

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Гриб Владислав Валерьевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 25.09.2023 14:53:02  
Уникальный программный ключ:  
637517d24e103c3db032acf37e039d988ec1c5bb2f5eb80e29abfed7f4798f5447



**Образовательное частное учреждение высшего образования**  
**«МОСКОВСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ А.С. ГРИБОЕДОВА»**  
(ИМПЭ им. А.С. Грибоедова)

**ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ**

**УТВЕРЖДЕНО:**  
Декан факультета журналистики  
\_\_\_\_\_/Ю.В. Шуйская/  
«22» июня 2023 г

**Рабочая программа дисциплины**  
**Основы сценарного мастерства и кинодискурса**  
Укрупненная группа специальностей 42.00.00  
**Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**  
**(уровень бакалавриата)**  
**Направленность/профиль:**  
**«PR технологии и цифровые коммуникации»**  
**Формы обучения: очная, заочная**

**Москва**

**Рабочая программа** учебной дисциплины «Основы сценарного мастерства и кинодискурса». Направление подготовки\специальность 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата). Направленность/профиль «PR технологии и цифровые коммуникации» / сост. к.ф.н. Шерчалова Е. В. – М.: Образовательное частное учреждение высшего образования «Московский университет имени А.С. Грибоедова». – 30 с.

Рабочая программа составлена на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – по направлению подготовки 42.03.01 Журналистика (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. № 512 с изменениями и дополнениями от 26.11.2020 и Профессиональных стандартов «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04 августа 2014 г. № 535н, «Специалист по информационным ресурсам», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от «08» сентября 2014 г. № 629н, «Специалист по производству продукции телерадиовещательных средств массовой информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 28.10.2014 № 811н.

Разработчик:

к.ф.н. Шерчалова Е. В.

---

Ответственный рецензент:

профессор кафедры массовых коммуникаций филологического факультета Российского университета дружбы народов им. Патриса Лумумбы, доктор исторических наук, Грабельников А.А.

---

*(Ф.И.О., уч. степень, уч. звание, должность)*

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры журналистики, медиакоммуникаций и рекламы «20» июня 2023 г., протокол № 9.

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ /д.ф.н. Ю.В. Шуйская/  
(подпись)

Согласовано от Библиотеки \_\_\_\_\_ /О.Е. Стёпкина/  
(подпись)

## РАЗДЕЛ 1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цель** дисциплины – научиться управлять эмоциями, лежащими в основе произведения любого жанра и формата, а также выстраивать эмоциональную связь с аудиторией во время проведения коммуникационной кампании и формировать эмоциональный сильный бренд.

**Задачи** дисциплины:

- овладение обучающимися профессиональными методами подготовки эмоционально насыщенного контента,
- создание у обучающихся четкого представления о творческих проблемах, связанных с тем или иным жанром;
- стимулирование творческого поиска.

## РАЗДЕЛ 2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины «Основы сценарного мастерства и кинодискурса» направлен на формирование следующих компетенций, которые позволят усваивать теоретический материал учебной дисциплины и реализовывать практические задачи (таблица 2.1) и достигать планируемые результаты обучения по дисциплине.

### Компетентностная карта дисциплины

Таблица 2.1.

#### Профессиональные компетенции

| Код, наименование профессиональных компетенций   | Трудовые функции (код, наименование)/уровень (подуровень) квалификации  | Индикаторы достижения компетенции (для планирования результатов обучения по элементам образовательной программы и соответствующих оценочных средств)  |
|--|---|---|
| <b>ОТФ (код, наименование) / Профессиональный стандарт (код, наименование)</b>   |   |   |
| <b>Тип(ы) задач(и) профессиональной деятельности</b>   |   |   |
| А Творческо-организационная деятельность по созданию новых продуктов телерадиовещательных СМИ / 11.005 Профессиональный стандарт «Специалист по производству продукции телерадиовещательных средств массовой информации» |   |   |
| Творческо-организационная деятельность по созданию новых продуктов телерадиовещательных СМИ  |   |   |
| ПК-7   | Способен определять формат, тематику и оценку материала для нового продукта телерадиовещательных СМИ А / 01.6 | <b>ИПК-7.1.1. Знать</b> современные информационно-коммуникационные технологии<br><b>ИПК-7.1.3. Знать</b> конъюнктуру медийного рынка, мировые тенденции в медиаиндустрии<br><b>ИПК-7.2.1. Уметь</b> находить информацию, выявлять и использовать различные источники информации<br><b>ИПК-7.2.3. Уметь</b> выделять ключевые моменты в исходном материале для последующего использования в новом продукте<br><b>ИПК-7.2.5. Уметь</b> прогнозировать (оценивать) успешность будущего продукта<br><b>ИПК-7.2.6. Уметь</b> анализировать социально значимые процессы и явления<br><b>ИПК-7.3.1. Владеть</b> навыками поиска идеи/материала для нового продукта по результатам анализа российских и зарубежных источников информации<br><b>ИПК-7.3.2. Владеть</b> навыками определения темы и основного содержания нового продукта и новостного блока |

|  |  |  |
|--|--|--|
|  |  | <p><b>ИПК-7.3.3. Владеть</b> навыками оценки оригинальности идеи нового продукта</p> <p><b>ИПК-7.3.4. Владеть</b> навыками оценки актуальности нового продукта, его художественной ценности и востребованности</p> <p><b>ИПК-7.3.5. Владеть</b> навыками определения целевой аудитории нового продукта</p> <p><b>ИПК-7.3.6. Владеть</b> навыками согласования тематики нового продукта с руководством канала</p> |
|--|--|--|

### РАЗДЕЛ 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ БАКАЛАВРИАТА

Дисциплина «Основы сценарного мастерства и кинодискурса» входит в состав формируемой участниками образовательных отношений части блока 1 «Дисциплины (модули)» основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата).

В методическом плане данная дисциплина опирается на знания, которые даются в предшествующих курсах «Основы связей с общественностью», «Философия», «Классический и современный фольклор».

Указанные связи и содержание дисциплины «Основы сценарного мастерства и кинодискурса» дают обучающемуся системное представление о комплексе изучаемых дисциплин в соответствии с ФГОС ВО, что обеспечивает соответственный теоретический уровень и практическую направленность в системе обучения будущей деятельности бакалавра.

### РАЗДЕЛ 4. ОБЪЕМ (ТРУДОЕМКОСТЬ) ДИСЦИПЛИНЫ (ОБЩАЯ, ПО ВИДАМ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ, ВИДАМ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ)

#### Трудоёмкость дисциплины и виды учебной работы на очной форме обучения

Таблица 4.1

| З.е.                | Всего часов | Контактная работа        |                           |                          | Часы СР на подготовку кур.раб. | Иная СР | Контроль      |
|---------------------|-------------|--------------------------|---------------------------|--------------------------|--------------------------------|---------|---------------|
|                     |             | Занятия лекционного типа | Занятия семинарского Типа |                          |                                |         |               |
|                     |             |                          | Лабораторные              | Практические/семинарские |                                |         |               |
| 6 семестр           |             |                          |                           |                          |                                |         |               |
| 4                   | 144         | 24                       |                           | 24                       |                                | 60      | 36<br>Экзамен |
| Всего по дисциплине |             |                          |                           |                          |                                |         |               |
| 4                   | 144         | 24                       |                           | 24                       |                                | 60      | 36            |

#### Трудоёмкость дисциплины и виды учебной работы на заочной форме обучения

Таблица 4.2

| З.е.      | Всего часов | Контактная работа        |                           |                          | Часы СР на подготовку кур.раб. | Иная СР | Контроль |
|-----------|-------------|--------------------------|---------------------------|--------------------------|--------------------------------|---------|----------|
|           |             | Занятия лекционного типа | Занятия семинарского Типа |                          |                                |         |          |
|           |             |                          | Лабораторные              | Практические/семинарские |                                |         |          |
| 8 семестр |             |                          |                           |                          |                                |         |          |

|                     |     |   |  |   |  |  |    |                    |
|---------------------|-----|---|--|---|--|--|----|--------------------|
| 4                   | 144 | 4 |  | 6 |  |  | 98 | 36<br>Экза-<br>мен |
| Всего по дисциплине |     |   |  |   |  |  |    |                    |
| 4                   | 144 | 4 |  | 6 |  |  | 98 | 36                 |

### СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

**Перечень разделов (модулей), тем дисциплины, распределение учебного времени по разделам/темам дисциплины, видам учебных занятий (в т.ч. контактной работы), видам текущего контроля**

