

Київський університет імені Бориса Грінченка
Факультет журналістики
Кафедра журналістики та нових медіа

«ЗАТВЕРДЖУЮ»
Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи

_____ Олексій ЖИЛЬЦОВ

«_____» _____ 2022 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Сторітелінг

для студентів

спеціальності	6.030301 Журналістика
освітнього рівня	першого (бакалаврського)
освітні програми	061.00.01 Журналістика
освітньої програми	061.00.02 Реклама та зв'язки з громадськістю
освітньої програми	061.00.03 Видавнича справа та редагування

Розробники: Тамара КУЦАЙ, старший викладач кафедри журналістики і нових медіа

Викладачі: Тамара КУЦАЙ, старший викладач кафедри журналістики і нових медіа; Оксана ОДАРЕНКО, старший викладач кафедри журналістики та нових медіа

Робочу програму розглянуто та затверджено на засіданні кафедри журналістики та нових медіа

Протокол від 2 вересня 2022 р. № 2

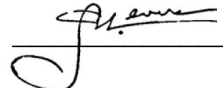
Завідувач кафедри  Інга ПОГРЕБНЯК

Робочу програму погоджено з гарантом освітньої програми «Журналістика» 2 вересня 2022 р.

Гарант освітньої програми  Інга ПОГРЕБНЯК

Робочу програму погоджено з гарантом освітньої програми «Реклама і зв'язки з громадськістю»

1 вересня 2022 р.

Гарант освітньої програми  Маргарита НЕТРЕБА


Робочу програму погоджено з гарантом освітньої програми «Видавнича справа і редагування»

1 вересня 2022 р.

Гарант освітньої програми  Віктор ШПАК

Робочу програму перевірено

2 вересня 2022 р.

Заступник декана Факультету журналістики з науково-методичної та навчальної роботи  Вікторія СОШИНСЬКА

Пролонговано:

на 20__/20__ н.р. _____ (_____), “__” ____ 20__ р., протокол № ____

на 20__/20__ н.р. _____ (_____), “__” ____ 20__ р., протокол № ____

на 20__/20__ н.р. _____ (_____), “__” ____ 20__ р., протокол № ____

на 20__/20__ н.р. _____ (_____), “__” ____ 20__ р., протокол № ____

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання
	Денна
Сторітелінг	
Вид дисципліни	Вибіркова
Мова викладання, навчання та оцінювання	Українська
Загальний обсяг кредитів/годин	4/120
Курс	2
Семестр	3-4
Кількість змістових модулів за розподілом	4
Обсяг годин, в тому числі:	
<i>Аудиторні</i>	56
<i>Модульний контроль</i>	8
<i>Самостійна робота</i>	56
<i>Форма семестрового контролю</i>	Залік

2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Метою навчальної дисципліни «Сторітелінг» є підготовка студента, який опановує журналістський фах, до сучасних змін на інформаційному, рекламному та PR ринку, а також до практичної діяльності, допомога в тому, аби опанувати сучасні навички та вправно ними оперувати. Знання основ сторітелінгу допоможе виробити вміння фахово доносити інформацію, а також сприятиме пошуку ефективних механізмів при формуванні іміджу.

Завдання курсу:

методичні:

- формування ґрунтовних теоретичних знань з журналістського фаху;
- розкриття специфіки дисципліни в системі інших дисциплін ЗВО;
- аналіз закономірностей функціонування журналістики у міждисциплінарній площині;
- порівняння та уніфікація знань з журналістського фаху у площині співпраці з іншими ЗВО;
- прогнозування перспектив розвитку журналістської майстерності в Україні в контексті інтеграції у європейський медіа простір;
- вивчення, аналіз та узагальнення досвіду журналістської діяльності у редакціях періодичних видань, на телебаченні, у новітніх онлайн-проектах.

пізнавальні:

у результаті вивчення курсу студенти повинні знати:

- основні механізми сторітелінгу;
- основні критерії сторітелінгу та застосування його в роботі і творчості;
- основні форми та організації творчої діяльності;
- основні етапи творчого процесу під час роботи над журналістським матеріалом;
- основні вимоги до факту, аргументу та побудови історії;
- засади створення історії;
- структурно-композиційні особливості історій;
- основні принципи подачі інформації крізь призму історії;
- основні етапи творчого процесу під час написання історій;
- основні вимоги до аналізування ефективності застосування сторітелінгу;
- основні навички при використанні історій;

практичні:

- якісно будувати журналістський текст;
- використовувати сучасні засоби та інструменти сторітелінгу при формуванні іміджу лідера, структури, компанії, товару, послуг;
- якісно застосовувати сценарні механізми;
- вправно володіти знаннями про міфи та архетипи при використанні сторітелінгу;
- оволодіти прийомами ефективного сторітелінгу;
- оволодіти ефективними психологічними тактиками при використанні сторітелінгу;
- бути готовим завжди розвиватися та вдосконалювати набуті навички з опануванням новітніх теоретичних методик, практичних майстер-класів з журналістської майстерності, а також інноваційних медіа технологій.

3. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ЗА ДИСЦИПЛІНОЮ

У результаті вивчення курсу «Сторітелінг» студент знатиме :

- основні механізми журналістської творчості;
- основні критерії творчості;
- основні форми та організації творчої діяльності в рекламі та PR;
- основні етапи творчого процесу під час використання сторітелінгу;
- основні вимоги до компоновання текстів-історій;
- складові побудови тексту;
- структурно-композиційні особливості тексту-історії;
- основні принципи роботи з історіями.

Студент умітиме:

- якісно будувати журналістський текст;
- добирати якісний контент;
- якісно будувати та компоновати історію;
- володіти композиційними навичками;
- володіти прийомами ефективного розповідання історій;
- фахово орієнтуватися в теоретико-методологічних та практичних засадах сторітелінгу;
- професійно оперувати термінами, поняттями та ключовими категоріями з курсу;
- відшукувати цікаві факти, помічати події та явища, і на їхній основі створювати цікаві історії;
- створювати інформаційні продукти, використовуючи інструменти сторітелінгу;
- брати за основу історії в процесі надання інформації;
- розрізняти факти й оціночні судження при створенні історій;

- працювати в команді, швидко орієнтуватися в подіях;
- усвідомлювати професійні журналістські стандарти та керуватись ними в роботі;
- ефективно застосувати набуті навички в різних журналістських жанрах.

У результаті вивчення курсу студенти набувають такі компетенції: фахові:

- журналістські;

загальні:

- аналітичні;
- комунікативні;
- психологічні;
- самоосвітні.

Вивчення курсу формує у студентів такі компетентності: фахові (ФК-1 – Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності, ФК-2 – Здатність формувати інформаційний контент, ФК-3 – Здатність створювати медіа продукт, ФК-4 – Здатність організовувати і контролювати командну професійну діяльність, ФК-6 – Здатність до провадження безпечної медіа діяльності, ФК-7 – Здатність нести відповідальність за результати журналістської роботи (критична оцінка діяльності), ФК-8 – Здатність працювати в команді, редакційному колективі, володіти соціальними навичками; відповідально виконувати професійну функцію). ФК-9 – Здатність оперативно збирати інформацію, дотримуватися балансу думок; працювати з джерелами; взаємодіяти з аудиторією, ФК-11 – Здатність до виокремлення новини (факту); до застосування інструментарію фактчекінгу; здатність до вибору інформації на основі релевантності; інтерпретувати контент, ФК-12 – Здатність подавати інформацію у відповідній жанру текстово-візуальній формі з використанням сучасних інформаційних технологій, ФК-13 – Здатність до критичної оцінки журналістської діяльності, ФК-19 – Здатність розвивати та підтримувати на якісному рівні професійну діяльність: генерувати нові ідеї у професійній сфері; створювати контент з урахуванням розвитку інформаційних технологій та комунікаційних мереж.

Програмні результати навчання:

У результаті вивчення дисципліни студенти зможуть на практиці застосовувати набуті знання, якісно та професійно впроваджувати механізми сторітелінгу в медіа продукти, аналізувати та розвивати сторітелінгові інструменти.

4. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

	Назва заняття	Кількість годин
--	---------------	-----------------

№ заня ття		Ра зо м	Ау дит ор ні	Л е к ц ії	Пр акт ич ні	Се мі нар ські	С а м о с ті й р о б о т а	Під сум к. кон троль
Змістовий модуль 1. Засади сторітелінгу								
1	Базові принципи застосування та використання сторітелінгу	9		2		2	5	
2	Функції та роль сторітелінгу в процесі людської цивілізації	11		2		4	5	
3	Модульний контроль	2						
<i>Загальне за модуль</i>		22		4		6	10	
Змістовий модуль 2. Складові сторітелінгу								
4	Складові історії та формула історії	9		2		2	5	
5	Що робить сторітелінг важливою інформаційною технологією	2				2		
6	Засоби ефективного донесення інформації	7				2	5	
7	Модульний контрольний	2						
<i>Загальне за модуль</i>		20		2		6	10	
Змістовий модуль 3. Особливості роботи з історіями								
8	В чому секрет живучості історій	6		4		2		
9	Складові ефективності сторітелінгу	7				2	5	

