

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИОЛОГИИ

Утверждено:  
на заседании кафедры политологии  
и связей с общественностью  
протокол от 08 июня 2022 г. № 10

Зав. кафедрой  / Э.Н. Ямалова

Согласовано:  
Председатель УМК  
факультета философии и социологии

 /Р.Н. Хайруллин

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**Дисциплина «Сторителлинг: теория и практика»**

Часть, формируемая участниками образовательных отношений

программа магистратуры

Направление подготовки (специальность)  
42.04.01 – Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки  
Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Квалификация  
магистр

Разработчик (составитель) доцент, канд. филол. наук	 /Силиванец А.В.
--	---

Для приема: 2022 г.

Уфа 2022

Составитель: Силиванец Ангелина Владимировна

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры политологии и связей с общественностью, протокол № 10 от 08 июня 2022 г.

Зав. кафедрой  / Э.Н. Ямалова

## Список документов и материалов

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций	4
2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы	4
3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)	5
4. Фонд оценочных средств по дисциплине	6
4.1. Перечень компетенций и индикаторов достижения компетенций с указанием соотнесенных с ними запланированных результатов обучения по дисциплине. Описание критериев и шкал оценивания результатов обучения по дисциплине	6
4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	8
4.3. Рейтинг-план дисциплины	9
5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	21
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	22
5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины	22
6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине	22

## 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций

В результате освоения образовательной программы обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине

Формируемая компетенция (с указанием кода)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ПК-1. Способность управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность	ПК-1.1 Знает основные принципы стратегического планирования, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий	Знает основные принципы стратегического планирования, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий
	ПК-1.2 Умеет оценивать эффективность коммуникационных программ и мероприятий	Умеет оценивать эффективность коммуникационных программ и мероприятий
	ПК-1.3 Владеет навыками разработки коммуникационных программ и мероприятий, на основе оценки их конечной и промежуточной эффективности	Владеет навыками разработки коммуникационных программ и мероприятий, на основе оценки их конечной и промежуточной эффективности

## 2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Сторителлинг: теория и практика» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

Дисциплина изучается на 2 курсе в 3 семестре.

Курс нацелен на овладение системными знаниями по созданию текстов, используемых в медиасфере, что позволит специалисту эффективно осуществлять профессиональную деятельность. Курс нацелен на формирование и развитие у будущего специалиста – участника профессионального общения комплексной коммуникативной компетенции на русском языке, представляющей собой совокупность знаний, умений, способностей, инициатив личности, необходимых для установления межличностного контакта в социально-культурной, профессиональной сферах и ситуациях человеческой деятельности.

## 2. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)

Содержание рабочей программы представлено в Приложении № 1.

### 3. Фонд оценочных средств по дисциплине

#### 4.1. Перечень компетенций и индикаторов достижения компетенций с указанием соотношенных с ними запланированных результатов обучения по дисциплине. Описание критериев и шкал оценивания результатов обучения по дисциплине

Код и формулировка компетенции: ПК-1. Способность управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность

Код и наименована индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения	
		(«Незачтено»)	(«Зачтено»)
ПК-1. Способность управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность	ПК-1.1 Знает основные принципы стратегического планирования, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий	Не знает основные принципы стратегического планирования, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий	Знает основные принципы стратегического планирования, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий
	ПК-1.2 Умеет оценивать эффективность коммуникационных программ и мероприятий	Не сформированы умения оценивать эффективность коммуникационных программ и мероприятий	Сформированы на высоком уровне умения оценивать эффективность коммуникационных программ и мероприятий
	ПК-1.3 Владеет навыками разработки коммуникационных программ и мероприятий, на основе оценки их конечной и промежуточной эффективности	Отсутствуют навыки разработки коммуникационных программ и мероприятий, на основе оценки их конечной и промежуточной эффективности	Сформированы на высоком уровне навыки разработки коммуникационных программ и мероприятий, на основе оценки их конечной и промежуточной эффективности

