



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
**«Дальневосточный федеральный университет»**  
(ДВФУ)

---

---

**ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК**

**СОГЛАСОВАНО**

Руководитель образовательной  
программы

(подпись)

О.А. Македонская  
(И.О. Фамилия)

**УТВЕРЖДАЮ**

Директор выпускающего департамента

(подпись)

Е.В. Самсонова  
(И.О. Фамилия)

«27» января 2023 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

*Мультимедийный сторителлинг*

Направление подготовки

*44.03.03 Специальное (дефектологическое) образование*

*Профиль «Логопедия»*

Форма подготовки: очная

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 44.03.03 **Специальное (дефектологическое) образование**, утвержденного приказом Минобрнауки России от «22» февраля 2018 г. № 123.

Рабочая программа обсуждена на заседании Департамента коммуникаций и медиа, протокол № от «25» января 2023 г.

Директор Департамента коммуникаций и медиа канд. ист. наук, Куманева И.П..  
Составитель: старший преподаватель, к. полит. н. Попиль В.А.

Владивосток  
2023

1. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента коммуникаций и медиа и утверждена на заседании Департамента/кафедры/отделения (выпускающего структурного подразделения), протокол от «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 202\_\_ г. № \_\_\_\_\_
2. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента коммуникаций и медиа и утверждена на заседании Департамента/кафедры/отделения (выпускающего структурного подразделения), протокол от «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 202\_\_ г. № \_\_\_\_\_
3. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента коммуникаций и медиа и утверждена на заседании Департамента/кафедры/отделения (выпускающего структурного подразделения), протокол от «\_\_\_» \_\_\_\_\_
4. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента коммуникаций и медиа и утверждена на заседании Департамента/кафедры/отделения (выпускающего структурного подразделения), протокол от «\_\_\_» \_\_\_\_\_
5. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента коммуникаций и медиа и утверждена на заседании Департамента/кафедры/отделения (выпускающего структурного подразделения), протокол от «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 202\_\_ г. № \_\_\_\_\_

## Аннотация дисциплины

### Мультимедийный сторителлинг

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётные единицы / 144 академ. часов. Является дисциплиной, относящейся к части, формируемой участниками образовательных отношений. Изучается на 3 курсе и завершается зачетом (6 семестр). Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 18 часов, практических – 18 часов, также выделены часы на самостоятельную работу студента - 108 часов.

**Язык реализации:** *русский.*

**Цель курса** «Мультимедийный сторителлинг» – является знакомство студентов с основными понятиями сторителлинга и Creative Writing, овладение ими навыками литературного мастерства, умениями генерировать художественные тексты различных родов и жанров.

**Задачи** дисциплины обусловлены целью ее изучения и могут быть определены следующим образом:

1. знать основные литературные и языковые нормы;
2. уметь создавать сценарии различных типов;
3. владеть методикой генерирования художественных текстов

различных родов и жанров.

Универсальные компетенции студентов, индикаторы их достижения и результаты обучения по дисциплине:

| Наименование категории (группы) компетенций | Код и наименование компетенции (результат освоения)  | Код и наименование индикатора достижения компетенции                                       | Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)   |
|---|--|--|--|
|   | УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход | УК-1.5 Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, в том числе и междисциплинарного | Знает источники получения информации о результатах исследования для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта |

|  |  |  |   |
|--|--|--|---|
|  | для решения поставленных задач   | характера, требуемую для решения поставленной задачи                       | Умеет применять результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта<br>Владеет навыками поиска и анализа исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта   |
|  | УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде | УК-3.3 Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды | Знает особенности и основные отличия проекта по продвижению компании, товара, услуги в социальных сетях и мессенджерах в процессе работы в команде<br>Умеет быстро и качественно разработать эффективный проект по продвижению компании, товара, услуги в социальных сетях и мессенджерах, определить сроки, финансовые затраты, ответственных на каждом этапе.<br>Может организовать эффективную работу в проектной группе по продвижению компании, товара, услуги в социальных сетях и мессенджерах, подготовить базовые документы по сопровождению проекта |

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Мультимедийный сторителлинг» применяются следующие образовательные технологии и методы активного/интерактивного обучения: групповые дискуссии, работа в парах или малых группах, подготовка мультимедийных презентаций.