10	Маркетинг та pull-тактики ефективного сторітелінгу	7				2	5	
11	Магнетизм історій в рекламних кампаніях	2				2		
12	Ефективність історій	7				2	5	
13	Модульний контроль	2						
Загальне за модуль		31		4		10	15	
Змістовий модуль 4. Композиція та елементи історій								
14	Основні цінності та сюжетні лінії історій	9		2		2	5	
15	Як створювати та просувати історії	2				2		
16	Сучасні тренди в світовій журналістиці. Журналістика майбутнього.	2				2		
17	Практичні навички написання історій.	9		2		2	5	
18	Що робить історії захопливими та віральними.	2				2		
19	Особливості використання історій у різній тематиці та жанрах на ринку ЗМІ.	9		2		2	5	
20	Особливості історій в PR та соціальних мережах.	2				2		
21	Що будує і що руйнує історію.	8				2	6	
22	Фактори усвідомленого і неусвідомленого в історіях.	2				2		
23	Модульний контроль	2						

	Загальне за модуль	47		6		18	21	
	ЗАГАЛЬНЕ:	120		16		40	56	

5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Змістовий модуль **1. Засади сторітелінгу**

Лекція **1. Базові принципи застосування та використання сторітелінгу.**

Сторітелінг – інструмент упорядкування реальності.

Що призвело до створення історій?

Що таке історія?

Чим історія відрізняється від наративу?

Історія як засіб передачі почуттів.

Як історії спонукають до споживацького вибору.

Рекомендована література: [1, 2, 3, 5,6, 7, 8, 9, 10, 14, 18]

Семінарське заняття **1. Базові принципи застосування та використання сторітелінгу**

Рекомендована література: [1, 2, 3, 5,6, 7, 8, 9, 10, 14, 18]

Лекція **2. Функції та роль сторітелінгу в процесі людської цивілізації**

Сторітелінг: від печери Ласко до «всесвітньої павутини».

Сторітелінг в казках, міфах, легендах та прислів'ях.

Історії видатних людей, знакових відкриттів та брендів крізь призму сторітелінгу.

Історія – найнадійніше джерело передачі інформації.

Рекомендована література: [1, 2, 3, 5,6, 7, 8, 9, 10, 11, 15, 18]

Семінарське заняття **2-3. Функції та роль сторітелінгу в процесі людської цивілізації**

Рекомендована література: [1, 2, 3, 5,6, 7, 8, 9, 10, 11, 15, 18]

Змістовий модуль **2. Складові сторітелінгу**

Лекція **3. Складові історії та формула історії.**

Три головні складові історії.

Які найважливіші елементи історії.

Базові емоції історії.
Роль конфлікту в історії.
Структура та мистецтво оповіді.
Ефективність сторіфікованої комунікації.

Рекомендована література: [4, 5, 3, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 14, 15]

Семінарське заняття **4**. Складові історії та формула історії

Рекомендована література: [4, 5, 3, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 14, 15]

Семінарське заняття **5**. Що робить сторітелінг важливою інформаційною технологією

Рекомендована література: [2,4, 5, 3, 7, 8, 9, 19, 20]

Семінарське заняття **6**. Засоби ефективного донесення інформації

Рекомендована література: [2,4, 5, 3, 7, 8, 9, 19, 20]

Змістовий модуль **3**. Особливості роботи з історіями

Лекція **4-5**. Живучість історій та ефективність сторітелінгу.

В чому близькість історій до кожного з нас?

Поєднання нового та знайомого.

Людський розум – машина для створення та збереження історій.

Що допомагає запам'ятати історію?

Досвіди, які формують історії.

Як створити ефективну історію?

Рекомендована література [1, 2, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 13, 14, 15, 17, 19, 20]

Семінарське заняття **7**. Живучість історій та ефективність сторітелінгу

Рекомендована література [1, 2, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 13, 14, 15, 17, 19, 20]

Семінарське заняття **8**. Складові ефективності сторітелінгу

Рекомендована література: [4, 5, 6, 8, 9, 10, 16, 19, 20]

Семінарське заняття **9**. Маркетинг та **pull**-тактики ефективного сторітелінгу

Рекомендована література: [4, 5, 6, 8, 9, 10, 16, 19, 20]

Семінарське заняття **10**. Магнетизм історій в рекламних кампаніях

Рекомендована література: [4, 5, 6, 8, 9, 10, 16, 19, 20]

Семінарське заняття **11**. Ефективність історій
Рекомендована література: [4, 5, 6, 8, 9, 10, 16, 19, 20]

Змістовий модуль **4**. Композиція та елементи історій

Лекція **6**. Як створювати та просувати історії.