*Таблица 4.3*

#### Распределение учебной нагрузки по разделам дисциплины на очной форме обучения

| Темы\ разделы(модули)   | Контактная работа        |                           |            | Часы СР на подготовку кур.р. | Иная СР | Контроль | Всего часов |                             |
|---|--------------------------|---------------------------|------------|------------------------------|---------|----------|-------------|-----------------------------|
|   | Занятия лекционного типа | Занятия семинарского типа |            |                              |         |          |             | Контактная работа по кур.р. |
|   |                          | Лаб.р                     | Прак./сем. |                              |         |          |             |                             |
| Тема 1. Введение в дисциплину «Основы сценарного мастерства и кинодискурса» | 3                        |                           | 3          |                              | 5       |          | 11          |                             |
| Тема 2. Кинодискурс   | 3                        |                           | 3          |                              | 10      |          | 16          |                             |
| Тема 3. Основные компоненты поэтики художественно-публицистического текста. | 3                        |                           | 3          |                              | 5       |          | 11          |                             |
| Тема 4. Композиционное построение контента                                  | 3                        |                           | 3          |                              | 5       |          | 11          |                             |
| Тема 5. Сторителлинг в рекламе и PR   | 3                        |                           | 3          |                              | 5       |          | 11          |                             |
| Тема 6. Рефрейминг  | 3                        |                           | 3          |                              | 10      |          | 16          |                             |
| Тема 7. Эмоции. Модальности и слова-предикаты                               | 2                        |                           | 2          |                              | 5       |          | 9           |                             |
| Тема 8. Бродячие сюжеты в литературе, ре-                                   | 2                        |                           | 2          |                              | 5       |          | 9           |                             |

|  |    |  |    |  |  |    |    |     |
|--|----|--|----|--|--|----|----|-----|
| кламе и при построении бренда          |    |  |    |  |  |    |    |     |
| Тема 9. Стратегия вовлечения аудитории | 2  |  | 2  |  |  | 10 |    | 14  |
| Экзамен                                |    |  |    |  |  |    | 36 | 36  |
| Всего часов                            | 24 |  | 24 |  |  | 60 | 36 | 144 |

Таблица 4.4

**Распределение учебной нагрузки по разделам дисциплины на заочной форме обучения**

| Темы\ разделы(модули)   | Контактная работа        |                           |       | Контактная работа по кур.р. | Часы СР на подготовку кур.р. | Иная СР | Контроль | Всего часов |
|---|--------------------------|---------------------------|-------|-----------------------------|------------------------------|---------|----------|-------------|
|   | Занятия лекционного типа | Занятия семинарского типа |       |                             |                              |         |          |             |
|   |                          | Лаб.р                     | Прак. |                             |                              |         |          |             |
|   |                          |                           | /сем. |                             |                              |         |          |             |
| Тема 1. Введение в дисциплину «Основы сценарного мастерства и кинодискурса» | 1                        |                           | 1     |                             |                              | 7       |          | 9           |
| Тема 2. Кинодискурс   | 0                        |                           | 1     |                             |                              | 7       |          | 8           |
| Тема 3. Основные компоненты поэтики художественно-публицистического текста. | 1                        |                           | 0     |                             |                              | 7       |          | 8           |
| Тема 4. Композиционное построение контента                                  | 0                        |                           | 1     |                             |                              | 7       |          | 8           |
| Тема 5. сторителлинг в рекламе и PR   | 1                        |                           | 1     |                             |                              | 14      |          | 16          |
| Тема 6. Рефрейминг  | 0                        |                           | 1     |                             |                              | 14      |          | 15          |
| Тема 7. Эмо-  | 0                        |                           | 1     |                             |                              | 14      |          | 15          |

|   |   |  |   |  |  |    |    |     |
|---|---|--|---|--|--|----|----|-----|
| ции. Модальности и слова-предикаты                                    |   |  |   |  |  |    |    |     |
| Тема 8. Бродячие сюжеты в литературе, рекламе и при построении бренда | 0 |  | 0 |  |  | 14 |    | 14  |
| Тема 9. Стратегия вовлечения аудитории                                | 1 |  | 0 |  |  | 14 |    | 15  |
| Экзамен   |   |  |   |  |  |    | 36 | 36  |
| Всего часов   | 4 |  | 6 |  |  | 98 | 36 | 144 |

Таблица 4.5

**Содержание разделов дисциплины**

| <b>Наименование раздела, темы дисциплины</b>                                | <b>Содержание раздела дисциплины</b>   |
|---|--|
| Тема 1. Введение в дисциплину «Основы сценарного мастерства и кинодискурса» | Определение основных понятий. Цель и задачи курса. История развития сценарного мастерства в России и за рубежом. Профессия сценариста. Современные сценаристы: Ф. Бондарчук, Н. Михалков, Ю. Арабов, Т. Бекмамбетов, М. Разбежкина; М. Скорсезе, К. Тарантино, В. Аллен, Дж. Кемерон и др. Приложение гипотезы Сепира-Уорфа к творчеству pr-специалиста. |
| Тема 2. Кинодискурс   | Кинодискурс: определение, история изучения понятия. Структурные составляющие. Понятия «киносценарий», «кинообраз», «кинотекст», «кинодиалог», «субтитры» и взаимосвязь между ними. Создание подтекста.   |
| Тема 3. Основные компоненты поэтики художественно-публицистического текста. | Основные компоненты поэтики художественно-публицистического текста: образ автора, пространственно-временная организация (сюжет и композиция, система персонажей, портрет, пейзаж, деталь), ассоциативный фон (контекст и подтекст), интонационно-речевой уровень.  |
| Тема 4. Композиционное построение контента                                  | Композиция произведения. Конфликт. Стадии развития: пролог, завязка, развитие, кульминация, развязка, эпилог. Перипетии. Стадии развития коммуникационной стратегии с точки зрения единого метатекста. Акцентуация, сильные позиции и опорные точки коммуникационной стратегии.  |
| Тема 5. сторителлинг в рекламе и PR   | Сторителлинг: определение понятия, история изучения. История бренда и эмоциональная связь с аудиторией. Успешная стратегия. Современные инструменты сторителлинга. Характеристики хорошей истории: новизна, релевантность, значимость, привлекательность. Трансмедийные истории. Сторителлинг в рекламе. Персонификация и олицетворение.                 |
| Тема 6. Рефрейминг  | Понятия «фрейм» и «нарратив»: определение, выявление различий. Рефрейминг как инструмент управления отношением к бренду.   |

|   |   |
|---|---|
|   | Виды рефрейминга. Формирование повестки дня и встраивание бренда в нее как одна из ключевых задач рг-специалиста при проведении кампании.   |
| Тема 7. Эмоции. Модальности и слова-предикаты                         | Определения и функции эмоций. Эмоции в психологии. Теории об эмоциях: эволюционная, рудиментарная, психоаналитическая, двух-факторная, структурная теория эмоций Пейпеца, лрганическая теория эмоций Джемса-Ланге, теория эмоций Кэннона-Барда и др. Эмоциональный интеллект. Колесо эмоций Р. Плутчика.<br>Создание эмоционально насыщенного и привлекательного для аудитории контента. Эмоциональные горки. Структура сценария по Б. Снайдеру.<br>Модальности речи. Слова-предикаты. Аудиалы, визуалы, кинестетики. Проблема несоответствия модальностей. |
| Тема 8. Бродячие сюжеты в литературе, рекламе и при построении бренда | Архетип: определение, история. Классификации архетипов. Бродячие архетипические истории и сюжеты. Четыре сюжета Хорхе Луиса Борхеса. Семь сюжетов Кристофера Букера.<br>Бродячие сюжеты в рекламе. Архетип, лежащий в основе личной истории бренда.   |
| Тема 9. Стратегия вовлечения аудитории                                | Изучение целевой аудитории бренда. Выстраивание эффективной коммуникации с аудиторией. Сопереживание и симпатия. Удивление. Методы привлечения внимания аудитории. Удержание внимания и выстраивание долгосрочных отношений.  |

## ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА для очной формы обучения

### *Семинарские занятия*

Общие рекомендации по подготовке к семинарским занятиям: при подготовке к семинарскому занятию рекомендуется обучающимся предварительно ознакомиться с главами из учебного материала, предложенные преподавателем, а также самостоятельно осуществить поиск полезных, актуальных и интересных материалов для семинара.

#### Тема 1. Введение в дисциплину «Основы сценарного мастерства и кинодискурса»

1. История развития сценарного мастерства в России и за рубежом.
2. Приложение гипотезы Сепира-Уорфа к творчеству рг-специалиста.

Литература:

Основная:

Интегрированные маркетинговые коммуникации [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Маркетинг», «Рекламное дело», «Связи с общественностью»/ И.М. Синяева [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 504 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71238.html>.

Дополнительная:

Социальная реклама [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама» и «Связи с общественностью»/ Л.М. Дмитриева [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 271 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/81676.html>.

Холден Найджел Дж. Кросс-культурный менеджмент. Концепция когнитивного менеджмента [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению 521500 «Менеджмент» и специальностям 350400 «Связи с общественностью», 350700 «Реклама»/ Холден Найджел Дж. — Электрон. текстовые данные. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 384 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/81604.html>.

#### Тема 2. Кинодискурс



1. Кинодискурс: определение, история изучения понятия.
2. Понятия «киносценарий», «кинообраз», «кинотекст», «кинодиалог», «субтитры» и взаимосвязь между ними.

Литература:

Основная:

Кубрак Т.А. Психология кинодискурса: факторы выбора, восприятие, воздействие [Электронный ресурс]/ Кубрак Т.А., Латынов В.В. — Электрон. текстовые данные. — Москва: Издательство «Институт психологии РАН», 2019. — 214 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/88103.html>.

Дополнительная:

Холден Найджел Дж. Кросс-культурный менеджмент. Концепция когнитивного менеджмента [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению 521500 «Менеджмент» и специальностям 350400 «Связи с общественностью», 350700 «Реклама»/ Холден Найджел Дж. — Электрон. текстовые данные. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 384 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/81604.html>.