#### 4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
--	-----------------------------------	--------------------

ПК-1.1 Знает основные принципы стратегического планирования, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий	Умеет осуществлять редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта	Опрос при проведении практического занятия. Выступление по теме практического занятия
ПК-1.2 Умеет оценивать эффективность коммуникационных программ и мероприятий	Владеет навыками контроля соответствия формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала	Опрос при проведении практического занятия. Выступление по теме практического занятия
ПК-1.3 Владеет навыками разработки коммуникационных программ и мероприятий, на основе оценки их конечной и промежуточной эффективности	Умеет создавать тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	Опрос при проведении практического занятия. Выступление по теме практического занятия
ПК-2.1. Знаком с теорией и методологией управления коллективом, построения эффективной корпоративной культуры	Умеет создавать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта	Опрос при проведении практического занятия. Выступление по теме практического занятия
ПК-2.2. Умеет организовать работу по построению коммуникационных отделов компании	Умеет создавать основу сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании	Опрос при проведении практического занятия. Выступление по теме практического занятия

### *Примерные вопросы к зачету*

1. Предмет, цели, задачи курса. Понятие «сторителлинг», основные категории
2. Понятие «сториз». Специфика автора и адресата
3. Медиатекст и закономерности текстообразования
4. Интертекстуальность как обязательная категория медиатекста.
5. Формы и функции интертекстуальных знаков в медиатексте
6. Методы изучения медиатекстов
7. PR-текст как разновидность медиатекста. Сущности PR и понятия «PR-текст». Специфика PR-текста как разновидности медиатекста
8. PR-публикации в системе медиатекстов. Типология PR-текстов. Технология создания PR-текста

9. Контролируемые организацией письменные материалы для внешней аудитории: письмо, приглашение, буклет, проспект, брошюра, листовка, заявка и предложение, текст речей и выступлений
10. Контролируемые организацией письменные материалы для внутренней аудитории: отчет, информационный листок, ньюс-леттер, бюллетень медиа-план, медиа-карта, пресс-дайджест
11. Неконтролируемые организацией письменные материалы: пресс-релиз, бэкграундер, факт-лист, биографическая справка, письмо в редакцию, заявление для СМИ, статья. Пресс-кит
12. Рекламный текст как разновидность медиатекста. Лингвистические особенности рекламного текста. Двойственная природа рекламного дискурса и его элементы
13. Рекламный текст: семиотика, структура, прагматика
14. Редакторское чтение рекламного текста. Редактирование текстов с нарушениями правовых, моральных, этических норм
15. Редакторское чтение рекламного текста. Редактирование текстов с нарушениями маркетинговых требований
16. Редакторское чтение рекламного текста. Редактирование текстов с нарушениями норм литературной формы
17. Журналистский медиатекст. Специфика текста в журналистике. Структура журналистского текста и принцип перевернутой пирамиды
18. Медиатекст печатных СМИ: жанрово-стилистический аспект. Введение в теорию жанров периодической печати
19. Интервью. Репортаж.
20. Статья. Фельетон. Очерк
21. Жанровая специфика телевизионного текста. Телевизионная картина мира.
22. Телевизионный текст как разновидность креолизованного текста
23. Особенности телекоммуникации. Модель телевизионной коммуникации. Специфика телевизионного общения. Стратегии и тактики телевизионной речи
24. Специфика телевизионных средств выразительности. Изобразительно-выразительные средства телевидения.
25. Речевые особенности телевизионного текста
26. Специфика и правила построения телевизионной речи
27. Жанры телевизионного текста. Жанровая специфика телетекста
28. Жанровая специфика радионного текста. Особенности радиокommunikации. Специфика радионных средств выразительности. Основные принципы, виды и функции монтажа
29. Выразительные средства радиоречи. Речевые особенности радионного текста
30. Специфика и правила построения радионного текста
31. Жанры радионного текста. Жанровая специфика радио.
32. Особенности радионного репортажа
33. Специфика Web-медиатекста. Медиатекст в системе интернет-коммуникаций. Интернет: понятие, основные сервисы.
34. Проблема статуса интернет-СМИ. Определение, специфические свойства интернет-СМИ. Факторы, определяющие специфику веб-медиатекста. Типология интернет-СМИ
35. Специфика гипертекстовой медиапубликации. Контент сайта
36. Электронный гипертекст как особый тип текста. Гиперссылки: виды и принципы работы.
37. Требования к интернет-публикациям.
38. Жанровые особенности веб-медиатекста. Интернет-новость. Интернет-журнал

#### **Критерии оценивания результатов:**

В настоящее время проверка качества подготовки студентов на зачётах заканчивается выставлением отметок «зачтено» и «не зачтено». Критерии оценки знаний должны устанавливаться в соответствии с требованиями к профессиональной подготовке, исходя из действующих учебных планов и программ, с учётом характера конкретной дисциплины, а также будущей практической деятельности выпускника.

