

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Филологический факультет

УТВЕРЖДАЮ:

Декан филологического факультета

И.В. Тубалова

« 31 » Июль 2022 г.

Рабочая программа дисциплины

**Визуальный сторителлинг и дизайн**

по направлению подготовки

**42.04.03 Издательское дело**

Направленность (профиль) подготовки:

**«Управление контентом и медиапроектами»**

Форма обучения

**Очная**

Квалификация

**Магистр**

Год приема

**2022**

Код дисциплины в учебном плане: Б1.О.04.02

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ОПОП

И.А. Айзикова

Председатель УМК

Ю.А. Тихомирова

## **1. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины (модуля)**

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

– ОПК-6 – Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

ИОПК-6.1. Демонстрирует знание критериев отбора современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий для осуществления профессиональной деятельности.

ИОПК-6.2. Оценивает и отбирает технические средства и информационные технологии, в том числе из арсенала новейших, для производства печатных и электронных изданий.

ИОПК-6.3. Использует в практике книгоиздания и медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.

## **2. Задачи освоения дисциплины**

- Ознакомить обучающихся с понятийным аппаратом дисциплины.
- Изучить форматы сторителлинга.
- Овладеть техниками сторителлинга.
- Ознакомить обучающихся с инструментами визуализации историй.
- Научить подбирать подходящие форматы сторителлинга.
- Ознакомить обучающихся с методами усиления сторителлинга.
- Сформировать навыки визуализации историй.
- Научить обучающихся применять полученные знания в процессе теоретической и практической деятельности.

## **3. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы**

Дисциплина относится к обязательной части образовательной программы.

## **4. Семестр(ы) освоения и форма(ы) промежуточной аттестации по дисциплине**

Семестр 3, зачет с оценкой.

## **5. Входные требования для освоения дисциплины**

Для успешного освоения дисциплины требуются результаты обучения по следующим дисциплинам: «Коммерческие виды текста», «Создание визуального контента», «Создание текстового контента».

## **6. Язык реализации**

Русский

## **7. Объем дисциплины (модуля)**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 часа, из которых:

- лекции: 8 ч.;
- семинарские занятия: 0 ч.
- практические занятия: 18 ч.;
- лабораторные работы: 0 ч.

в том числе практическая подготовка: 0 ч.

Объем самостоятельной работы студента определен учебным планом.

## **8. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам**

### **Тема 1. Основы сторителлинга.**

- 1.1 Что такое сторителлинг.
- 1.2 Цели и задачи сторителлинга.
- 1.3 Критерии хорошего сторителлинга.
- 1.4 Форматы сторителлинга.
- 1.5 Техники сторителлинга.

### **Тема 2. Работа с историей.**

- 2.1 Идеи для истории.
- 2.2 План истории.
- 2.3 Критерии оценки.

### **Тема 3. Методы усиления сторителлинга.**

- 3.1 Эмоции в сторителлинге.
- 3.2 Метод «People, Place, Pictures, Platforms & Personal».
- 3.3 Визуализация историй.

## **9. Текущий контроль по дисциплине**

Текущий контроль по дисциплине осуществляется путем проведения дискуссий на вебинарах, тестирования по лекционному материалу, кейс-заданий по темам, выполнения домашних заданий и фиксируется в форме контрольной точки не менее одного раза в семестр. Оценивание элементов текущего контроля проводится по балльно-рейтинговой системе. Максимальное количество баллов – 70. Максимальное количество баллов по видам работы:

- текущее тестирование – 20 баллов
- активность работы на семинарских занятиях – 20 баллов
- выполнение домашних заданий - 30 баллов

## **10. Порядок проведения и критерии оценивания промежуточной аттестации**

Промежуточная аттестация осуществляется в форме итогового тестирования. Итоговое тестирование проводится в дистанционном асинхронном режиме. Тест состоит из 30 тестовых вопросов по материалам курса, которые оцениваются в соответствии с ключом (каждый верный ответ — 1 балл). Время на прохождение теста – 90 минут.

Примеры тестовых вопросов:

Цели и задачи сторителлинга:

- a) Привлечение внимания
- b) Повышение продаж
- c) Представление информации
- d) Увеличение узнаваемости

- e) Повышение лояльности

Структура сторителлинга классического типа включает в себя:

- a) завязка
- b) начало
- c) развитие
- d) продолжение
- e) кульминация
- f) развязка
- g) конец

Какие элементы относятся к методу 5 P's?