## I. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:

**Цель курса** «Мультимедийный сторителлинг» – является знакомство студентов с основными понятиями сторителлинга и Creative Writing, овладение ими навыками литературного мастерства, умениями генерировать художественные тексты различных родов и жанров.

**Задачи** дисциплины обусловлены целью ее изучения и могут быть определены следующим образом:

1. знать основные литературные и языковые нормы;
2. уметь создавать сценарии различных типов;
3. владеть методикой генерирования художественных текстов

различных родов и жанров.

Место дисциплины в структуре ОПОП ВО (в учебном плане): является дисциплиной, относящейся к части, формируемой участниками образовательных отношений. Изучается на 3 курсе и завершается зачетом в 6 семестре. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 18 часов, практических – 18 часов, также выделены часы на самостоятельную работу студента - 108 часов.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие компетенции (элементы компетенций):

Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

| Наименование категории (группы) компетенций | Код и наименование компетенции (результат освоения)   | Код и наименование индикатора достижения компетенции  | Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)   |
|---|---|---|--|
|   | УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач | УК-1.5 Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, в том числе и междисциплинарного характера, требуемую для решения поставленной задачи | Знает источники получения информации о результатах исследования для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта<br>Умеет применять результаты исследований для планирования |

|  |  |  |   |
|--|--|--|---|
|  |  |  | рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта<br>Владеет навыками поиска и анализа исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта  |
|  | УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде | УК-3.3 Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды | Знает особенности и основные отличия проекта по продвижению компании, товара, услуги в социальных сетях и мессенджерах в процессе работы в команде<br>Умеет быстро и качественно разработать эффективный проект по продвижению компании, товара, услуги в социальных сетях и мессенджерах, определить сроки, финансовые затраты, ответственных на каждом этапе.<br>Может организовать эффективную работу в проектной группе по продвижению компании, товара, услуги в социальных сетях и мессенджерах, подготовить базовые документы по сопровождению проекта |

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Мультимедийный сторителлинг» применяются следующие образовательные технологии и методы активного/интерактивного обучения: групповые дискуссии, работа в парах или малых группах, подготовка мультимедийных презентаций.

## **II. ТРУДОЁМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётные единицы (144 академ. час.).

(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам)

Видами учебных занятий и работы обучающегося по дисциплине являются:

| Обозначение | Виды учебных занятий и работы обучающегося                           |
|-------------|--|
| Лек         | Лекции   |
| Пр          | Практические занятия   |
| СР          | Самостоятельная работа обучающегося в период теоретического обучения |

### III. Структура дисциплины:

Форма обучения – очная.

| № | Наименование раздела дисциплины             | Семестр | Количество часов по видам учебных занятий и работы обучающегося |     |    |    |     | Формы промежуточной аттестации |                                 |
|---|---|---------|---|-----|----|----|-----|--------------------------------|---------------------------------|
|   |   |         | Лек   | Лаб | Пр | ОК | СР  |                                | Контроль                        |
| 1 | Художественная литература как вид искусства | 6       | 4   |     | 4  |    | 22  |                                | Доклад, дискуссия, деловая игра |
| 2 | Основы сторителлинга                        | 6       | 14  |     | 16 |    | 86  |                                | Доклад, дискуссия, кейс-задача  |
|   | Итого:                                      | 6       | 18  |     | 18 |    | 108 |                                | зачет                           |

### IV. СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

(18 час.)