**В качестве исходных рекомендуется общие критерии оценок:**

Оценка «зачтено» выставляется студенту, если он дал полные, развернутые ответы по теоретическим вопросам на зачет, продемонстрировал умение использовать терминологический аппарат по дисциплине, умение применять на практике теоретические знания, полученные в результате освоения дисциплины. Студент смог ответить на дополнительные вопросы и умеет аргументировано отстаивать свою точку зрения.

Оценка «не зачтено» выставляется студенту, если он не владеет теоретическими аспектами рассматриваемых вопросов, не использует терминологический аппарат для аргументированного и полного ответа по вопросу. Не смог ответить на дополнительные вопросы. Не умеет применять полученные знания на практике.

**Вопросы к практическим занятиям**

**Модуль 1. сторителлинг в современном медиапространстве**

**Тема 1. Предмет, цели, задачи курса.**

Понятие «сторителлинг», основные категории  
Понятие «сториз». Специфика автора и адресата  
Медиатекст и закономерности текстообразования  
Интертекстуальность как обязательная категория медиатекста.  
Формы и функции интертекстуальных знаков в медиатексте  
Методы изучения медиатекстов

**Тема 2. PR-текст как разновидность медиатекста**

Сущности PR и понятия «PR-текст»  
Специфика PR-текста как разновидности медиатекста  
PR-публикации в системе медиатекстов  
Типология PR-текстов  
Технология создания PR-текста

**Тема 3. Контролируемые организацией письменные материалы**

Письмо  
Информационный релиз  
Приглашение  
Буклет, проспект  
Брошюра  
Листовка  
Заявка и предложение  
Текст речей и выступлений  
Отчет  
Информационный листок, ньюс-леттер, бюллетень  
Медиа-план  
Медиа-карта  
Пресс-дайджест

**Тема 4. Неконтролируемые организацией письменные материалы**

Пресс-релиз

Бэкграундер  
Факт-лист  
Биографическая справка  
Письмо в редакцию  
Заявление для СМИ  
Статья  
Пресс-кит

- Тема 5. Рекламный текст как разновидность медиатекста  
Лингвистические особенности рекламного текста  
Двойственная природа рекламного дискурса и его элементы  
Рекламный текст: семиотика, структура, прагматика  
Редакторское чтение рекламного текста  
Редактирование текстов с нарушениями правовых, моральных, этических норм  
Редактирование текстов с нарушениями маркетинговых требований  
Редактирование текстов с нарушениями норм литературной формы

## Модуль 2. Журналистский медиатекст

- Тема 6. Медиатекст печатных СМИ: жанрово-стилистический аспект  
Введение в теорию жанров периодической печати  
Специфика текста в журналистике  
Структура журналистского текста и принцип перевернутой пирамиды  
Интервью  
Репортаж  
Статья  
Фельетон  
Очерк
- Тема 7. Жанровая специфика телевизионного текста  
Телевизионная картина мира. Телевизионный текст как разновидность креолизованного текста  
Особенности телекоммуникации  
Модель телевизионной коммуникации. Специфика телевизионного общения.  
Стратегии и тактики телевизионной речи  
Специфика телевизионных средств выразительности  
Изобразительно-выразительные средства телевидения  
Речевые особенности телевизионного текста  
Специфика и правила построения телевизионной речи  
Жанры телевизионного текста  
Жанровая специфика телетекста
- Тема 8. Жанровая специфика радиийного текста  
Особенности радиокоммуникации  
Специфика радиийных средств выразительности  
Основные принципы, виды и функции монтажа  
Выразительные средства радиоречи  
Речевые особенности радиийного текста  
Специфика и правила построения радиийного текста  
Жанры радиийного текста  
Жанровая специфика радио  
Особенности радиийного репортажа