Тема 3. Основные компоненты поэтики художественно-публицистического текста

1. Образ автора.
2. Пространственно-временная организация (сюжет и композиция, система персонажей, портрет, пейзаж, деталь).
3. Ассоциативный фон (контекст и подтекст).
4. Интонационно-речевой уровень.

Литература:

Основная:

Интегрированные маркетинговые коммуникации [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Маркетинг», «Рекламное дело», «Связи с общественностью»/ И.М. Синяева [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 504 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71238.html>.

Кубрак Т.А. Психология кинодискурса: факторы выбора, восприятие, воздействие [Электронный ресурс]/ Кубрак Т.А., Латынов В.В. — Электрон. текстовые данные. — Москва: Издательство «Институт психологии РАН», 2019. — 214 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/88103.html>.

Дополнительная:

Социальная реклама [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама» и «Связи с общественностью»/ Л.М. Дмитриева [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 271 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/81676.html>.

Тема 4. Композиционное построение контента

1. Композиция произведения.
2. Конфликт.
3. Стадии развития: пролог, завязка, развитие, кульминация, развязка, эпилог.

Литература:

Основная:

Интегрированные маркетинговые коммуникации [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Маркетинг», «Рекламное дело», «Связи с общественностью»/ И.М. Синяева [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 504 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71238.html>.

Дополнительная:

Социальная реклама [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама» и «Связи с общественностью»/ Л.М. Дмитриева [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 271 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/81676.html>.

Холден Найджел Дж. Кросс-культурный менеджмент. Концепция когнитивного менеджмента [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению 521500 «Менеджмент» и специальностям 350400 «Связи с общественностью», 350700 «Реклама»/ Холден Найджел Дж. — Электрон. текстовые данные. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 384 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/81604.html>.

#### Тема 5. Сторителлинг в рекламе и PR

1. Сторителлинг: определение понятия, история изучения.
2. Современные инструменты сторителлинга.
3. Трансмедийные истории.
4. Сторителлинг в рекламе.

Литература:

Основная:

Кубрак Т.А. Психология кинодискурса: факторы выбора, восприятие, воздействие [Электронный ресурс]/ Кубрак Т.А., Латынов В.В. — Электрон. текстовые данные. — Москва: Издательство «Институт психологии РАН», 2019. — 214 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/88103.html>.

Дополнительная:

Холден Найджел Дж. Кросс-культурный менеджмент. Концепция когнитивного менеджмента [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению 521500 «Менеджмент» и специальностям 350400 «Связи с общественностью», 350700 «Реклама»/ Холден Найджел Дж. — Электрон. текстовые данные. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 384 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/81604.html>.

#### Тема 6. Рефрейминг

1. Понятия «фрейм» и «нарратив»: определение, выявление различий.
2. Рефрейминг как инструмент управления отношением к бренду.

Литература:

Основная:

Интегрированные маркетинговые коммуникации [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Маркетинг», «Рекламное дело», «Связи с общественностью»/ И.М. Синяева [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 504 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71238.html>.

Дополнительная:

Социальная реклама [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама» и «Связи с общественностью»/ Л.М. Дмитриева [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 271 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/81676.html>.

Холден Найджел Дж. Кросс-культурный менеджмент. Концепция когнитивного менеджмента [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению 521500 «Менеджмент» и специальностям 350400 «Связи с общественностью», 350700 «Реклама»/ Холден Найджел Дж. — Электрон. текстовые данные. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 384 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/81604.html>.

#### Тема 7. Эмоции. Модальности и слова-предикаты

1. Определения и функции эмоций.
2. Эмоции в психологии.

Литература:

Основная:

Кубрак Т.А. Психология кинодискурса: факторы выбора, восприятие, воздействие [Электронный ресурс]/ Кубрак Т.А., Латынов В.В. — Электрон. текстовые данные. — Москва: Издательство «Институт психологии РАН», 2019. — 214 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/88103.html>.

Дополнительная:

Социальная реклама [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама» и «Связи с общественностью»/ Л.М. Дмитриева [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 271 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/81676.html>.

#### Тема 8. Бродячие сюжеты в литературе, рекламе и при построении бренда

1. Четыре сюжета Хорхе Луиса Борхеса.
2. Семь сюжетов Кристофера Букера.
3. Бродячие сюжеты в рекламе.

Литература:

Основная:

Интегрированные маркетинговые коммуникации [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Маркетинг», «Рекламное дело», «Связи с общественностью»/ И.М. Синяева [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 504 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71238.html>.

Дополнительная:

Холден Найджел Дж. Кросс-культурный менеджмент. Концепция когнитивного менеджмента [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению 521500 «Менеджмент» и специальностям 350400 «Связи с общественностью», 350700 «Реклама»/ Холден Найджел Дж. — Электрон. текстовые данные. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 384 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/81604.html>.

#### Тема 9. Стратегия вовлечения аудитории

1. Изучение целевой аудитории бренда.
2. Методы привлечения внимания аудитории.

Литература:

Основная:

Интегрированные маркетинговые коммуникации [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Маркетинг», «Рекламное дело», «Связи с общественностью»/ И.М. Синяева [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 504 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71238.html>.

Кубрак Т.А. Психология кинодискурса: факторы выбора, восприятие, воздействие [Электронный ресурс]/ Кубрак Т.А., Латынов В.В. — Электрон. текстовые данные. — Москва: Издательство «Институт психологии РАН», 2019. — 214 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/88103.html>.

Дополнительная:

Социальная реклама [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама» и «Связи с общественностью»/ Л.М. Дмитриева [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 271 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/81676.html>.

Холден Найджел Дж. Кросс-культурный менеджмент. Концепция когнитивного менеджмента [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению 521500 «Менеджмент» и специальностям 350400 «Связи с общественностью», 350700 «Реклама»/ Холден Найджел Дж. — Электрон. текстовые данные. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 384 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/81604.html>.

### Для заочной формы обучения

#### *Семинарские занятия*

Общие рекомендации по подготовке к семинарским занятиям: при подготовке к семинарскому занятию рекомендуется обучающимся предварительно ознакомиться с главами из учебного материала, предложенные преподавателем, а также самостоятельно осуществить поиск полезных, актуальных и интересных материалов для семинара.

## Тема 1. Введение в дисциплину «Основы сценарного мастерства и кинодискурса»

3. История развития сценарного мастерства в России и за рубежом.
4. Приложение гипотезы Сепира-Уорфа к творчеству pr-специалиста.

### Литература:

#### Основная:

Интегрированные маркетинговые коммуникации [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Маркетинг», «Рекламное дело», «Связи с общественностью»/ И.М. Синяева [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 504 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71238.html>.

#### Дополнительная:

Социальная реклама [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама» и «Связи с общественностью»/ Л.М. Дмитриева [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 271 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/81676.html>.

Холден Найджел Дж. Кросс-культурный менеджмент. Концепция когнитивного менеджмента [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению 521500 «Менеджмент» и специальностям 350400 «Связи с общественностью», 350700 «Реклама»/ Холден Найджел Дж. — Электрон. текстовые данные. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 384 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/81604.html>.

## Тема 2. Кинодискурс

3. Кинодискурс: определение, история изучения понятия.
4. Понятия «киносценарий», «кинообраз», «кинотекст», «кинодиалог», «субтитры» и взаимосвязь между ними.

### Литература:

#### Основная:

Кубрак Т.А. Психология кинодискурса: факторы выбора, восприятие, воздействие [Электронный ресурс]/ Кубрак Т.А., Латынов В.В. — Электрон. текстовые данные. — Москва: Издательство «Институт психологии РАН», 2019. — 214 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/88103.html>.

#### Дополнительная:

Холден Найджел Дж. Кросс-культурный менеджмент. Концепция когнитивного менеджмента [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению 521500 «Менеджмент» и специальностям 350400 «Связи с общественностью», 350700 «Реклама»/ Холден Найджел Дж. — Электрон. текстовые данные. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 384 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/81604.html>.

## Тема 4. Композиционное построение контента

4. Композиция произведения.
5. Конфликт.
6. Стадии развития: пролог, завязка, развитие, кульминация, развязка, эпилог.

### Литература:

#### Основная:

Интегрированные маркетинговые коммуникации [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Маркетинг», «Рекламное дело», «Связи с общественностью»/ И.М. Синяева [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 504 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71238.html>.

#### Дополнительная:

Социальная реклама [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама» и «Связи с общественностью»/ Л.М. Дмитриева [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 271 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/81676.html>.

Холден Найджел Дж. Кросс-культурный менеджмент. Концепция когнитивного менеджмента [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению 521500 «Менеджмент» и специальностям 350400 «Связи с общественностью», 350700 «Реклама»/ Холден Найджел Дж. — Электрон. текстовые данные. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 384 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/81604.html>.

#### Тема 5. Сторителлинг в рекламе и PR

5. Сторителлинг: определение понятия, история изучения.
6. Современные инструменты сторителлинга.
7. Трансмедийные истории.
8. Сторителлинг в рекламе.

Литература:

Основная:

Кубрак Т.А. Психология кинодискурса: факторы выбора, восприятие, воздействие [Электронный ресурс]/ Кубрак Т.А., Латынов В.В. — Электрон. текстовые данные. — Москва: Издательство «Институт психологии РАН», 2019. — 214 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/88103.html>.