#### Раздел 1. Художественная литература как вид искусства (4 ч.)

##### Тема 1. Литература как вид искусства (2 час.)

Деление искусства на виды. Специфика словесного искусства. Место художественной словесности в ряду искусств. Художественное слово. Знаковость и символичность словесного искусства. Понятие художественного образа. Литература и средства массовой коммуникации. Литература и мифология.

##### Тема 2. Закономерности развития литературного процесса (2 час.)

Литературный процесс: закономерности развития, динамика и стабильность. Типологизация художественных моделей мира. Художественные системы XIX-XX вв. Традиции и новаторство. Архетип. Мир в художественном сознании XX века. Региональная и национальная специфика литературы.

#### Раздел 2. Основы сторителлинга (14 ч.)

##### Тема 3. Роды и виды литературы. Понятие жанра (2 час.)

Понятие литературного рода. Деление литературы на роды. Происхождение литературных родов. Теория рода в современной эстетике. Эпос: особенности повествовательной формы, художественное время и пространство. Драма: своеобразие художественных образов, специфика языка, особенности сюжета. Лирика: своеобразие лирического произведения. Лирическое «я», «лирический герой». Жанр. Понятие «жанровая форма» в применении к жанрам. Жанровые структуры и каноны. Виды жанровых искусств.

#### **Тема 4. Композиция. Конфликт. Сюжет (2 час.)**

Литературное произведение как единое целое. Его форма и содержание. Понятие «фабула» и «сюжет»: соотношение и анализ. Конфликт и коллизия. Типы и виды конфликта. Интрига. Перипетии. Понятия «композиция». Виды композиции. Сюжет и композиция. Элементы сюжета. Композиция и архитектура. Элементы и композиции. Повторы и вариации. Детализированное изображение и суммирующие обозначения. Субъектная организация и «точка зрения». Со- и противопоставления. Монтаж и временная организация текста. Содержательность композиции.

#### **Тема 5. Автор и его присутствие в художественном произведении (2 час.)**

Значение термина «автор». Авторская субъективность в произведении и автор как реальное лицо. Автор-повествователь-рассказчик. Типы повествователей. Искусство и игра. Типы авторской эмоциональности. Героическое и трагическое, смех и ирония, сентиментальность и романтика. Идеино-смысловая сторона искусства. Автор и читатель. Присутствие читателя в произведении.

#### **Тема 6. Художественный образ. Образ и знак (2 час.)**

Понятие «художественный образ». Образ и идея. Структура образа. Слово как форма образа. Метафоричность как одно из средств формирования художественного образа. Художественное произведение как образ мира. Эволюция художественного образа. Новая образность в искусстве XX века.

#### **Тема 8. Лексические средства поэтического языка (2 час.)**

Архаизмы, историзмы, неологизмы; варваризмы, диалектизмы,

жаргонизмы, просторечия; синонимы, антонимы, омонимы; эпитеты; образный параллелизм; тропы: сравнения, метафора, олицетворение, метонимия, перифраз, синекдоха, гипербола, литота, оксюморон, аллегория, символ

### **Тема 9. Основы стиховедения (2 час.)**

Различные системы стихосложения. Силлабо-тоническая система стихосложения. Ритм. Стопа. Размер. Двусложные и трехсложные размеры. Клаузула и анакруза. Виды рифмовки. Виды рифм. Виды строф.

## **V. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ**

### **Практические занятия (18 часов)**

#### **Занятие 1. Персонаж (2 час.)**

Обсуждение вопросов:

1. Что такое персонаж.
2. Виды персонажа.
3. Знакомство с персонажем.
4. Правильный герой.

Создание художественного текста по изучаемому блоку материала.

**Кейс-задача:** Студенты в группах проводят анализ корпоративного персонажа и текстов, написанных от его лица.

#### **Занятие 2. Конфликт (2 час.)**

Обсуждение вопросов:

1. Конфликт и персонаж.
2. Виды конфликта.
3. Конфликт и жанр.

Деловая игра «Создание художественного текста по изучаемому блоку материала».