## Тема 9. Специфика Web-медиатекста

Медиатекст в системе интернет-коммуникаций

Интернет: понятие, основные сервисы

Проблема статуса интернет-СМИ

Определение, специфические свойства интернет-СМИ

Типология интернет-СМИ

Специфика гипертекстовой медиапубликации

Контент сайта

Электронный гипертекст как особый тип текста. Гиперссылки: виды и принципы работы

Факторы, определяющие специфику веб-медиатекста

Требования к интернет-публикациям

Жанровые особенности веб-медиатекста

Интернет-новость

Интернет-журнал

### *Методические указания*

В целях успешной подготовки, проведения практических занятий и эффективного самостоятельного изучения рекомендованных тем обучающимся необходимо соблюдать следующие основные методические положения.

Цели практических занятий: научить обучающихся творчески мыслить, анализировать языковые факты на разных уровнях языка и с точки зрения различных функциональных стилей при условии соблюдения нормативного аспекта культуры речи.

Задачи практических занятий: закрепление и углубление знаний, полученных на лекциях и приобретенных в процессе самостоятельной работы с учебной литературой, лексикографическими источниками и другими материалами; формирование у обучающихся умений и навыков работы с научной литературой, подготовка устных выступлений и письменных речевых произведений.

Занятия проходят в следующих основных формах: свободного опроса обучающихся по заданным вопросам, обсуждения проблемных ситуаций, выполнения заданий с использованием лексикографических источников и др.

Важным является приобщение к научно-исследовательской деятельности. Процесс становления молодых ученых находится в прямой зависимости от степени их участия в ней, т.е. от предшествующего развития творческих способностей и исследовательских навыков. Независимо от того, какие методы будут использоваться преподавателем на занятиях, к предстоящему практическому занятию готовятся все обучающиеся.

Самостоятельная работа студентов направлена на решение следующих задач:

- логическое мышление, навыки создания научных работ гуманитарного направления, ведения дискуссий на заданную тему;
- развитие навыков работы с лексикографической и справочной литературой;
- осуществление эффективного поиска информации;
- получение, обработка и сохранение источников информации;
- преобразование информации в знание;
- формирование и аргументированное отстаивание собственной позиций по различным проблемам.

Для решения указанных задач студентам предлагаются к ознакомлению и содержательному анализу образцы различных научных текстов. Студенты выполняют задания, самостоятельно обращаясь к оригинальным источникам, учебной и справочной литературе. Проверка выполнения заданий осуществляется на семинарских занятиях с помощью устных выступлений студентов и их коллективного обсуждения.

### **Критерии оценки (в баллах):**

- 15 баллов выставляется студенту, если принимает активное участие в обсуждении темы, очень хорошо отвечает на вопросы и умеет формулировать и отстаивать свою точку зрения;
- 10 баллов выставляется студенту, если принимает участие в обсуждении темы, хорошо отвечает на вопросы;
- 5 баллов выставляется студенту, если хорошо отвечает на вопросы;
- 0 баллов выставляется студенту, если не готов к занятию.

### **Тренировочные задания**

1. Проанализировать соцсети, найти проявления сторителлинга в текстах регионального и всероссийского масштаба.
2. Составить продвигающий услугу текст для конкретной соцсети.
3. Проанализируйте текст, составьте план создания истории в соответствии с пунктами статьи. По составленному плану составьте текст.

### **СТОРИТЕЛЛИНГ В ОБУЧЕНИИ ИЛИ КАК ПРИДУМЫВАТЬ ИСТОРИИ, ДАЖЕ ЕСЛИ ВЫ НЕ ПИСАТЕЛЬ**

*Сторителлинг — педагогическая техника, построенная на использовании историй с определенной структурой и героем, направленная на решение педагогических задач обучения, наставничества, развития и мотивации.*

*Истории могут научить нас новому поведению, вызвать слезы, вдохновить и заставить задуматься.*

*Так почему бы не использовать этот потенциал в онлайн-образовании?*

Исследования показали, что факты, рассказанные в форме истории, запоминаются лучше, чем в форме лекции или презентации. Истории увлекают, заставляют сопереживать героям, показывают последствия тех или иных жизненных решений. Истории показывают, кто мы и каково наше место в мире.