Дополнительная:

Холден Найджел Дж. Кросс-культурный менеджмент. Концепция когнитивного менеджмента [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению 521500 «Менеджмент» и специальностям 350400 «Связи с общественностью», 350700 «Реклама»/ Холден Найджел Дж. — Электрон. текстовые данные. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 384 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/81604.html>.

#### Тема 6. Рефрейминг

3. Понятия «фрейм» и «нарратив»: определение, выявление различий.
4. Рефрейминг как инструмент управления отношением к бренду.

Литература:

Основная:

Интегрированные маркетинговые коммуникации [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Маркетинг», «Рекламное дело», «Связи с общественностью»/ И.М. Синяева [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 504 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71238.html>.

Дополнительная:

Социальная реклама [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама» и «Связи с общественностью»/ Л.М. Дмитриева [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 271 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/81676.html>.

Холден Найджел Дж. Кросс-культурный менеджмент. Концепция когнитивного менеджмента [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению 521500 «Менеджмент» и специальностям 350400 «Связи с общественностью», 350700 «Реклама»/ Холден Найджел Дж. — Электрон. текстовые данные. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 384 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/81604.html>.

#### Тема 7. Эмоции. Модальности и слова-предикаты

3. Определения и функции эмоций.
4. Эмоции в психологии.

Литература:

Основная:

Кубрак Т.А. Психология кинодискурса: факторы выбора, восприятие, воздействие [Электронный ресурс]/ Кубрак Т.А., Латынов В.В. — Электрон. текстовые данные. — Москва: Издательство «Институт психологии РАН», 2019. — 214 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/88103.html>.

Дополнительная:

Социальная реклама [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама» и «Связи с общественностью»/ Л.М. Дмитриева [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 271 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/81676.html>.

## РАЗДЕЛ 5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В соответствии с требованиями п. 7.3 ФГОС ВО в целях реализации компетентностного подхода в учебном процессе дисциплины «Основы сценарного мастерства и кинодискурса» предусматривается широкое использование активных и интерактивных форм проведения занятий в сочетании с внеаудиторной работой. Обсуждение проблем, выносимых на семинарские занятия, происходит не столько в традиционной форме контроля текущих знаний, сколько в форме дискуссий, сориентированных на творческое осмысление обучающимися наиболее сложных вопросов в ходе обобщения ими современной практики мирового и российского медиапространства.

### Интерактивные образовательные технологии, используемые на аудиторных практических занятиях

Таблица 5.1

| <b>Очная форма обучения</b>   |   |             |
|---|---|-------------|
| <b>Наименование разделов, тем</b>   | <b>Используемые образовательные технологии</b>  | <b>Часы</b> |
| Тема 1. Введение в дисциплину «Основы сценарного мастерства и кинодискурса» | Дискуссия<br>Написание эссе   | 2           |
| Тема 2. Кинодискурс   | Круглый стол  | 2           |
| Тема 3. Основные компоненты поэтики художественно-публицистического текста. | Мини-конференция<br>Обсуждение текстов  | 2           |
| Тема 4. Композиционное построение контента                                  | Обсуждение контента, реализованного в рамках конкретной коммуникационной кампании (по выбору обучающихся) | 2           |
| Тема 5. Сторителлинг в рекламе и PR   | Просмотр рекламных роликов, обсуждение  | 2           |
| Тема 6. Рефрейминг  | Написание текста с использованием техники рефрейминга   | 2           |
| Тема 7. Эмоции. Модальности и слова-предикаты                               | Просмотр рекламных роликов, обсуждение  | 2           |
| Тема 8. Бродячие сюжеты в литературе, рекламе и при построении бренда       | Мини-конференция<br>Написание эссе  | 2           |
| Тема 9. Стратегия вовлечения аудитории                                      | Просмотр рекламных роликов, обсуждение  | 2           |

Таблица 5.2

| <b>Заочная форма обучения</b>   |  |             |
|---|--|-------------|
| <b>Наименование разделов, тем</b>   | <b>Используемые образовательные технологии</b> | <b>Часы</b> |
| Тема 1. Введение в дисциплину «Основы сценарного мастерства и кинодискурса» | Дискуссия<br>Написание эссе                    | 0,5         |

|   |   |     |
|---|---|-----|
| Тема 2. Кинодискурс   | Круглый стол  | 0,5 |
| Тема 3. Основные компоненты поэтики художественно-публицистического текста. | Мини-конференция<br>Обсуждение текстов  | 0,5 |
| Тема 4. Композиционное построение контента                                  | Обсуждение контента, реализованного в рамках конкретной коммуникационной кампании (по выбору обучающихся) | 0,5 |
| Тема 5. Сторителлинг в рекламе и PR   | Просмотр рекламных роликов, обсуждение  | 0,5 |
| Тема 6. Рефрейминг  | Написание текста с использованием техники рефрейминга   | 0,5 |
| Тема 7. Эмоции. Модальности и слова-предикаты                               | Просмотр рекламных роликов, обсуждение  | 0,5 |
| Тема 8. Бродячие сюжеты в литературе, рекламе и при построении бренда       | Мини-конференция<br>Написание эссе  | 0,5 |
| Тема 9. Стратегия вовлечения аудитории                                      | Просмотр рекламных роликов, обсуждение  | 0,5 |

### Практикум

**Кейс 1. Ораторские приемы в публицистике.** Прочтите два текста: отрывок из речи оратора Древней Греции и «открытое» письмо, написанное в наши дни. Найдите схожие приемы (речевые конструкции, композиционные и структурные стилистические приемы). Придумайте тему для «открытого письма». Используя приемы ораторского искусства, сделайте образную разработку текста.

**Кейс 2. Приемы создания образа героя в публицистических текстах.** Сформулируйте 7 вопросов, направленных на раскрытие характера и внутреннего мира собеседника, его профессиональных и мировоззренческих взглядов, получив краткую характеристику собеседника и информацию о его жизни и деятельности. Например: «Врач, холост, 35 лет, любит классическую музыку. В работе успешен, но сам себя успешным не считает». Затем прочитайте в аудитории свой вопросник и вместе с другими обучающимися отберите лучшие вопросы. Смоделируйте ситуацию интервью и обсудите результат: насколько убедительно при помощи этих вопросов раскрыт характер собеседника, какие были допущены ошибки при составлении вопросов и ведении интервью. Составьте список черт характера, свойств и качеств одноклассника, находящегося в аудитории. Затем прочитайте вслух характеристику человека, не называя его имени. Остальные должны отгадать «героя». Проанализируйте результаты и подумайте, у кого лучше получилось и в чем именно проявилась глубина и точность проникновения в личность. Составьте психологический портрет по фотографии. Ваша цель – определить типические черты характера человека, изображенного на фотографии. Затем сравните вашу характеристику с реальной. Прослушайте (прочитайте) стихотворение, в котором отражены биография автора, его темперамент, манера поведения и т. д. Составьте письменный словесный портрет. Укажите пол автора, профессию или род занятий, возраст, привычки. Затем сравните ваш портрет с реальным. Прочтите отрывок литературного произведения, в котором описывается некая конфликтная ситуация. Составьте блок вопросов, которые помогли бы выяснить мотивы поведения героя.

### Кейс 3. Тест «Эмоциональный интеллект»

Прочитайте внимательно представленные ниже 40 утверждений и оцените их по пятибалльной шкале. Каждому утверждению присваивайте балл, который больше всего подходит лично Вам, по следующей шкале: 5 – всегда; 4 – чаще всего; 3 – иногда; 2 – редко; 1 – никогда.

1. Я четко осознаю свои чувства и эмоции.
2. В моих публичных выступлениях отсутствуют эмоции.
3. Мое спонтанное поведение не мешает мне достигать намеченной цели.
4. В конфликтных ситуациях я скрываю свои эмоции, чувства.

5. Я внимательно выслушиваю партнеров по общению.
6. Принимать решение в конфликтной ситуации необходимо сразу.
7. Я стараюсь меньше влиять на поступки и чувства других людей.
8. Я предпочитаю контролировать людей.
9. Я в равной степени осознаю свою ранимость и свою силу.
10. Мне важно мнение людей, если я дал волю чувствам.
11. Мне удастся контролировать свои чувства, даже когда я сердит или расстроен.
12. При общении с начальством я теряюсь и думаю только о том, чтобы поскорее закончился разговор.
13. Я сосредоточен на чувствах других.
14. Разногласия я стараюсь устранять сразу, как их обнаружил.
15. Я позволяю другим взять на себя мою роль руководителя и при этом их не контролирую.
16. Мне свойственно использовать власть, принадлежащую по должности.
17. Мне удастся скрывать неприязнь к плохому человеку.
18. В общении с коллегами я могу думать о чем-то своем.
19. Во всех ситуациях я открыто выражаю свои чувства.
20. Поломка телевизора (бытовой техники) может заставить меня растеряться, впасть в отчаяние.
21. Я общаюсь с другими так, чтобы они гордились своими успехами.
22. Я не обращаю внимания на психологические состояния коллег при достижении общих целей.
23. Я помогаю другим лучше понять себя.
24. В общении я сосредоточиваюсь на цели, а не на чувствах.
25. Я легко выражаю симпатию к другому человеку.
26. Близкие люди одергивают меня: расслабься.
27. Я свободно выражаю свои чувства.
28. Я ощущаю неуверенность в общении с людьми.
29. Я понимаю чужие чувства, даже если дискуссия проходит на повышенных тонах.
30. Мне безразличны чувства других, возникающие в ходе совместной работы.
31. Я подбадриваю других, чтобы они делали работу лучше.
32. Мне сложно высказаться прямо о мешающем мне поведении другого человека.
33. Я доверяю своим чувствам при принятии серьезных решений.
34. Мне трудно смотреть прямо в глаза малознакомому человеку.
35. Я искренен, когда говорю о своих чувствах и намерениях с другими.
36. Когда я выражаю партнеру эмоциональную поддержку, он этого не воспринимает, не чувствует.
37. Мне важно, какие чувства и эмоции привели к конфликту.
38. Мне все равно, что чувствует неприятный мне человек.
39. Своей позой, глазами, интонацией я показываю свое отношение к другому человеку.
40. Мне сложно вести критический разговор, чтобы собеседник не обиделся, принял критику.

