

МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»
(РУТ (МИИТ))



Рабочая программа дисциплины (модуля),
как компонент образовательной программы
высшего образования - программы бакалавриата
по направлению подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью,
утвержденной первым проректором РУТ (МИИТ)
Тимониным В.С.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Сторителлинг

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в отрасли

Форма обучения: Очная

Рабочая программа дисциплины (модуля) в виде
электронного документа выгружена из единой
корпоративной информационной системы управления
университетом и соответствует оригиналу

Простая электронная подпись, выданная РУТ (МИИТ)
ID подписи: 2575
Подписал: заведующий кафедрой Терешина Наталья
Петровна
Дата: 01.06.2021

1. Общие сведения о дисциплине (модуле).

Целью дисциплины является изучение теории и общих практических подходов к использованию повествования и сюжетосложения в разных медиаформатах для реализации в рекламной и PR-деятельности.

Задачи дисциплины:

изучение коммуникативно-стилистической характеристики рекламного и PR-текста;

изучение параметров конститутивности текста;

определение и жанровая типология рекламного и PR-текста;

основные требования к рекламному и PR-тексту;

Разновидности текстов для СМИ и информационного пакета для прессы.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю).

Перечень формируемых результатов освоения образовательной программы (компетенций) в результате обучения по дисциплине (модулю):

ОПК-1 - Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.

Обучение по дисциплине (модулю) предполагает, что по его результатам обучающийся будет:

Уметь:

- анализировать сторителлинг в разных медиа;
- выделять сильные и слабые места сторителлинга;
- оценивать рекламный и PR-текст на предмет возможности использования инструментария сторителлинга;
- анализировать журналистские тексты и сценарии игр;
- определять основные результаты использования сторителлинга в рекламной и PR-деятельности.

Знать:

- основные категории дисциплины;
- принципы построения повествования при осуществлении рекламной и PR-деятельности;
- функции и цели сторителлинга;
- разновидности текстов, жанров при реализации рекламной и PR-деятельности;

- особенности разных жанров повествования рекламной и PR-деятельности;

Владеть:

- навыками сбора, обработки, анализа данных для формирования рекламного и PR-текста;

- навыками подготовки рекламного и PR-текста с использованием инструментария сторителлинга;

- навыками подготовки сценария для использования инструментов сторителлинга;

- навыками сторителлинга в продвижении товаров и услуг.

3. Объем дисциплины (модуля).

3.1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля).

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 з.е. (108 академических часа(ов)).

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

Тип учебных занятий	Количество часов	
	Всего	Сем. №6
Контактная работа при проведении учебных занятий (всего):	56	56
В том числе:		
Занятия лекционного типа	28	28
Занятия семинарского типа	28	28

3.3. Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся, а также в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении промежуточной аттестации составляет 52 академических часа (ов).

3.4. При обучении по индивидуальному учебному плану, в том числе при ускоренном обучении, объем дисциплины (модуля) может быть реализован полностью в форме самостоятельной работы обучающихся, а также в форме

контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении промежуточной аттестации.

4. Содержание дисциплины (модуля).

4.1. Занятия лекционного типа.

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
1	Сторителлинг в медиапространстве 1.1. Теории и практика формирования историй 1.2. Сцены и эпизоды – ключевой элемент сторителлинга 1.3. Структура и содержание элементов в технологии сторителлинга
2	Практические аспекты сторителлинга 2.1. Структура и логика изложения историй 2.2. Этические аспекты использования сторителлинга 2.3. Источники информации для сторителлинга

4.2. Занятия семинарского типа.

Практические занятия

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
1	Сторителлинг и его использование в рекламной и PR-деятельности Понятие «сторителлинг». Способы применения сторителлинга в разных сферах жизни. Виды сторителлинга. Виды медиа и сторителлинга в них
2	Техника сторителлинга Технология сторителлинга в продвижении товаров и услуг. Современные формы сторителлинга. Концепция сторителлинга.
3	Источники сторителлинга Основные источники информации для сторителлинга. Главные и второстепенные герои, эксперты. Проверка информации. Принципы использования информации в сторителлинге.

4.3. Самостоятельная работа обучающихся.

№ п/п	Вид самостоятельной работы
1	Подготовка к практическим занятиям
2	Работа с лекционным материалом
3	Работа с литературой
4	Темы и вопросы, определяемые преподавателем с учетом интересов студента.
5	Подготовка к промежуточной аттестации.
6	Подготовка к текущему контролю.

5. Перечень изданий, которые рекомендуется использовать при освоении дисциплины (модуля).

№ п/п	Библиографическое описание	Место доступа
1	Реклама и связи с общественностью: учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 552 с.	ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/425190
2	Организационная культура : учебник и практикум для вузов / В. Г. Смирнова [и др.] ; под редакцией В. Г. Смирновой. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 306 с.	ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/469216

6. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, которые могут использоваться при освоении дисциплины (модуля).

Научно-техническая библиотека РУТ (МИИТ): <http://library.miit.ru>

7. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства, необходимого для освоения дисциплины (модуля).

Офисный пакет приложений Microsoft Office

8. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю).

Для проведения лекционных занятий необходима аудитория с мультимедиа аппаратурой. Для проведения практических занятий требуется аудитория, оснащенная мультимедиа аппаратурой и ПК с необходимым программным обеспечением и подключением к сети интернет.

9. Форма промежуточной аттестации:

Зачет в 6 семестре.

10. Оценочные материалы.

Оценочные материалы, применяемые при проведении промежуточной аттестации, разрабатываются в соответствии с локальным нормативным актом РУТ (МИИТ).

Авторы:

профессор, профессор, д.н. кафедры
«Экономика и управление на
транспорте»

В.А. Подсорин

Согласовано:

Заведующий кафедрой ЭУТ
Председатель учебно-методической
комиссии

Н.П. Терешина

М.В. Ишханян