Студенты индивидуально делают черновые варианты текстов на заданную тему.

#### **Занятие 3. Идея (2 час.)**

Обсуждение вопросов:

1. Идея и жанр.
2. Идея и герой.
3. Идея и конфликт.
4. Тема и проблема для конкретной идеи

Деловая игра «Создание художественного текста по изучаемому блоку материала».

Студенты индивидуально делают черновые варианты текстов на заданную тему.

#### **Занятие 4. Сюжет (2 час.)**

Обсуждение вопросов:

1. Что такое сюжет.
2. Конфликт и сюжет.
3. Герой в сюжете.
4. План сюжета.

Деловая игра «Создание художественного текста по изучаемому блоку материала».

Студенты индивидуально делают черновые варианты текстов на заданную тему

#### **Занятие 5. Кульминация и развязка (2 час).**

Обсуждение вопросов:

1. Кульминация, идея, развязка.
2. Успешная кульминация

Деловая игра «Создание художественного текста по изучаемому блоку материала».

Студенты индивидуально делают черновые варианты текстов на заданную тему

#### **Занятие 6. Форма повествования (2 час).**

Обсуждение вопросов:

1. Повествование от первого и от третьего лица.
2. Отношение автора к героям: как показать
3. Создание художественного текста по изучаемому блоку материала.

Деловая игра «Создание художественного текста по изучаемому блоку материала».

Студенты индивидуально делают черновые варианты текстов на заданную тему.

### **Занятие 7. Речь в произведении (2 час.)**

Деловая игра «Создание художественного текста по изучаемому блоку материала».

Студенты индивидуально делают черновые варианты текстов на заданную тему

### **Занятие 8. Создание сценария (2 час.).**

Деловая игра «Создание художественного текста по изучаемому блоку материала».

Студенты индивидуально делают черновые варианты текстов на заданную тему.

## **VI. КОНТРОЛЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ КУРСА**

| № п/п | Контролируемые разделы / темы дисциплины                 | Код и наименование индикатора достижения  | Результаты обучения  | Оценочные средства |                               |
|-------|--|---|--|--------------------|-------------------------------|
|       |  |   |  | текущий контроль   | промежуточная аттестация      |
| 1     | Раздел 1.<br>Художественная литература как вид искусства | УК-1.5<br>Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, в том числе и междисциплинарного характера, требуемую для решения поставленной | знает источники получения информации о результатах исследования для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта | УО-3               | УО-1<br>Вопросы к зачету 1-11 |

|                                |  |  |  |              |                                |
|--------------------------------|--|--|--|--------------|--------------------------------|
|                                |  | задачи   | умеет применять результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта                         | УО-4         |                                |
|                                |  |  | владеет навыками поиска и анализа исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта                  | УО-4         |                                |
| Раздел 2. Основы сторителлинга |  | УК-1.5<br>Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, в том числе и междисциплинарного характера, требуемую для решения поставленной задачи | знает источники получения информации о результатах исследования для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта | УО-4         | УО-1<br>Вопросы к зачету 12-63 |
|                                |  |  | умеет применять результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта                         | ПК-10, ПР-11 |                                |

|  |       |                |   |  |      |
|--|-------|----------------|---|--|------|
|  |       |                | владеет навыками поиска и анализа исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта |  |      |
|  | зачет | УК-1.5, УК-3.3 |   |  | УО-1 |

УО-1 – собеседование

УО-4 – дискуссия

ПР-10 - деловая и/или ролевая игра

ПР-11 – кейс-задача

## **VII. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

Самостоятельная работа определяется как индивидуальная или коллективная учебная деятельность, осуществляемая без непосредственного руководства педагога, но по его заданиям и под его контролем. Самостоятельная работа – это познавательная учебная деятельность, когда последовательность мышления студента, его умственных и практических операций и действий зависит и определяется самим студентом.

Самостоятельная работа студентов способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровней, что в итоге приводит к развитию навыка самостоятельного планирования и реализации деятельности.