#### Ключ

| Шкалы | Вопросы                     | Ответы на вопросы |            |        |       |         |
|-------|-----------------------------|-------------------|------------|--------|-------|---------|
|       |                             | Всегда            | Чаше всего | Иногда | Редко | Никогда |
| I     | Прямые: 1, 9, 17, 25, 33    | 5                 | 4          | 3      | 2     | 1       |
|       | Обратные: 2, 10, 18, 26, 34 | 5                 | 4          | 3      | 2     | 1       |
| II    | Прямые: 3, 11, 19, 27, 35   | 5                 | 4          | 3      | 2     | 1       |
|       | Обратные: 4, 12, 20, 28, 36 | 5                 | 4          | 3      | 2     | 1       |
| III   | Прямые: 5, 13, 21, 29, 37   | 5                 | 4          | 3      | 2     | 1       |



|    |                                |   |   |   |   |   |
|----|--------------------------------|---|---|---|---|---|
|    | Обратные: 6, 14, 22, 30,<br>38 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| IV | Прямые: 7, 15, 23, 31,<br>39   | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
|    | Обратные: 8, 16, 24, 32,<br>40 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |

#### Обработка результатов

В соответствии с ключом рассчитывается сумма баллов по «прямым» и «обратным» вопросам. Затем для каждой шкалы рассчитывается индекс по формуле:  $A - B$ , где  $A$  – сумма баллов по «прямым» вопросам;  $B$  – по «обратным». Иными словами, из суммы баллов по «прямым» вопросам необходимо вычесть сумму баллов по «обратным» вопросам.

#### Интегральные индексы:

1. Внутриличный аспект эмоционального интеллекта (способность к осознанию и принятию своих чувств, самоконтроль): сумма баллов по 1 и 2 шкалам.
2. Межличностный аспект эмоционального интеллекта (способность к распознаванию, пониманию и изменению эмоциональных состояний других людей): сумма баллов по 3 и 4 шкалам.
3. Интегральный показатель эмоционального интеллекта: сумма баллов по всем шкалам опросника. Диапазон баллов по каждой шкале: min – минус 20 баллов; max – плюс 20 баллов.

#### ИНТЕРПРЕТАЦИЯ ШКАЛ ОПРОСНИКА МЭИ:

##### 1. Интегральный показатель

Высокий уровень эмоционального интеллекта предполагает отсутствие или незначительное различие в иерархической зависимости отдельных компонентов, все формы интегративно проявляются на всех уровнях. Эмоциональный интеллект считается высокоразвитым при условии, что все формы представлены качественными характеристиками и реализуются во взаимодействии, поведении и деятельности.

Средний уровень развития эмоционального интеллекта характеризуется яркой выраженностью развития отдельных аспектов эмоционального интеллекта и низким уровнем развития других его компонентов. Средний уровень предполагает наличие способности к развитию отдельных компонентов эмоционального интеллекта.

Низкий уровень развития эмоционального интеллекта представлен низкими количественными результатами диагностики и характеризуется отсутствием мотивации достижения успеха в профессиональной деятельности, во взаимодействии и общении. Эмоциональный интеллект можно развить в любом возрасте.

##### 2. Внутриличный аспект

###### Шкала 1. Осознание своих чувств и эмоций

**Высокие показатели.** Развитое эмоциональное самосознание, способность жить «в унисон» со своими внутренними эмоциями, хорошее понимание роли чувств в работе и в общении. Адекватная осведомленность об эмоциональных качествах, психологических характеристиках состояний личности и их роли в профессиональной деятельности, что является важным критерием продуктивности деятельности.

Высокая потребность в познании самого себя. Высокая адекватная самооценка психолого-педагогических знаний, осознание своих способностей, высокая самооценка восприятия себя со стороны партнеров по взаимодействию и того, как респондент выглядит в глазах окружающих.

Развитая рефлексия – процесс зеркального взаимоотображения субъектов, содержанием которого является воспроизведение, воссоздание особенностей партнеров по общению. Рефлексия от процесса самопознания внутренних состояний переходит к пониманию другого путем размышления «с его позиции» и ведет к взаимопониманию. Рефлексия предполагает достаточную зрелость субъекта и целенаправленное внимание на деятельность собственной души.

Развитая интуиция. Активность и гибкость как личностные особенности эмоциональной сферы помогают быстро отзываться на окружающие события, сравнительно легко находить верное решение в проблемной ситуации.

Самонаблюдение играет важную роль в развитии самосознания и самоконтроля своих эмоциональных состояний и чувств. Осознание и понимание собственных чувств и эмоций, то есть развитость внутриличностного аспекта эмоционального интеллекта, происходит за счет усиления внимания к своему духовному миру. Духовное взаимодействие есть высший уровень гуманистического, доверительного общения внутренне конгруэнтных партнеров.

**Низкие показатели.** Низкая способность к пониманию роли собственных чувств в деятельности и в общении. Недостаточная осведомленность об эмоциональных качествах, психологических характеристиках состояний личности и их роли в профессиональной деятельности. Невыраженная потребность в познании самого себя. Заниженная самооценка своих способностей, зачастую неадекватное представление о восприятии себя другими людьми. Низкий уровень рефлексии и понимания мыслей, чувств другого человека; конфликты и разногласия зачастую связаны с непониманием причин поведения другого, неумением понять его точку зрения. Отсутствие склонности к самонаблюдению. Недостаточная опора на интуицию в деятельности и общении, пассивность, ригидность коммуникации. Трудности в разрешении проблемных ситуаций, связанных с межличностным взаимодействием. Невысокий интерес к собственному внутреннему миру, духовному развитию.

Шкала 2. Управление своими чувствами и эмоциями

**Высокие показатели.** Развитая способность управлять своими эмоциями и чувствами, умение принимать и контролировать чувства и эмоции. Возможность использовать свои эмоции для достижения поставленной цели. Высокий уровень развития самоконтроля, глубокое осознание собственного психоэмоционального состояния в данный момент и понимания происходящего в окружающем мире.

Высокий уровень развития толерантности предполагает осознание человеком необходимости позитивного отношения к себе, осознание толерантной и интолерантной составляющих самого себя.

Развитое умение управлять собой, высокая наблюдательность, которая проявляется в умении подмечать малозаметные, существенные эмоциональные особенности партнеров по общению.

Высокий уровень развития управления своими чувствами и эмоциями, позитивное мышление, которое характеризуется единством позитивных эмоций и управлением поиском решения задач в профессиональной сфере. Позитивное мышление является показателем оптимистичного понимания мира, других людей и самого себя.

**Низкие показатели.** Низкая способность управлять своими эмоциями и чувствами, импульсивность; эмоции часто мешают достижению цели. Низкий самоконтроль, недостаточное осознание своих эмоциональных состояний и чувств других людей. Нетерпимость к иным позициям, взглядам, ценностям, образу жизни. Низкая наблюдательность в общении. Отсутствие установки на позитивное, оптимистичное восприятие себя и других людей, жизни в целом.

3. Межличностный аспект

Шкала 3. Осознание чувств и эмоций других людей

**Высокие показатели.** Способность легко распознавать эмоции других людей, понимать чувства партнеров по общению; способность понять позицию, представить мир глазами другого человека. Достаточно хорошо развит механизм идентификации, для которой необходима сильная эмоциональная связь и ориентация на другого человека.

Сопереживание – уподобление эмоциональному состоянию партнеров по общению и взаимодействию – выражается в гуманном отношении к другим. Высокий уровень межличностной симпатии как одобрительного эмоционального отношения к партнерам по взаимодействию проявляется в приветливости, восхищении, открытости во взаимодействии, оказании помощи на основе общих взглядов и интересов, выступает фактором интеграции людей и сохранению психологического комфорта в коллективе.

Благодаря способности к прогнозированию развито умение приписывать эмоциональную окраску ситуации, настраиваясь на те или иные переживания партнера по взаимодействию.

## РАЗДЕЛ 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наряду с чтением лекций и проведением семинарских занятий неотъемлемым элементом учебного процесса является *самостоятельная работа*. При самостоятельной работе достигается конкретное усвоение учебного материала, развиваются теоретические способности, столь важные для успешной подготовки и защиты выпускной работы обучающегося. Формы самостоятельной работы обучающихся могут быть разнообразными. Самостоятельная работа обучающихся включает: изучение литературы, текстов, оценку, обсуждение и рецензирование публикуемых статей; ответы на контрольные вопросы; решение задач; самотестирование. Выполнение всех видов самостоятельной работы увязывается с изучением конкретных тем.