- a) Position
- b) People
- c) Place
- d) Point
- e) Platforms
- f) Personal

Итоговый зачет оценивается оценками “отлично”, “хорошо”, “удовлетворительно”, “неудовлетворительно”

Результат “отлично” выставляется в случае, если рейтинговый балл более 80.

Результат “хорошо” выставляется в случае, если рейтинговый балл от 60 до 79.

Результат “удовлетворительно” выставляется в случае, если рейтинговый балл от 40 до 59.

Результат “неудовлетворительно” выставляется в случае, если рейтинговый балл менее 40.

## **11. Учебно-методическое обеспечение**

а) Электронный учебный курс по дисциплине на образовательной платформе <https://netology.ru/>.

б) Оценочные материалы текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине, размещенные на образовательной платформе <https://netology.ru/>.

## **12. Перечень учебной литературы и ресурсов сети Интернет**

а) основная литература:

1. Литвина, Т. В. Дизайн новых медиа: учебник для вузов / Т. В. Литвина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 181 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10964-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515503>
2. Леонтьева, Е. П. Сторителлинг в видеорекламе: способы создания и анализ эффективности: [16+] / Е. П. Леонтьева; Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина, Уральский гуманитарный институт, м. Кафедра. — Екатеринбург: б.и., 2022. — 100 с.: ил., граф., табл. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=690761> — Текст: электронный.

3. Мультимедийные технологии СМИ: учебное пособие / Н. О. Автаева, В. А. Бейненсон, К. А. Болдина [и др.]. — Нижний Новгород: ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2020. — 171 с. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/191744>
4. Прохожев, О. А. Проектирование средств визуальной коммуникации: учебно-методическое пособие / О. А. Прохожев. — Нижний Новгород: ННГАСУ, 2019. — 113 с. — ISBN 978-5-528-00369-6. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/164853>

б) дополнительная литература:

1. Халилов, Д. Метод скользкой горки: сторителлинг для Reels, Stories, TikTok-роликов и других форматов социальных сетей / Д. Халилов. — Москва : Альпина Паблишер, 2022. — 583 с. — ISBN 978-5-96145-731-5. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/259616>
2. Мушин-Македонский, А. Нарративное лидерство: Искусство вдохновлять и убеждать с помощью историй: практическое руководство / А. Мушин-Македонский. - Москва: Альпина ПРО, 2022. - 266 с. - ISBN 978-5-907470-51-. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1904816>
3. Макки, Р. Сториномика: маркетинг, основанный на историях, в пострекламном мире / Роберт Макки, Том Джерас; пер. с англ. - Москва: Альпина нон-фикшн, 2019. - 280 с. - ISBN 978-5-00139-066-4. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/107789>
4. Скорочкина, Т. С. Информационные технологии визуализации бизнес-информации: учебное пособие / Т. С. Скорочкина. — Москва: Финансовый университет, 2017. — 71 с. — ISBN 978-5-7942-1408-6. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/208349>

в) ресурсы сети Интернет:

1. Открытые онлайн-курсы
2. Общероссийская Сеть КонсультантПлюс <http://www.consultant.ru>

### **13. Перечень информационных технологий**

а) лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

- Microsoft Office Standart 2013 Russian: пакет программ. Включает приложения: MS Office Word, MS Office Excel, MS Office PowerPoint, MS Office On-eNote, MS Office Publisher, MS Outlook, MS Office Web Apps (Word Excel MS PowerPoint Outlook);
- публично доступные облачные технологии (Google Docs, Яндекс диск и т.п.).

б) информационные справочные системы:

- Электронный каталог Научной библиотеки ТГУ – <http://chamo.lib.tsu.ru/search/query?locale=ru&theme=system>
- Электронная библиотека (репозиторий) ТГУ – <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Index>
- ЭБС Лань – <http://e.lanbook.com/>
- ЭБС Консультант студента – <http://www.studentlibrary.ru/>

- Образовательная платформа Юрайт – <https://urait.ru/>
- ЭБС ZNANIUM.com – <https://znanium.com/>
- ЭБС IPRbooks – <http://www.iprbookshop.ru/>

#### **14. Материально-техническое обеспечение**

Занятия по учебной дисциплине проводятся с использованием дистанционных образовательных технологий. Каждый обучающийся обеспечен доступом к образовательной платформе <https://netology.ru/>.

#### **15. Информация о разработчиках**

Д.А. Алексеев, дизайнер-иллюстратор Avito, VK Group.