



ТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ
УГМК



Негосударственное частное образовательное учреждение высшего образования
«Технический университет УГМК»
(НЧОУ ВО «ТУ УГМК»)

УТВЕРЖДАЮ

Директор НЧОУ ВО «ТУ УГМК»



В.А. Лапин

(подпись)

«Технический
университет
УГМК»
«27» апреля 2020 г.

ПРОГРАММА
повышения квалификации
Новые формы работы корпоративных СМИ.
Промышленный сторителлинг
(наименование программы)

Верхняя Пышма
2020

Лист согласования

**Программы повышения квалификации «Новые формы работы корпоративных
СМИ. Промышленный сторителлинг»**

Ф.И.О. эксперта	Должность	Дата согласования	Подпись
Соколова Александра Леонидовна	Главный специалист отдела внутрикорпоративных коммуникаций ОАО «УГМК». Редактор газеты «УГМК- Холдинг.Вести»	___ . ___ . 2020	

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

1.1. Цель реализации программы

Совершенствование и получение новых компетенций, необходимых для профессиональной деятельности корреспондента (репортера) в мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средствах массовой информации (СМИ):

- подготовка и создание информационного материала, освещающего события, явления, факты, предназначенного для распространения с помощью средств массовой информации.

1.2. Планируемые результаты обучения

Слушатель должен знать:

- принципы планирования и реализации длинных историй о промышленности;
- принципы работы с источниками информации;
- метод включенного наблюдения на производственной площадке;
- приемы управления вниманием аудитории;
- новые тренды в дизайне СМИ;
- правила организации редакционных мозговых штурмов и генерации новых идей и проектов;
- принципы создания редакционной рассылки в e-mail;
- знать, как рождается и на чем основан интерес людей к производству и труду;
- составные части производственной истории;
- классические и новые форматы промышленного сторителлинга;
- алгоритм поиска новых героев, сюжетных линий и поворотов
- современные способы восприятия информации: визуализация, схематизация, персонализация;
- знать, как захватить и удержать внимание аудитории производственно-технической и научной информацией.
- знать, как описывать инженерную работу.

Слушатель должен уметь:

- управлять вниманием аудитории, рассказывая о производстве;
- найти и описать событие промышленного города;
- «оживить» производственную историю графическими средствами;
- захватить и удержать внимание аудитории производственно-технической и научной информацией;
- описывать инженерную работу;
- создавать производственные истории в социальных сетях;
- сформировать лояльное сообщество вокруг промышленной компании.

1.3. Требования к уровню подготовки слушателя

Слушатели, имеющие среднее или высшее профессиональное образование.

1.4. Программа разработана с учетом:

Профессиональный стандарт «Корреспондент средств массовой информации» (утв. приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 21 мая 2014 г. N 339н).

Профессиональный стандарт «Редактор средств массовой информации» (утв. приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 4 августа 2014 г. N 538н).

2. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

2.1. Учебный план

Наименование раздела		Трудоемкость, час	Всего, ауд. час.	в том числе, час.			СРС, час	Текущий контроль (шт.)			Промежуточная аттестация	
				лекции	лабора торные работы	прак. занятия, семинары		РК, РГР, Реф	КР	КП	Зачет	Экзамен
1		2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1.	Промышленный сторителлинг	2	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0
2.	Принципы и жизненный цикл «вечнозеленого» контента	1,5	1,5	0	0	1,5	0	0	0	0	0	0
3.	Новые тренды в дизайне СМИ	1,5	1,5	0	0	1,5	0	0	0	0	0	0
4.	Информповоды	1,5	1,5	0	0	1,5	0	0	0	0	0	0
5.	Как рождается и на чем основан интерес людей к производству и труду	1,5	1,5	0	0	1,5	0	0	0	0	0	0
6.	Классические и новые форматы промышленного сторителлинга	2,5	2,5	0	0	2,5	0	0	0	0	0	0
7.	Производственные истории в социальных сетях	2,5	2,5	0	0	2,5	0	0	0	0	0	0
8.	Новые смыслы старых сюжетных линий на тему производства	1,5	1,5	0	0	1,5	0	0	0	0	0	0
Итого		15	15	0	0	15	0	0	0	0	0	0
Итоговая аттестация		1									1	
Всего		16										