Таблица 6.1

### Самостоятельная работа

| Наименование разделов/тем   | Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение   |
|---|--|
| Тема 1. Введение в дисциплину «Основы сценарного мастерства и кинодискурса» | История развития драматургии.<br>Драматургия Древнего Рима.  |
| Тема 2. Кинодискурс   | Особенности сценария документального телевизионного фильма<br>Особенности сценария портретного (биографического) очерка  |
| Тема 3. Основные компоненты поэтики художественно-публицистического текста  | Особенности сценария специального репортажа (репортажа-исследования)<br>Сценарий разговорных передач: беседа, дискуссия, ток-шоу<br>Сценарий авторской телепрограммы                               |
| Тема 4. Композиционное построение контента                                  | Особенности сценария путевого очерка и очерка нравов (проблемного очерка)<br>Особенности сценария сатирических телевизионных работ   |
| Тема 5. Сторителлинг в рекламе и PR   | Трансмедийные истории: обучающимся предлагается самостоятельно найти и рассмотреть трансмедийные истории (визуальный, аудиальный, графический и т.д. контент, соединяющийся в единую метаисторию). |
| Тема 6. Рефрейминг  |  |
| Тема 7. Эмоции. Модальности и слова-предикаты                               | Предмет и содержание искусства сценариста, соотношение формы и образа<br>Экранный сценарий. Телевизионный сценарий как особый тип текста: творческие и прагматические аспекты                      |
| Тема 8. Бродячие сюжеты в литературе, рекламе и при построении бренда       | 36 драматических сюжетов Ж. Польти   |
| Тема 9. Стратегия вовлечения аудитории                                      | Этапы работы над сценарием. Начальный этап. Работа во время съемок. Работа над содержанием. Режиссерская работа над сценарием.   |

## 6.1. Темы эссе<sup>1</sup>

1. Эмоции в кино и в жизни
2. Мы всегда рассказываем истории
3. У любой истории есть начало и конец
4. Почему мы любим законченные истории?
5. Бродячие сюжеты в рекламе
6. Примеры эмоциональных брендов
7. Документальные фильмы современности

## 6.2. Примерные задания для самостоятельной работы

Создание авторской телепрограммы по темам (на выбор)

1. Герой нашего времени
2. Зачем идут в волонтеры
3. Кто они, благотворители?
4. Экстремальный образ жизни
5. Любовь или карьера?

Определите жанр. Подготовьте синопсис и сценарий пилотной программы.

## РАЗДЕЛ 7. ОЦЕНОЧНЫЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ (ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ) ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

**7.1.** В процессе освоения учебной дисциплины «Основы сценарного мастерства и кинодискурса» для оценивания сформированности требуемых компетенций используются оценочные материалы (фонды оценочных средств), представленные в таблице 7.1.

*Таблица 7.1*

### ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ В СООТНОШЕНИИ С ОЦЕНОЧНЫМИ СРЕДСТВАМИ

| Планируемые результаты, характеризующие этапы формирования компетенции   | Содержание учебного материала  | Примеры контрольных вопросов и заданий для оценки знаний, умений, владений  | Методы/ средства контроля                                      |
|--|--|---|--|
| <b>ПК-7. Способен определять формат, тематику и оценку материала для нового продукта телерадиовещательных СМИ</b>  |  |   |  |
| <b>ИПК-7.1.1. Знать</b> современные информационно-коммуникационные технологии<br><b>ИПК-7.1.3. Знать</b> конъюнктуру медийного рынка, мировые тенденции в медиаиндустрии | Тема 1. Введение в дисциплину «Основы сценарного мастерства и кинодискурса»<br>Тема 5. Сторителлинг в рекламе и PR<br>Тема 6. Рефрейминг<br>Тема 9. Стратегия вовлечения аудитории | Тема и идея художественного произведения.<br>Кинодискурс: определение, история изучения понятия.<br>История сценария.<br>Виды сценариев и их особенности.<br>Поступок. Мотивированность поступков героя и персонажей.<br>Конфликт. Типы конфликтов в драматургии. | Устный опрос (темы 1, 5, 6, 9)<br>Написание эссе (темы 3, 5-7) |

<sup>1</sup>Перечень тем не является исчерпывающим. Обучающийся может выбрать иную тему по согласованию с преподавателем.

|  |  |  |  |
|--|--|--|--|
| <p><b>ИПК-7.2.1. Уметь</b> находить информацию, выявлять и использовать различные источники информации</p> <p><b>ИПК-7.2.3. Уметь</b> выделять ключевые моменты в исходном материале для последующего использования в новом продукте</p> <p><b>ИПК-7.2.5. Уметь</b> прогнозировать (оценивать) успешность будущего продукта</p> <p><b>ИПК-7.2.6. Уметь</b> анализировать социально значимые процессы и явления</p>   | <p>Тема 4. Композиционное построение контента</p> <p>Тема 5. Сторителлинг в рекламе и PR</p> <p>Тема 7. Эмоции. Модальности и слова-предикаты</p> <p>Тема 9. Стратегия вовлечения аудитории</p>  | <p>Четырехчастное строение.</p> <p>Архитектоника. Сюжетные архетипы.</p> <p>Единицы композиции сценария. Композиционное построение сценария. Способы развития действия.</p> <p>Элементы сценарного комплекса.</p> <p>Составные части сюжета: экспозиция, завязка, развитие действия, кульминация, перипетии, развязка, эпилог.</p> <p>Переход от литературной образности к экранной образности.</p> <p>Архетип: определение, история.</p> <p>Классификации архетипов.</p>  | <p>Задание для самостоятельной работы.</p> <p>Вопросы к экзамену (6-17)</p>                                      |
| <p><b>ИПК-7.3.1. Владеть</b> навыками поиска идеи/материала для нового продукта по результатам анализа российских и зарубежных источников информации</p> <p><b>ИПК-7.3.2. Владеть</b> навыками определения темы и основного содержания нового продукта и новостного блока</p> <p><b>ИПК-7.3.3. Владеть</b> навыками оценки оригинальности идеи нового продукта</p> <p><b>ИПК-7.3.4. Владеть</b> навыками оценки актуальности нового продукта, его художественной ценности и востребованности</p> <p><b>ИПК-7.3.5. Владеть</b> навыками определения</p> | <p>Тема 2. Кинодискурс</p> <p>Тема 4. Композиционное построение контента</p> <p>Тема 5. Сторителлинг в рекламе и PR</p> <p>Тема 6. Рефрейминг</p> <p>Тема 7. Эмоции. Модальности и слова-предикаты</p> <p>Тема 9. Стратегия вовлечения аудитории</p> | <p>Элементы сценарного комплекса.</p> <p>Составные части сюжета: экспозиция, завязка, развитие действия, кульминация, перипетии, развязка, эпилог.</p> <p>Переход от литературной образности к экранной образности.</p> <p>Архетип: определение, история.</p> <p>Классификации архетипов.</p> <p>Бродячие архетипические истории и сюжеты.</p> <p>Постановочные элементы телевизионного сценария.</p> <p>Герой. Персонажи. Событие и его воплощение.</p> <p>Художественные истоки телевизионной драматургии.</p> | <p>Устный опрос (темы 2, 4-7, 9)</p> <p>Задание для самостоятельной работы.</p> <p>Написание эссе (темы 3-7)</p> |

|   |  |  |  |
|---|--|--|--|
| <p>целевой аудитории нового продукта<br/> <b>ИПК-7.3.6. Владеть</b><br/> навыками согласования тематики нового продукта с руководством канала</p> |  |  |  |
|---|--|--|--|

## 7.2. Перечень вопросов для подготовки к промежуточной аттестации экзамену

1. Тема и идея художественного произведения.
2. Кинодискурс: определение, история изучения понятия.
3. История сценария.
4. Виды сценариев и их особенности.
5. Поступок. Мотивированность поступков героя и персонажей.
6. Конфликт. Типы конфликтов в драматургии.
7. Композиция произведения.
8. Рефрейминг как инструмент управления отношением к бренду.
9. Виды рефрейминга.
10. Определения и функции эмоций.
11. Эмоции в психологии. Теории об эмоциях.
12. Драматическое действие и драматизм.
13. Коллизия. Интрига. Сюжет. Фабула. Характер.
14. Четырехчастное строение.
15. Архитектоника. Сюжетные архетипы.
16. Единицы композиции сценария. Композиционное построение сценария.
17. Способы развития действия.
18. Элементы сценарного комплекса.
19. Составные части сюжета: экспозиция, завязка, развитие действия, кульминация, перипетии, развязка, эпилог.
20. Переход от литературной образности к экранной образности.
21. Архетип: определение, история.
22. Классификации архетипов.
23. Бродячие архетипические истории и сюжеты.
24. Постановочные элементы телевизионного сценария.
25. Герой. Персонажи. Событие и его воплощение.
26. Художественные истоки телевизионной драматургии.
27. Драматическое действие и драматизм. Примеры.
28. Композиционное построение сценария. Примеры.
29. Тема и идея сценария. Оценка замысла.
30. Специфика литературной основы сценария.
31. Соотношение литературных и экранных черт в телевизионном сценарии.
32. Диалогические отношения в телевизионной драматургии.
33. Сторителлинг: определение понятия, история изучения.
34. Четыре сюжета Хорхе Луиса Борхеса.
35. Семь сюжетов Кристофера Букера.