Вот несколько советов тем, кто хочет включить элементы сторителлинга в свои обучающие занятия.

#### **7 советов тем, кто хочет создавать обучающие истории**

##### **1. Решите, чего вы хотите добиться, рассказав историю**

Чего вы хотите добиться с помощью сторителлинга?

Вызвать эмоции у аудитории и тем самым закрепить важную тему?

Хотите, чтобы с ее помощью слушатели извлекли урок из ошибок героев? Надеетесь использовать историю в качестве упражнения?

История, рассказанная для развлечения, вряд ли будет полезна вашей аудитории.

##### **2. Запланируйте основные темы истории**

Подумайте, что аудитория должна запомнить из истории. Какова мораль сообщения?

##### **3. Решите, как слушатели будут взаимодействовать с историей**

Смогут ли они повлиять на сюжет (например, придумать концовку или разыграть учебный диалог, исполняя роли героев истории)?

Будете ли вы задавать вопросы по содержанию истории, чтобы разобрать и зафиксировать важные моменты?

Позвольте слушателям стать соавторами своего образования.

#### 4. Придумайте персонажей для ваших историй

Постарайтесь, чтобы персонаж находил отклик у вашей аудитории, и они были готовы ему сопереживать. Подумайте, что общего может быть у персонажа и слушателей (возраст, проблемы, ценности, мечты).

Попробуйте ответить на следующие вопросы, чтобы прописать образ персонажа:

- имя
- возраст
- где живет герой?
- какая у него профессия/роль? (покупатель, менеджер, безработный, предприниматель, домохозяйка, маркетолог)
- есть ли у него яркие привычки/особенности?
- что он любит, а что терпеть не может?
- какие у него цели?
- какие проблемы мешают достигнуть целей?
- как он решает эти проблемы?

#### 5. Напишите сценарий истории

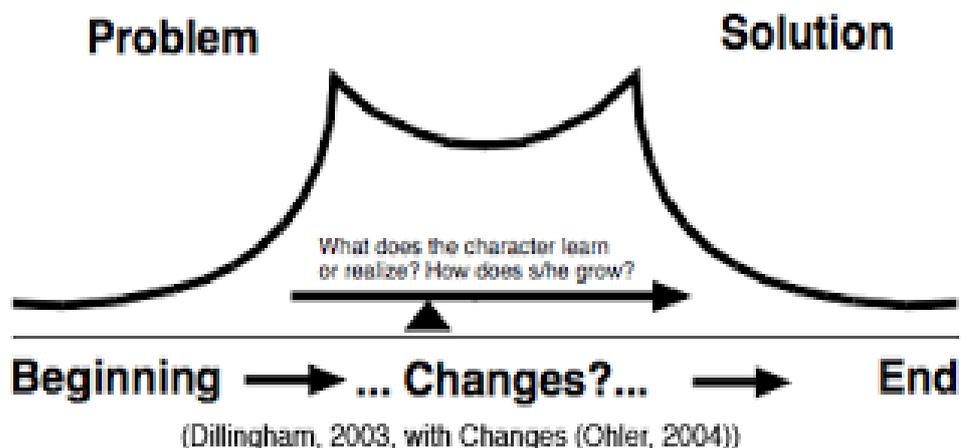
Не забудьте о структуре.

Любая история (кроме самых скучных) строится на конфликте — противоречии, которое пытаются преодолеть герои. Никому не интересно слушать рассказ о благополучном героине, жизнь которого безмятежна.

Вспомните сказки. Жизнь сталкивает Ивана-дурака с пещи, заставляет его отправиться в путь, преодолеть множество препятствий, сразиться с нечистой, чтобы в финале завоевать руку и сердце принцессы.

Учебная история должна быть не менее интересной — только тогда она запомнится слушателям и поможет научить их важному.

