы для обсуждения:

1. Архетипические сюжеты для сторителлинга
2. Композиционное построение истории.
3. Шесть ступеней структуры сюжета М. Хейга.
4. Путешествие героя, по К. Воглеру.

Опрос, групповая дискуссия, анализ кейсов, творческое задание «выбор материала для истории». Презентация выполненного задания: «Построение сюжета истории». Завершение эссе. Проверка и оценивание эссе. Восемь этапов сторителлинга, по Р. Макки.

#### **Тема 7. Текстовые и визуальные элементы в сторителлинге**

Вопросы для обсуждения:

1. Технологии создания маркетингового контента.
2. Производство и организация контента
3. Платформы для организации контента.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Сторителлинг» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой медиакоммуникаций.

Цель дисциплины - сформировать представление о сторителлинге как основном инструменте интегрированных коммуникаций и возможностях использования данного инструмента в решении профессиональных задач.

Задачи дисциплины:

- рассмотреть теоретико-методологические основы сторителлинга;
- раскрыть сущность и особенности сторителлинга;
- рассмотреть технологии сторителлинга.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

ПК-2.1. Понимает основные принципы стратегического планирования, и реализации коммуникационных программ и мероприятий.

ПК-2.2. Оценивает эффективность коммуникационных программ и мероприятий.

ПК-2.3. Разрабатывает и реализует основные инструменты маркетинговых коммуникаций: рекламы, связей с общественностью, личных продаж, директ-коммуникаций, стимулирования сбыта.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

*Знать:* основные принципы стратегического планирования, и реализации коммуникационных программ и мероприятий; основы разработки коммуникационных программ и мероприятий; основные инструменты маркетинговых коммуникаций

*Уметь:* выбирать принципы стратегического планирования, и реализации коммуникационных программ и мероприятий; выбирать основные инструменты маркетинговых коммуникаций в целях решения поставленных задач

*Владеть:* методами отбора принципов стратегического планирования, и реализации коммуникационных программ и мероприятий; методиками оценки эффективности коммуникационных программ и мероприятий; методиками разработки и реализации инструментов маркетинговых коммуникаций.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.