### 7.3. Примерные тестовые задания для контроля (мониторинга) качества усвоения материала в т.ч. в рамках рубежного контроля знаний<sup>2</sup>

1) В соответствии с классическим подходом к сценарному мастерству, имеет ли социальную ответственность автор сценария?

- Да, имеет
- Нет, не имеет, так как о вкусах не спорят

2) В соответствии с правилами сценарного мастерства, когда действие в рамках сюжета должно заканчиваться?

- Как можно позднее
- Как можно раньше

3) Укажите верное утверждение в отношении сценария:

- Не каждый элемент сценария (сцена) должен выполнять определенную функцию, некоторые сцены рекомендуется использовать без особой сюжетной цели, для того, чтобы зритель смог отвлечься от идеи сюжета
- Каждый элемент сценария (сцена) должен выполнять определенную функцию и иметь точное назначение.

4) Выявление в сценарии информации, уже присутствующей, но пока недоступной зрителю - это:

- Эпилог
- Презентация
- Экспозиция

5) Укажите виды тональности сценария (или фильма):

- Комедийная
- Виртуальная
- Трагическая
- Мелодраматическая

6) Укажите верное утверждение:

- Главный герой в фильме или спектакле может быть только один
- В фильме или спектакле может быть несколько главных героев
- В фильме или спектакле может быть один или два главных героя

7) Продолжение сюжета за рамками сценария в мыслях сценариста и публики называется:

- Хвост сюжета
- Негативное пространство сюжета
- Позитивное пространство сюжета
- Шлейф сюжета

8) Аристотель определял в структуре сюжета:

- 3 компонента
- 2 компонента
- 4 компонента

9) Укажите верное утверждение:

---

<sup>2</sup> Рубежный контроль проводится для обучающихся на очной форме обучения и оценивается «Зачтено» \ «не зачтено»

- В сценарии характеристику героям нужно давать ближе к концу сюжета, чтобы держать интригу.
- В сценарии характеристику героям нужно давать при их первом же появлении в тексте.

10) Самый важный компонент любого сценария - это:

- Сюжет
- Художественный замысел
- Техническая продуманность

11) Укажите верное утверждение:

- Сюжет и идея существуют взаимосвязано
- Сюжет и идея существуют независимо

12) Лауреат Нобелевской премии, физик и математик В. Вайскопф считает, что истина существует в двух видах: внешняя истина и внутренняя истина. Обратное понятие второго типа истины - это:

- Истина
- Ложь

13) Укажите верное утверждение:

- Тональность фильма рекомендуется менять к окончанию фильма
- Тональность фильма рекомендуется менять к середине фильма
- Тональность фильма должна быть постоянной

14) Укажите верное утверждение:

- Повторы в сценарии не только размыывают идею, но и сдерживают развитие сюжета.
- Повторы в сценарии дополнительно подчеркивают идею.

15) Одна из заповедей творчества гласит:

- Все, что может быть исключено, должно быть исключено
- Все, что может быть исключено, является основой сюжета
- Все, что может быть исключено, должно остаться.

#### **7.4. Описание показателей и критериев оценивания сформированности компетенций на различных этапах их формирования; шкалы и процедуры оценивания**

##### **7.4.1. Вопросы и заданий для текущей и промежуточной аттестации**

При оценке знаний учитывается уровень сформированности компетенций:

1. Уровень усвоения теоретических положений дисциплины, правильность формулировки основных понятий и закономерностей.
2. Уровень знания фактического материала в объеме программы.
3. Логика, структура и грамотность изложения вопроса.
4. Умение связать теорию с практикой.
5. Умение делать обобщения, выводы.

*Таблица 7.4.1.1*

##### **Шкала оценивания на экзамене**

| <b>Оценка</b> | <b>Критерии выставления оценки</b>   |
|---------------|--|
| Отлично       | Обучающийся должен:<br>- продемонстрировать глубокое и прочное усвоение знаний программного материала; |



|                     |  |
|---------------------|--|
|                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно изложить теоретический материал;</li> <li>- правильно формулировать определения;</li> <li>- продемонстрировать умения самостоятельной работы с литературой;</li> <li>- уметь сделать выводы по излагаемому материалу.</li> </ul>  |
| Хорошо              | <p>Обучающийся должен:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- продемонстрировать достаточно полное знание программного материала;</li> <li>- продемонстрировать знание основных теоретических понятий; достаточно последовательно, грамотно и логически стройно излагать материал;</li> <li>- продемонстрировать умение ориентироваться в литературе;</li> <li>- уметь сделать достаточно обоснованные выводы по излагаемому материалу.</li> </ul> |
| Удовлетворительно   | <p>Обучающийся должен:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- продемонстрировать общее знание изучаемого материала;</li> <li>- показать общее владение понятийным аппаратом дисциплины;</li> <li>- уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса;</li> <li>- знать основную рекомендуемую программой учебную литературу.</li> </ul>   |
| Неудовлетворительно | <p>Обучающийся демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- незнание значительной части программного материала;</li> <li>- не владение понятийным аппаратом дисциплины;</li> <li>- существенные ошибки при изложении учебного материала;</li> <li>- неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса;</li> <li>- неумение делать выводы по излагаемому материалу.</li> </ul>                                       |

Таблица 7.4.1.2

### Шкала оценивания на рубежном контроле

| Оценка     | Критерии выставления оценки  |
|------------|--|
| Зачтено    | <p>Обучающийся должен:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- продемонстрировать общее знание изучаемого материала;</li> <li>- показать общее владение понятийным аппаратом дисциплины;</li> <li>- уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса;</li> <li>- знать основную рекомендуемую программой учебную литературу.</li> </ul>   |
| Не зачтено | <p>Обучающийся демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- незнание значительной части программного материала;</li> <li>- не владение понятийным аппаратом дисциплины;</li> <li>- существенные ошибки при изложении учебного материала;</li> <li>- неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса;</li> <li>- неумение делать выводы по излагаемому материалу.</li> </ul> |

### 7.4.2. Письменной работы (эссе)

При оценке учитывается:

1. Правильность оформления.

2. Уровень сформированности компетенций.
3. Уровень усвоения теоретических положений дисциплины, правильность формулировки основных понятий и закономерностей.
4. Уровень знания фактического материала в объеме программы.
5. Логика, структура и грамотность изложения письменной работы.
6. Полнота изложения материала (раскрытие всех вопросов)
7. Использование необходимых источников.
8. Умение связать теорию с практикой.
9. Умение делать обобщения, выводы.

Таблица 7.4.2.1

#### Шкала оценивания эссе

| Оценка     | Критерии выставления оценки   |
|------------|---|
| Зачтено    | Обучающийся должен: <ul style="list-style-type: none"> <li>- продемонстрировать общее знание изучаемого материала;</li> <li>- показать общее владение понятийным аппаратом дисциплины;</li> <li>- уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса;</li> <li>- знать основную рекомендуемую программой учебную литературу.</li> </ul>   |
| Не зачтено | Обучающийся демонстрирует: <ul style="list-style-type: none"> <li>- незнание значительной части программного материала;</li> <li>- не владение понятийным аппаратом дисциплины;</li> <li>- существенные ошибки при изложении учебного материала;</li> <li>- неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса;</li> <li>- неумение делать выводы по излагаемому материалу.</li> </ul> |

#### 7.4.3. Тестирование

Таблица 7.4.3

#### Шкала оценивания тестирования

| Оценка              | Критерии выставления оценки                    |
|---------------------|--|
| Отлично             | Количество верных ответов в интервале: 71-100% |
| Хорошо              | Количество верных ответов в интервале: 56-70%  |
| Удовлетворительно   | Количество верных ответов в интервале: 41-55%  |
| Неудовлетворительно | Количество верных ответов в интервале: 0-40%   |
| Зачтено             | Количество верных ответов в интервале: 41-100% |
| Не зачтено          | Количество верных ответов в интервале: 0-40%   |

### 7.5. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ.

**Качество знаний** характеризуется способностью обучающегося точно, структурированно и уместно воспроизводить информацию, полученную в процессе освоения дисциплины, в том виде, в котором она была изложена в учебном издании или преподавателем.

Умения, как правило, формируются на занятиях семинарского типа. Задания, направленные на оценку умений, в значительной степени требуют от обучающегося проявления стереотипности мышления, т.е. способности выполнить работу по образцам, с которыми он работал в процессе обучения. Преподаватель же оценивает своевременность и правильность выполнения задания.

**Навыки** — это умения, развитые и закрепленные осознанным самостоятельным трудом. Навыки формируются при самостоятельном выполнении обучающимся практико-ориентированных заданий, моделирующих решение им производственных и социокультурных задач в соответствующей области профессиональной деятельности, как правило, при выполнении домашних заданий, курсовых проектов (работ), научно-исследовательских работ, прохождении практик, при работе индивидуально или в составе группы и т.д. При этом обучающийся поставлен в условия, когда он вынужден самостоятельно (творчески) искать пути и средства для разрешения поставленных задач, самостоятельно планировать свою работу и анализировать ее результаты, принимать определенные решения в рамках своих полномочий, самостоятельно выбирать аргументацию и нести ответственность за проделанную работу, т.е. проявить владение навыками. Взаимодействие с преподавателем осуществляется периодически по завершению определенных этапов работы и проходит в виде консультаций. При оценке владения навыками преподавателем оценивается не только правильность решения выполненного задания, но и способность (готовность) обучающегося решать подобные практико-ориентированные задания самостоятельно (в перспективе за стенами вуза) и, главным образом, обучающегося обосновывать и аргументировать свои решения и предложения.