Самая базовая структура истории может выглядеть так:



Вот 4 базовых сюжета, которые вы можете применять на своих занятиях:

Название	Структура	Примеры
«Все к лучшему»	Герой попадает в неприятности, решает проблемы и приобретает ценный опыт	История борьбы и вознаграждения: герой может стать банкротом, потерять дом, семью, заболеть. В финале истории он с честью выходит из неприятностей и приобретает нечто важное (новое богатство, собственное дело, опыт)
«Тернистый путь к мечте»	Герой стремится к мечте, что-то ему мешает, и он теряет все, но в конце возвращается к цели и достигает ее	По этой схеме строится большинство историй о бизнесе. Герой открывает свою компанию, что-то идет не так, но благодаря смекалке и воле герой в конечном счете достигает успеха
«История Золушки»	Герой живет в нищете, но появляется помощник, который помогает ему достичь успеха. Затем обстоятельства могут выступить против героя, но в финале он все равно достигнет успеха	Человек живет жизнью, которая его не устраивает, но встречает наставника, который поднимает героя на новый уровень. Прежние ошибки и привычки тянут героя назад, но он борется с ними и одерживает победу
«Поучительная неудача»	Герой действует неправильно и терпит неудачу. Затем он осознает свои ошибки, и это позволяет ему достичь успеха	Истории о банкротстве и потере бизнеса, причиной которых стали ошибки руководителя. Выводы, которые можно сделать из этих ошибок

Когда придумаете сюжет истории, убедитесь, что он логичен, и вы можете ответить на шесть базовых вопросов:

- кто?
- что?
- когда?
- где?
- как?
- почему?

Кстати, эти вопросы можно использовать и при создании сюжета.

Чем ярче получатся персонаж и сюжет, тем лучше история запомнится слушателям. Но перегружать рассказ лишними деталями тоже не стоит.

Постарайтесь найти баланс и помните принцип А.П. Чехова: «Если на сцене висит ружье, оно обязательно выстрелит». Этот драматургический принцип означает, что в истории не должно быть лишних элементов.

Каждая деталь должна двигать сюжет и сообщать нечто новое.

## 6. Продумайте иллюстрации для рассказа

Рассчитайте, сколько у вас времени на создание графики, и выберите решение исходя из этого. Это могут быть анимированный ролик или картинки, детальные или схематичные.

## 7. Добавьте в историю эмоций

Если сочиненная вами история похожа на сухой отчет о проделанной работе, вряд ли слушатели ей заинтересуются. Добавьте напряжения в сюжет, сделайте героев человечными и близкими аудитории и заставьте слушателей сопереживать им. История, которая не вызывает эмоций, вряд ли сможет чему-то научить.

## 5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Учебная дисциплина обеспечена учебно-методической документацией и материалами. Ее содержание представлено в локальной сети вуза и на сайте факультета философии и социологии БашГУ <http://www.bashedu.ru/o-fakultete-filosofii-i-sotsiologii> Обучающимся обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам в компьютерном классе факультета философии и социологии БашГУ, а также к Электронной библиотеке БашГУ по адресу: <http://lib.bashedu.ru>.

### 5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

#### Основная литература:

1. [Сердобинцева, Елена Николаевна](#). Структура и язык рекламных текстов : учеб. пособие / Е. Н. Сердобинцева. — Изд. 3-е, стер. — Москва : Флинта : Наука, 2015. — 159 с.
2. [Ильясова, Светлана Васильевна](#). Язык СМИ и рекламы : игра как норма и как аномалия : монография / С. В. Ильясова, Л. П. Амири. — 3-е изд., стереотип. — Москва : Флинта : Наука, 2018. — 326 с.
3. [Киселёв, Александр Георгиевич](#). Теория и практика массовой информации : учебник / А. Г. Киселёв. — М. : Кнорус, 2009. — 432 с.

#### Дополнительная литература:

4. [Ворошилов, Валентин Васильевич](#). Журналистика : учебник / В. В. Ворошилов. — 3-е изд. — СПб : Изд. Михайлова В.А., 2001. — 447 с.
5. [Коханова, Л. А.](#) Интернет-журналистика [Электронный ресурс] : учебник / Л. А. Коханова, А. А. Калмыков. — М. : Юнити- Дана, 2015. — 383 с. — Доступ к тексту электронного издания возможен через Электронно-библиотечную систему "Университетская библиотека online". — ISBN 978-5-7567-0542-3. — <URL:[http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=436712&sr=1](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=436712&sr=1)>.
6. Мультимедийная журналистика [Электронный ресурс] : учебник для вузов / А. Г. Качкаева [и др.] ; под общ. ред. А.Г. Качкаевой, С.А. Шомовой. — Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2017. — 417 с. : схем. — (Учебники Высшей школы экономики). — Доступ к тексту электронного издания возможен через Электронно-библиотечную систему "Университетская библиотека online". — ISBN 978-5-7598-1189-3 (в пер.) . — <URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=471761>>.