Целью самостоятельной работы студентов является овладение необходимыми компетенциями по своему направлению подготовки, опытом

творческой и исследовательской деятельности.

Формы самостоятельной работы студентов:

- работа с основной и дополнительной литературой, интернет-ресурсами;
- самостоятельное ознакомление с лекционным материалом, представленным на электронных носителях, в библиотеке образовательного учреждения;
- подготовка реферативных обзоров источников периодической печати, опорных конспектов, заранее определенных преподавателем;
- поиск информации по теме с последующим ее представлением в аудитории в форме доклада, презентаций;
- подготовка сообщений к выступлению на семинаре, конференции;
- подготовка к деловым и ролевым играм;
- подготовка к зачету.

#### **План-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине**

| <b>Примерная дата проведения</b> | <b>Наименование контрольного мероприятия</b> | <b>Форма контроля</b>  | <b>Примерные нормы времени на выполнение</b> |
|----------------------------------|--|--|--|
| 2-18 недели                      | Работа с конспектом                          | Просмотр и проверка выполнения самостоятельной работы преподавателем, обсуждение результатов выполненной работы на занятии | 54 час                                       |
| 2-18 недели                      | Работа с конспектом, работа с литературой    | Устный опрос, собеседование с группой.   | 54 час                                       |
| Итого                            |  |  | 108 часов                                    |

#### **VIII. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Рекомендованная литература по курсу дисциплины носит в целом универсальный характер, т.е. каждый источник может служить носителем

информации по многим темам курса и студент должен проявить исследовательские способности в самостоятельном поиске информации, которая, по его мнению, отвечает соответствующим вопросам.

### **Основная литература**

*(электронные и печатные издания)*

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

2. Михальская А.К. Литературное мастерство: Creative Writing : учебник / А.К. Михальская. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 347 с. — Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/996001>

### **Дополнительная литература**

*(печатные и электронные издания)*

1. Эсалнек А.Я. Основы литературоведения. Анализ художественного произведения: Практикум / Эсалнек А.Я., - 4-е изд., стер. - М.: Флинта, 2017. - 215 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/454291>

2. Фридрихсон, А.И. Живой сценарий. Ремесло кинодраматурга : в 3 кн. Кн. 1 : учеб. пособие / А.И. Фридрихсон, М.А. Касаточкина. — 2-е изд., стер. — Москва : Флинта, 2017. — 95 с. — Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1034617>

3. Фридрихсон, А.И. Живой сценарий. Ремесло кинодраматурга : в 3 кн. Кн. 2 : учеб. пособие / А.И. Фридрихсон, М.А. Касаточкина. - 2-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2019. - 47 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1035411>

4. Фридрихсон, А.И. Живой сценарий. Ремесло кинодраматурга : в 3 кн. Кн. 3 : учеб. пособие / А.И. Фридрихсон, М.А. Касаточкина. - 2-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2019. - 60 с. — Режим доступа:

<http://znanium.com/catalog/product/1035413>

5. Школа литературного мастерства: От концепции до публикации: рассказы, романы, статьи, нон-фикшн, сценарии, новые медиа / Вольф Ю. - М.:Альпина нон-фикшн, 2016. - 384 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/926854>

### **Нормативно-правовые материалы**

1.О рекламе: федер. закон от 13.03.2006 №38-ФЗ [Электронный ресурс] // Консультант Плюс. – Электрон. дан. <http://www.consultant.ru/popular/advert/>

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

#### **Перечень информационных технологий и программного обеспечения**

В учебном процессе по дисциплине используются следующие информационно-справочные и поисковые системы, а также программное обеспечение и электронные библиотечные системы:

-Поисковые системы: Google, Mail.ru, Yandex; Программное обеспечение:

- Операционная система Windows;

-Пакет прикладных программ Microsoft Office: Microsoft Word, Microsoft Excel, Microsoft Power Point.