**Устный опрос** — это процедура, организованная как специальная беседа преподавателя с группой обучающихся (фронтальный опрос) или с отдельными обучающимися (индивидуальный опрос) с целью оценки сформированности у них основных понятий и усвоения учебного материала.

**Тесты** являются простейшей формой контроля, направленная на проверку владения терминологическим аппаратом, современными информационными технологиями и конкретными знаниями в области фундаментальных и прикладных дисциплин. Тест может предоставлять возможность выбора из перечня ответов; один или несколько правильных ответов.

**Семинарские занятия** - основное назначение семинарских занятий по дисциплине – обеспечить глубокое усвоение обучающимися материалов лекций, прививать навыки самостоятельной работы с литературой, воспитывать умение находить оптимальные решения в условиях изменяющихся отношений, формировать современное профессиональное мышление обучающихся. На семинарских занятиях преподаватель проверяет выполнение самостоятельных заданий и качество усвоения знаний.

## РАЗДЕЛ 8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

### 8.1. Методические рекомендации по написанию эссе

**Эссе** (от французского *essai* – опыт, набросок) – жанр научно-публицистической литературы, сочетающей подчеркнуто-индивидуальную позицию автора по конкретной проблеме.

Главными особенностями, которые характеризуют эссе, являются следующие положения:

- собственная позиция обязательно должна быть аргументирована и подкреплена ссылками на источники международного права, авторитетные точки зрения и базироваться на фундаментальной науке. Небольшой объем (4–6 страниц), с оформленным списком литературы и сносками на ее использование;
- стиль изложения – научно-исследовательский, требующий четкой, последовательной и логичной системы доказательств; может отличаться образностью, оригинальностью, афористичностью, свободным лексическим составом языка;
- исследование ограничивается четкой, лаконичной проблемой с выявлением противоречий и разрешением этих противоречий в данной работе.

### 8.2. Методические рекомендации по использованию кейсов

**Кейс-метод (Casestudy)** – метод анализа реальной международной ситуации, описание которой одновременно отражает не только какую-либо практическую проблему, но и актуализирует определенный комплекс знаний, который необходимо усвоить при разрешении данной проблемы. При этом сама проблема не имеет однозначных решений.

Кейс как метод оценки компетенций должен удовлетворять следующим требованиям:

- соответствовать четко поставленной цели создания;
- иметь междисциплинарный характер;
- иметь достаточный объем первичных и статистических данных;
- иметь соответствующий уровень сложности, иллюстрировать типичные ситуации, иметь актуальную проблему, позволяющую применить разнообразные методы анализа при поиске решения, иметь несколько решений.

Кейс-метод оказывает содействие развитию умения решать проблемы с учетом конкретных условий и при наличии фактической информации. Он развивает такие квалификационные характеристики, как способность к проведению анализа и диагностики проблем, умение четко формулировать и высказывать свою позицию, умение общаться, дискутировать, воспринимать и оценивать информацию, которая поступает в вербальной и невербальной форме.

### **8.3. Требования к компетентностно-ориентированным заданиям для демонстрации выполнения профессиональных задач**

Компетентностно-ориентированное задание – это всегда практическое задание, выполнение которого нацелено на демонстрацию доказательств наличия у обучающихся универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, знаний, умений, необходимых для будущей профессиональной деятельности.

Компетентностно-ориентированные задания бывают разных видов:

- направленные на подготовку конкретного практико-ориентированного продукта (анализ проектов международных документов, критика, разработка схем и др.);
- аналитического и диагностического характера, направленные на анализ различных аспектов и проблем международных отношений (анализ внешнеполитической ситуации, деятельности международной организации, анализ международной практики и т. п.);
- связанные с выполнением основных профессиональных функций (выполнение конкретных действий в рамках вида профессиональной деятельности, например формулирование целей миссии, и т. п.).

## **РАЗДЕЛ 9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Основная литература<sup>3</sup>**

Интегрированные маркетинговые коммуникации [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Маркетинг», «Рекламное дело», «Связи с общественностью»/ И.М. Синяева [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 504 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71238.html>.

Кубрак Т.А. Психология кинодискурса: факторы выбора, восприятие, воздействие [Электронный ресурс]/ Кубрак Т.А., Латынов В.В. — Электрон. текстовые данные. — Москва: Издательство «Институт психологии РАН», 2019. — 214 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/88103.html>.

### **Дополнительная литература<sup>4</sup>**

Социальная реклама [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама» и «Связи с общественностью»/ Л.М. Дмитриева [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 271 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/81676.html>.

Холден Найджел Дж. Кросс-культурный менеджмент. Концепция когнитивного менеджмента [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению 521500

---

<sup>3</sup> Из ЭБС университета

<sup>4</sup> Из ЭБС университета

«Менеджмент» и специальностям 350400 «Связи с общественностью», 350700 «Реклама»/ Холден Найджел Дж. — Электрон. текстовые данные. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 384 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/81604.html>.

## **Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине**

### ***Интернет-ресурсы, современные профессиональные базы данных, информационно-справочные и поисковые системы***

ЭБС IPRsmart <http://www.iprbookshop.ru>

УМО по классическому университетскому образованию России <http://www.umo.msu.ru>

Министерство образования и науки Российской Федерации <http://mon.gov.ru>

Правотека.ру. – Б.г. – Доступ к данным: открытый. – Режим доступа : <http://www.pravoteka.ru/>

Российская национальная библиотека. – Б.г. – Доступ к данным: Открытый. – Режим доступа : <http://www.nlr.ru/>

Электронная библиотека Gaudeamus : бесплатные полнотекстовые pdf-учебники студентам. – Б.г. – Доступ к данным: открытый. – Режим доступа : <http://www.gaudeamus.omskcity.com/>

Электронная образовательная библиотека IQlib. – Б.г. – Доступ к данным: открытый. – Режим доступа : <http://www.iqlib.ru/>

### **Комплект лицензионного программного обеспечения**

Microsoft Open Value Subscription для решений Education Solutions № Tr000544893 от 21.10.2020 г. MDE Windows, Microsoft Office и Office Web Apps. (срок действия до 01.11.2023 г.)

Антивирусное программное обеспечение ESET NOD32 Antivirus Business Edition договор № ИС00-006348 от 14.10.2022 г. (срок действия до 13.10.2025 г.)

Программное обеспечение «Мираполис» система вебинаров - Лицензионный договор 244/09/16-к от 15.09.2016 (Спецификация к Лицензионному договору 244/09/16-к от 15.09.2016, от 11.05.2022 г.) (срок действия до 10.07.2023 г.)

Электронная информационно-образовательная среда «1С: Университет» договор от 10.09.2018 г. №ПРКТ-18281 (бессрочно)

Информационная система «ПервыйБит» сублицензионный договор от 06.11.2015 г. №009/061115/003 (бессрочно)

Система тестирования Indigo лицензионное соглашение (Договор) от 08.11.2018 г. №Д-54792 (бессрочно)

Информационно-поисковая система «Консультант Плюс» - договор об информационно поддержке от 26.12.2014, (бессрочно)

Электронно-библиотечная система IPRsmart лицензионный договор от 01.09.2022 г. №9489/22С (срок действия до 31.08.2024 г.)

Научная электронная библиотека eLIBRARY лицензионный договор SCIENC INDEX № SIO - 3079/2022 от 12.01.2022 г. (срок действия до 27.01.2024 г.)

### **Свободно распространяемое программное обеспечение**

Комплект онлайн сервисов GNU ImageManipulationProgram, свободно распространяемое программное обеспечение

**Программное обеспечение отечественного производства:**

Программное обеспечение «Мираполис» система вебинаров - Лицензионный договор 244/09/16-к от 15.09.2016 (Спецификация к Лицензионному договору 244/09/16-к от 15.09.2016, от 11.05.2022 г.) (срок действия до 10.07.2023 г.)

Электронная информационно-образовательная среда «1С: Университет» договор от 10.09.2018 г. №ПРКТ-18281 (бессрочно)

Информационная система «ПервыйБит» сублицензионный договор от 06.11.2015 г. №009/061115/003 (бессрочно)

Система тестирования Indigo лицензионное соглашение (Договор) от 08.11.2018 г. №Д-54792 (бессрочно)

Информационно-поисковая система «Консультант Плюс» - договор об информационно поддержке от 26.12.2014, (бессрочно)

Электронно-библиотечная система IPRsmart лицензионный договор от 01.09.2022 г. №9489/22С (срок действия до 31.08.2024 г.)

Научная электронная библиотека eLIBRARY лицензионный договор SCIENC INDEX № SIO - 3079/2022 от 12.01.2022 г. (срок действия до 27.01.2024 г.)

**РАЗДЕЛ 10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА**

|  |   |
|--|---|
| Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения | Комплект специальной учебной мебели<br>Компьютер<br>Видеопроектор<br>Маркерная доска<br>Наборы демонстрационного оборудования<br>Учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации        |
| Помещение для самостоятельной работы   | Компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета<br>Принтер<br>Комплект специальной учебной мебели |

Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие примерным программам дисциплин (модулей), рабочим учебным программам дисциплин (модулей).