### 5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины

Перечень программного обеспечения:

1. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. OLP NL Academic Edition. Бессрочная. №104 от 17.06.2013 г.
2. Microsoft Office Standard 2013 Russian. OLP NL Academic Edition. Бессрочная. №114 от 12.11.2014 г.
3. Консультант Плюс. Договор № 28826 от 09.01.2019 г. Лицензии бессрочные.

Перечень информационных справочных систем:

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
- ЭБС издательства «Лань»;
- ЭБС «Электронный читальный зал»  
<http://gramota.ru/>

<http://www.slovari.ru/>  
<https://dic.academic.ru>  
<http://pr.web-3.ru>  
<http://orthographia.ru/>  
<http://www.e-xecutive.ru>  
<http://www.piar.ru>  
<http://pr-info.ru>  
<http://pr-life.ru>  
<http://www.raso.ru>  
<http://www.soob.ru>  
<http://www.rwr.ru>  
<http://studlib.com/>  
<https://vnaumov.timepad.ru>  
<https://prexplore.ru>

**6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

Наименование специализированных аудиторий, кабинетов, лабораторий	Вид занятий	Наименование оборудования, программного обеспечения
1	2	3
<i>учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа:</i> аудитория № 316 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4).	Лекции	<b>Аудитория № 316</b> Учебная мебель, доска.
<i>учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа:</i> аудитория № 316 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4).	Практические занятия	<b>Аудитория № 316</b> Учебная мебель, доска.
<i>учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций:</i> аудитория № 316 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4).	Индивидуальные и групповые консультации,	<b>Аудитория № 316</b> Учебная мебель, доска.
<i>учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации:</i> аудитория № 421 Лаборатория ИТ (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 316	промежуточная аттестация.	<b>Аудитория № 316</b> Учебная мебель, доска. <b>Учебная аудитория 421</b> <b>Лаборатория ИТ</b> Учебная мебель, доска, компьютер (системный блок Power Cool\ Core i3-8100 (3,6)\8Gb HDD 1 Tb\DVD-RW\450W\ Win 10 pro\ кл-ра USB\ Мышь USB\ LCD Монитор 21,5 (15 штук).

<p>(помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4).</p>		<p>ПО:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Windows 10. Предустановленная. Лицензия бессрочная. Договор №004 от 19.03.2019 г.</li> <li>2. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. OLP NL Academic Edition. Бессрочная. №104 от 17.06.2013 г.</li> <li>3. Microsoft Office Standard 2013 Russian. OLP NL Academic Edition. Бессрочная. №114 от 12.11.2014 г.</li> <li>4. Консультант Плюс. Договор № 28826 от 09.01.2019 г. Лицензии бессрочные.</li> </ol>
<p><i>помещения для самостоятельной работы:</i>          читальный зал № 5          (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4)</p>	<p>Самостоятельная работа</p>	<p><b>Читальный зал №5</b>          Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, принтер Kyocera M130 – 1 шт., сканер Epson V33 – 1 шт., моноблок Compaq Intel Atom, 20.0”, 2 GB, Моноблок IRu 502, 21.5”, Intel Pentium, 4 GB, огнетушитель – 1 шт., подставка автосенсорная на сканер – 1 шт</p>

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИОЛОГИИ

**СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**

дисциплины «Современный медиатекст: теория и практика»  
на 3 семестр, зим. сессия заочной формы обучения

Рабочую программу осуществляют:

Практические занятия: доцент, канд. филол. наук Силиванец Ангелина Владимировна

<b>Вид работы</b>	<b>Объем дисциплины Заочная форма обучения</b>
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	144/4
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	24,2
лекционных	6
практических	18
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	0,2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	115,8
Контроль (Зачет)	4

Форма контроля:

Зачет 7 семестр, сессия 2

№ п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка)	Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.)
		ЛК	ПР	ЛР	СР			
1	2	3	4	5	6	7	8	9
<b>Модуль 1. Сторителлинг в современном медиапространстве</b>								
1.	<i>Тема 1. Предмет, цели, задачи курса.</i> Понятие «сторителлинг», основные категории. Понятие «сториз». Специфика автора и адресата. Медиатекст и закономерности текстообразования Интертекстуальность как обязательная категория медиатекста. Формы и функции интертекстуальных знаков в медиатексте Методы изучения медиатекстов	1	2		10	1-3	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Опрос при проведении практического занятия. Выступление по теме практического занятия
2.	<i>Тема 2. PR-текст как разновидность медиатекста.</i> Сущности PR и понятия «PR-текст» Специфика PR-текста как разновидности медиатекста PR-публикации в системе медиатекстов Типология PR-текстов	1	2		10	1-3	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Опрос при проведении практического занятия. Выступление по теме практического занятия

	Технология создания PR-текста							
3.	<i>Тема 3. Контролируемые организацией письменные материалы.</i> Письмо. Информационный релиз. Приглашение. Буклет, проспект. Брошюра. Листовка. Заявка и предложение. Текст речей и выступлений. Отчет Информационный листок, ньюс-леттер, бюллетень. Медиа-план. Медиа-карта. Пресс-дайджест		2		16	1-3	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Опрос при проведении практического занятия. Выступление по теме практического занятия
4.	<i>Тема 4. Неконтролируемые организацией письменные материалы.</i> Пресс-релиз. Бэкграундер. Факт-лист. Биографическая справка. Письмо в редакцию. Заявление для СМИ. Статья. Пресс-кит.		2		18	1-3	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Опрос при проведении практического занятия. Выступление по теме практического занятия
5.	<i>Тема 5. Рекламный текст как разновидность медиатекста.</i> Лингвистические особенности рекламного текста Двойственная природа рекламного дискурса и его элементы Рекламный текст: семиотика, структура, прагматика Редакторское чтение рекламного текста		2		21,8	1-3	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к докладу по теме практического занятия.	Опрос при проведении практического занятия. Выступление по теме практического занятия
Модуль 2. Журналистский медиатекст								
6.	<i>Тема 6. Медиатекст печатных СМИ: жанрово-стилистический</i>	1	2		10	1-6	Знакомство с рекомендуемой литературой.	Опрос при проведении

	<p><i>аспект.</i>  Введение в теорию жанров периодической печати.  Специфика текста в журналистике. Структура журналистского текста и принцип перевернутой пирамиды. Интервью. Репортаж. Статья. Фельетон. Очерк.</p>						Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	практического занятия. Выступление по теме практического занятия
7.	<p><i>Тема 7. Жанровая специфика телевизионного текста.</i>  Телевизионный текст как разновидность креолизованного текста  Особенности телекоммуникации  Специфика телевизионного общения. Специфика телевизионных средств выразительности  Специфика и правила построения телевизионной речи  Жанры телевизионного текста</p>	1	2		10	1-6	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Опрос при проведении практического занятия. Выступление по теме практического занятия
8.	<p><i>Тема 8. Жанровая специфика радиийного текста.</i>  Особенности радиокоммуникации. Специфика радиийных средств выразительности. Основные принципы, виды и функции монтажа. Выразительные средства радиоречи  Специфика и правила построения радиийного текста. Жанры радиийного текста.</p>	1	2		10	1-6	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Опрос при проведении практического занятия. Выступление по теме практического занятия
9.	<p><i>Тема 9. Специфика Web-</i></p>	1	2		10	1-6	Знакомство с рекомендуемой	Опрос при

	<p><i>медиатекста.</i>  Медиатекст в системе интернет-коммуникаций. Типология интернет-СМИ. Специфика гипертекстовой медиопубликации. Электронный гипертекст как особый тип текста. Требования к интернет-публикациям. Жанровые особенности веб-медиатекста</p>						<p>литературой.  Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.  Подготовка к тестированию.</p>	<p>проведении практического занятия.  Выступление по теме практического занятия.  Экзамен</p>
	<b>ИТОГО:</b>	6	18		115,8			