2.2. Учебно-тематический план

Наименование раздела		Трудоем кость, час	Всего , ауд. час.	в том числе, час.		
				лекции	лаборатор ные работы	прак. занятия, семинары
1		2	3		5	6
1	Промышленный сторителлинг	2	2	0	0	2
1.1	Как управлять вниманием аудитории, рассказывая о производстве	0,5	0,5	0	0	0,5
1.2	Длинные истории о промышленности: принципы планирования и реализации	0,5	0,5	0	0	0,5
1.3	Метод включенного наблюдения на производственной площадке	0,5	0,5	0	0	0,5
1.4	Как вызвать доверие инженера-производственника	0,5	0,5	0	0	0,5
2	Принципы и жизненный цикл «вечнозеленого» контента	1,5	1,5	0	0	1,5
2.1	Принципы и жизненный цикл «вечнозеленого» контента	0,5	0,5	0	0	0,5
2.2	Как найти и описать событие промышленного города	0,5	0,5	0	0	0,5
2.3	Как превратить типовой информационный повод в эксклюзив	0,5	0,5	0	0	0,5
3	Новые тренды в дизайне СМИ	1,5	1,5	0	0	1,5
3.1	Новые тренды в дизайне СМИ	0,5	0,5	0	0	0,5
3.2	Как оживить производственную историю графическими средствами	0,5	0,5	0	0	0,5
3.3	Как «картинка» экономит время читателя. Разбор кейсов участников программы (типичные графические ошибки и точные решения)	0,5	0,5	0	0	0,5
4	Информповоды	1,5	1,5	0	0	1,5
4.1	Информповоды. Разбор кейсов участников семинара (типичные информповоды)	0,5	0,5	0	0	0,5
4.2	Правила организации редакционных мозговых штурмов и генерации новых идей и проектов	0,5	0,5	0	0	0,5
4.3	Принципы создания редакционной рассылки в email	0,5	0,5	0	0	0,5
5	Как рождается и на чем основан интерес людей к производству и труду	1,5	1,5	0	0	1,5
5.1	Как рождается и на чем основан интерес людей к производству и труду	0,5	0,5	0	0	0,5
5.2	Мастерство самореализации и самореализация мастерства	0,5	0,5	0	0	0,5

Наименование раздела		Трудоем кость, час	Всего , ауд. час.	в том числе, час.		
				лекции	лаборатор ные работы	прак. занятия, семинары
1		2	3		5	6
5.3	Пять составных частей хорошей производственной истории	0,5	0,5	0	0	0,5
6	Классические и новые форматы промышленного сторителлинга	2,5	2,5	0	0	2,5
6.1	Классические и новые форматы промышленного сторителлинга	0,5	0,5	0	0	0,5
6.2	Алгоритм поиска новых героев, сюжетных линий и поворотов	0,5	0,5	0	0	0,5
6.3	Современные способы восприятия информации: визуализация, схематизация, персонализация	0,5	0,5	0	0	0,5
6.4	Как захватить и удержать внимание аудитории производственно-технической и научной информацией.	0,5	0,5	0	0	0,5
6.5	Как описывать инженерную работу. Признаки «жизни» в проектах по развитию производства	0,5	0,5	0	0	0,5
7	Производственные истории в социальных сетях	2,5	2,5	0	0	2,5
7.1	Производственные истории в социальных сетях	0,5	0,5	0	0	0,5
7.2	Как сформировать лояльное сообщество вокруг промышленной компании	0,5	0,5	0	0	0,5
7.3	Топовый набор информационных продуктов и их сетевое взаимодействие	0,5	0,5	0	0	0,5
7.4	Сетевой видеоконтент: герои, сюжетные линии, эмоциональный капитал аудитории	0,5	0,5	0	0	0,5
8	Новые смыслы старых сюжетных линий на тему производства	1,5	1,5	0	0	1,5
8.1	Новые смыслы старых сюжетных линий на тему производства	0,5	0,5	0	0	0,5
8.2	Совместный поиск творческих подходов к подаче материала.	0,5	0,5	0	0	0,5
8.3	Разбор кейсов участников	0,5	0,5	0	0	0,5
Итого		14,5	14,5	0	0	14,5
Итоговая аттестация		1,5				
Всего		16				

2.3. Примерный календарный учебный график

Период обучения (дни, недели) ¹⁾	Наименование раздела
1 день	Как управлять вниманием аудитории, рассказывая о производстве. Длинные истории о промышленности: принципы планирования и