Электронные библиотечные системы:

-Научная библиотека ДВФУ – режим доступа:  
<http://lib.dvfu.ru:8080/search/query?theme=FEFU>

-Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU – режим доступа:  
<http://elibrary.ru/defaultx.asp>

-Электронно-библиотечная система Znanium.com – режим доступа:  
<http://www.znanium.com>

-ЭБС Издательства «Лань» – режим доступа: <http://e.lanbook.com>

1. -ЭБС IPRbooks– режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/>Союз потребителей РФ - сайт о правах потребителей, об особенностях продажи различных товаров, юридические вопросы -<http://www.potrebitel.net>

2. «Энциклопедия маркетинга» - статьи и выдержки из книг по

маркетингу, материалы по маркетинговыми исследованиям и программному обеспечению. Обзоры рынка маркетинговых услуг – <http://www.marketing.spb.ru/>

3. Advertology.Ru - все о рекламе, маркетинге и PR - Тематический портал, посвященный рекламе, маркетингу, PR. Содержит новости, публикации, информацию о выставках и конференциях, законы о рекламе, информацию о профессиональных объединениях и т.п.- <http://www.advertology.ru/>

4. 4p.ru - электронный журнал о маркетинге и рекламе - Теория и практика рекламного дела. Материалы по маркетингу, брэндингу, мерчендайзингу: результаты маркетинговых и рекламных исследований - <http://www.4p.ru/main/index.php>

5. Comcon2 – сайт компании «SynovateComcon», специализирующейся на изучении предпочтений и мотиваций потребителей, на построении сегментаций и поиске новых рыночных возможностей - [http://www.comcon- 2.ru/](http://www.comcon-2.ru/)

6. Магазин исследований РБК (РосБизнесКонсалтинг) – исследования рынка и потребителей - <http://marketing.rbc.ru/>

## **IX. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

Успешное освоение дисциплины предполагает активную работу студентов на всех занятиях аудиторной формы: лекциях и практиках, выполнение аттестационных мероприятий. В процессе изучения дисциплины студенту необходимо ориентироваться на проработку лекционного материала, подготовку к практическим занятиям, выполнение контрольных и творческих работ.

Освоение дисциплины «Мультимедийный сторителлинг» предполагает рейтинговую систему оценки знаний студентов и предусматривает со стороны преподавателя текущий контроль за посещением студентами лекций, подготовкой и выполнением всех практических заданий, выполнением всех видов самостоятельной работы.

Промежуточной аттестацией по дисциплине «Мультимедийный сторителлинг» является зачет. Студент считается аттестованным по дисциплине

при условии выполнения всех видов текущего контроля и самостоятельной работы, предусмотренных учебной программой.

Шкала оценивания сформированности образовательных результатов по дисциплине представлена в фонде оценочных средств (ФОС).

Теоретическая часть курса, которая предоставляет знания, представлена лекциями и самостоятельной работой. Практическая часть курса, которая формирует основные умения и навыки, представлена практическими занятиями, на которых студенты отвечают на вопросы и вступают в коллективные обсуждения, презентации и дискуссии. Студент в течение семестра должен самостоятельно найти и проработать информацию и подготовиться к практическим занятиям, используя самостоятельные домашние задания, все лекции, предложенный преподавателем глоссарий, рекомендованную учебно-методическую литературу и информацию из интернет-источников.

Студентам необходимо ознакомиться: с содержанием рабочей программы дисциплины, с целями и задачами дисциплины, ее связями с другими дисциплинами образовательной программы, методическими разработками по данной дисциплине, с графиком консультаций преподавателей кафедры. Согласно календарному графику контрольных мероприятий текущей успеваемости, преподаватель на занятиях принимает у студента защиту перечисленных работ, проводит текущий и рейтинговый контроль.

Для изучения теоретического материала курса дисциплины рекомендуется использовать основную литературу. Для практических занятий рекомендуется использовать учебные пособия, отмеченные в заданиях для самостоятельной работы.