	<p>реализации. Метод включенного наблюдения на производственной площадке. Как вызвать доверие инженера-производственника</p> <p>Принципы и жизненный цикл «вечнозеленого» контента. Как найти и описать событие промышленного города. Как превратить типовой информационный повод в эксклюзив</p> <p>Новые тренды в дизайне СМИ. Как оживить производственную историю графическими средствами. Как «картинка» экономит время читателя. Разбор кейсов участников семинара (типичные графические ошибки и точные решения)</p> <p>Информповоды. Разбор кейсов участников семинара (типичные информповоды). Правила организации редакционных мозговых штурмов и генерации новых идей и проектов. Принципы создания редакционной рассылки в email</p>
2 день	<p>Как рождается и на чем основан интерес людей к производству и труду. Мастерство самореализации и самореализация мастерства. Пять составных частей хорошей производственной истории</p> <p>Классические и новые форматы промышленного сторителлинга. Алгоритм поиска новых героев, сюжетных линий и поворотов. Современные способы восприятия информации: визуализация, схематизация, персонализация. Как захватить и удержать внимание аудитории производственно-технической и научной информацией. Как описывать инженерную работу. Признаки «жизни» в проектах по развитию производства</p> <p>Производственные истории в социальных сетях. Как сформировать лояльное сообщество вокруг промышленной компании. Топовый набор информационных продуктов и их сетевое взаимодействие. Сетевой видеоконтент: герои, сюжетные линии, эмоциональный капитал аудитории</p> <p>Новые смыслы старых сюжетных линий на тему производства. Совместный поиск творческих подходов к подаче материала. Разбор кейсов участников. Ответы на вопросы</p>
<p>¹⁾ Даты обучения будут определены в расписании занятий при наборе группы на обучение</p>	

2.4. Рабочие программы разделов

№, наименование темы	Содержание лекций (количество часов)	Наименование лабораторных работ (количество часов)	Наименование практических занятий или семинаров (количество часов)	Виды СРС (количество часов)
1	2	3	4	5
1 - Промышленный сторителлинг (2)				
1.1	-	-	Как управлять вниманием аудитории, рассказывая о производстве (0,5)	-
1.2	-	-	Длинные истории о промышленности: принципы планирования и реализации (0,5)	-
1.3	-	-	Метод включенного наблюдения на	-

№, наименование темы	Содержание лекций (количество часов)	Наименование лабораторных работ (количество часов)	Наименование практических занятий или семинаров (количество часов)	Виды СРС (количество часов)
1	2	3	4	5
			производственной площадке (0,5)	
1.4	-	-	Как вызвать доверие инженера-производственника (0,5)	-
2 - Принципы и жизненный цикл «вечнозеленого» контента (1,5)				
2.1	-	-	Принципы и жизненный цикл «вечнозеленого» контента (0,5)	-
2.2	-	-	Как найти и описать событие промышленного города (0,5)	-
2.3	-	-	Как превратить типовой информационный повод в эксклюзив (0,5)	-
3 - Новые тренды в дизайне СМИ (1,5)				
3.1	-	-	Новые тренды в дизайне СМИ (0,5)	-
3.2	-	-	Как оживить производственную историю графическими средствами (0,5)	-
3.3	-	-	Как «картинка» экономит время читателя. Разбор кейсов участников программы (типичные графические ошибки и точные решения) (0,5)	-
4 – Информповоды (1,5)				
4.1	-	-	Информповоды. Разбор кейсов участников семинара (типичные информповоды) (0,5)	-
4.2	-	-	Правила организации редакционных мозговых штурмов и генерации новых идей и проектов (0,5)	-
4.3	-	-	Принципы создания редакционной рассылки в email (0,5)	-
5 - Как рождается и на чем основан интерес людей к производству и труду (1,5)				
5.1	-	-	Как рождается и на чем основан интерес людей к производству и труду (0,5)	-
5.2	-	-	Мастерство самореализации и самореализация мастерства (0,5)	-
5.3	-	-	Пять составных частей хорошей производственной истории (0,5)	-
6 - Классические и новые форматы промышленного сторителлинга (2,5)				
6.1	-	-	Классические и новые форматы промышленного сторителлинга	-

№, наименование темы	Содержание лекций (количество часов)	Наименование лабораторных работ (количество часов)	Наименование практических занятий или семинаров (количество часов)	Виды СРС (количество часов)
1	2	3	4	5
6.2	-	-	Алгоритм поиска новых героев, сюжетных линий и поворотов (0,5)	-
6.3	-	-	Современные способы восприятия информации: визуализация, схематизация, персонализация (0,5)	-
6.4	-	-	Как захватить и удержать внимание аудитории производственно-технической и научной информацией (0,5)	-
6.5	-	-	Как описывать инженерную работу. Признаки «жизни» в проектах по развитию производства (0,5)	-
7 - Производственные истории в социальных сетях (2,5)				
7.1	-	-	Производственные истории в социальных сетях (0,5)	-
7.2	-	-	Как сформировать лояльное сообщество вокруг промышленной компании (0,5)	-
7.3	-	-	Топовый набор информационных продуктов и их сетевое взаимодействие (0,5)	-
7.4	-	-	Сетевой видеоконтент: герои, сюжетные линии, эмоциональный капитал аудитории (0,5)	-
8 - Новые смыслы старых сюжетных линий на тему производства (1,5)				
8.1	-	-	Новые смыслы старых сюжетных линий на тему производства (0,5)	-
8.2	-	-	Совместный поиск творческих подходов к подаче материала (0,5)	-
8.3	-	-	Разбор кейсов участников (0,5)	-

2.5. Оценка качества освоения программы (формы аттестации, оценочные и методические материалы)

2.5.1. Форма(ы) промежуточной и итоговой аттестации

Итоговая аттестация проводится в форме зачета в виде круглого стола.

2.5.2. Оценочные материалы

Критерии оценки уровня освоения программы.

- Минимальный уровень – соответствует оценке «удовлетворительно» и обязательный для всех слушателей по завершении освоения программы обучения.
- Базовый уровень – соответствует оценке «хорошо» и характеризуется превышением минимальных характеристик сформированности компетенции.

- Повышенный уровень – соответствует оценке «отлично» и характеризуется максимально возможной выраженностью компетенции, важен как качественный ориентир для самосовершенствования.

Оценка «зачтено» соответствует одному из уровней сформированности компетенций: минимальный, базовый, повышенный.

Оценка «не зачтено» ставится слушателю, имеющему существенные пробелы в знании основного материала по программе, а также допустившему принципиальные ошибки при изложении материала.

2.5.3. Методические материалы

Положение об итоговой аттестации слушателей по дополнительным профессиональным программам в Негосударственном частном образовательном учреждении высшего образования «Технический университет УГМК».

3. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

3.1. Материально-технические условия

Наименование специализированных учебных помещений	Вид занятий	Наименование оборудования, программного обеспечения
Учебные аудитории Технического университета УГМК	Практические занятия, семинар	Мультимедийное оборудование, компьютер, подключенный к сети Интернет, интернет-браузер

3.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение

1. Третьяков, В.Т. Как стать знаменитым журналистом: Курс лекций по теории и практике современной русской журналистики / В.Т. Третьяков. – Москва : Директ-Медиа, 2013. – 881 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=210221> (дата обращения: 20.04.2020). – ISBN 978-5-4458-3420-5. – DOI 10.23681/210221. – Текст : электронный.
2. Чернышева, Т.Л. Связи с общественностью (PR) / Т.Л. Чернышева. – Новосибирск : НГТУ, 2012. – 140 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=228940> (дата обращения: 20.04.2020). – ISBN 978-5-7782-2163-5. – Текст : электронный.

3.3. Кадровые условия

Кадровое обеспечение программы осуществляют специалисты, имеющие практический опыт в области организации труда на предприятии, нормирование труда руководящего состава, служащих, рабочих, ремонтного персонала.

3.4. Условия для функционирования электронной информационно-образовательной среды

Электронные информационные ресурсы	Вид занятий	Наименование оборудования, программного обеспечения
Платформа для проведения видеоконференций	Практические занятия, семинар	Компьютер, аудиокolonки, доступ к интернету

4. РУКОВОДИТЕЛЬ И СОСТАВИТЕЛИ ПРОГРАММЫ

Руководитель программы: Лапшова Юлия Евгеньевна, ведущий специалист управления дополнительного профессионального образования НЧОУ ВО «Технический университет УГМК».

Составитель программы: Белимов Виктор Николаевич, заместитель руководителя департамента по маркетингу и продажам НЧОУ ВО «ТУ УГМК».