## **X. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Учебные занятия по дисциплине проводятся в помещениях, оснащенных соответствующим оборудованием и программным обеспечением.

Перечень материально-технического и программного обеспечения дисциплины приведен в таблице.

## Материально-техническое и программное оснащение дисциплины

| Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы   | Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы  | Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа   |
|---|--|--|
| <p>690001, Приморский край, г. Владивосток, о. Русский, кампус ДВФУ, Школа искусств и гуманитарных наук, корпус F, ауд. 621.<br/>Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа</p>                             | <p>Помещение укомплектовано специализированной учебной мебелью (посадочных мест – 47)<br/>Оборудование: плазма: модель LG FLATRON M4716CCBA – 3 шт.; Проектор, модель Mitsubishi, экран; Эксклюзивная документ камера, модель Avervision 355 AF; Доска аудиторная</p>  | <p>Microsoft Office. Номер лицензии Standard Enrollment 62820593. Дата окончания 2023-06-30. Родительская программа Campus 3 49231495. Торговый посредник: JSC «Softline Trade». Номер заказа торгового посредника: Tr000270647-18.</p>  |
| <p>690922, г. Владивосток, остров Русский, полуостров Саперный, поселок Аякс, 10, корпус А - уровень 10, каб. А1042,<br/>Помещение для самостоятельной работы. Читальный зал гуманитарных наук Научной библиотеки с открытым доступом</p> | <p>Моноблок Lenovo C360G-i34164G500UDK<br/>Интегрированный сенсорный дисплей Polymedia FlipBox<br/>Полноцветный копир-принтер-сканер Xerox WorkCentre 7530<br/>Оборудование для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья:<br/>Дисплей Брайля Focus-40 Blue<br/>Видео увеличитель ONYX Swing-Arm PC edition<br/>Маркер-диктофон Touch Memo цифровой<br/>Сканирующая и читающая машина для незрячих и слабовидящих пользователей SARA<br/>Принтер Брайля Everest - D V4<br/>Видео увеличитель ONYX Swing-Arm PC edition<br/>Экран Samsung S23C200B</p> | <p>Microsoft Office. Номер лицензии Standard Enrollment 62820593. Дата окончания 2023-06-30. Родительская программа Campus 3 49231495. Торговый посредник: JSC «Softline Trade». Номер заказа торгового посредника: Tr000270647-18.</p>  |
| <p>690001, Приморский край, г. Владивосток, о. Русский, кампус ДВФУ, Школа искусств и гуманитарных наук, корпус F, ауд. 533.<br/>Компьютерный класс</p>   | <p>Помещение укомплектовано специализированной учебной мебелью (посадочных мест – 15); компьютеры: 14 шт. Lenovo C360G-i34164G500UDK; проектор Panasonic DLPPProjectorPT-D2110XE; плазма LG FLATRON M4716CCBAM4716C; экран; Эксклюзивная документ камера, модель Avervision 355 AF; Доска аудиторная</p>   | <p>Microsoft Office. Номер лицензии Standard Enrollment 62820593. Дата окончания 2023-06-30. Родительская программа Campus 3 49231495. Торговый посредник: JSC «Softline Trade». Номер заказа торгового посредника: Tr000270647-18.<br/>SPSS Statistics Premium Campus Edition..</p> |

Рабочие места для людей с ограниченными возможностями здоровья оснащены дисплеями и принтерами Брайля; оборудованы: портативными устройствами для чтения плоскочечатных текстов, сканирующими и

читающими машинами, видеоувеличителем с возможностью регуляции цветowych спектров; увеличивающими электронными лупами и ультразвуковыми маркировщиками.

В целях обеспечения специальных условий обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в ДВФУ все здания оборудованы пандусами, лифтами, подъемниками, специализированными местами, оснащенными туалетными комнатами, табличками информационно-навигационной поддержки.