Як створити напругу та драматургію в історії.

Як утримати увагу в історії.

7 шаблонів архетипів.

Як позбутися «словесного сміття».

Рекомендована література: [4, 5, 6, 8, 9, 10, 16, 19, 20]

Семінарське заняття **12**. Основні цінності та сюжетні лінії історій

Рекомендована література: [4, 5, 6, 8, 9, 10, 16, 19, 20]

Семінарське заняття **13**. Як створювати та просувати історії

Рекомендована література: [4, 5, 6, 8, 9, 10, 16, 19, 20]

Семінарське заняття **14**. Сучасні тренди в світовій журналістиці.
Журналістика майбутнього

Рекомендована література: [4, 5, 6, 8, 9, 10, 16, 19, 20]

Лекція **7**. Ефективність історій

Що робить історії важливою інформаційною складовою.

Сюжетність та композиційність історій. Як структура впливає на виклад матеріалу.

Чим простіше - тим краще? Які дієві алгоритми задіюються сторітелінгом.

Рекомендована література: [4, 5, 6, 8, 9, 10, 16, 20]

Семінарське заняття **15**. Практичні навички написання історій

Рекомендована література: [4, 5, 6, 8, 9, 10, 16, 20]

Семінарське заняття **16**. Що робить історії захопливими та віральними

Рекомендована література: [4, 5, 6, 8, 9, 10, 16, 20]

Лекція **8**. Як створювати та просувати історії.

Основні цінності та сюжетні лінії історій.
Як будувати історії, рекомендації.
Базові архетипи в історіях.
Використання художніх прийомів.
Пошуки авторського стилю та успішні приклади.

Рекомендована література: [3, 5, 7, 8, 9, 10, 11, 14, 17, 20]

Семінарське завдання **17**. Особливості використання історій у різній тематиці та жанрах на ринку ЗМІ

Рекомендована література: [3, 5, 7, 8, 9, 10, 11, 14, 17, 20]

Семінарське завдання **18**. Особливості історій в **PR** та соціальних мережах

Рекомендована література: [2, 3, 4, 8, 9, 10, 13, 14, 16, 17, 19, 20]

Семінарське завдання **19**. Що будує і що руйнує історію

Рекомендована література: [2, 3, 4, 8, 9, 10, 14, 16, 17, 19, 20]

Семінарське завдання **20**. Фактори усвідомленого і неусвідомленого в історіях

Рекомендована література: [4, 5, 3, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 14, 15]

КОНТРОЛЬ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студента

Вид діяльності студента	Максимальна кіл-ть балів за одиницю	М 1		М 2		М 3		М4	
		кількість одиниць	Максимальна кіл-ть Балів	Кількість одиниць	Максимальна кіл-ть балів	кількість одиниць	Максимальна кіл-ть балів	Кількість одиниць	Максимальна кіл-ть балів
Відвідування лекцій	1	2	2	1	1	2	2	3	3
Відвідування семінарських занять	10	3	30	3	30	5	50	9	90
Виконання завдань для самостійної роботи	5	2	10	2	10	3	15	4	20
Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25	1	25	1	25
Разом:			67		66		92		138
Максимальна кількість балів	363								
Розрахунок коефіцієнта	$100/363=0,28$								

6.2. Завдання для самостійної роботи

Змістовий модуль 1. Засади сторітелінгу

Тема 1. Базові принципи застосування та використання сторітелінгу – 5 б.

- i. Почитайте журналістські твори з використанням історій і визначте базові принципи його використання – 2 б.
- ii. Підберіть кілька брендів, у просуванні яких використовувались історії, та дайте аналіз цьому процесові – 2 б.
- iii. Знайдіть кілька відомих виступів та проаналізуйте їх на предмет використання історій – 1 б.
- iv. *Рекомендована література: [2, 3, 4, 8, 9, 10, 13, 14, 20]*

Тема 2. Функції та роль сторітелінгу в процесі людської цивілізації – 5 б.

- i. Знайдіть і проаналізуйте кілька відомих історій давньої історії – 2 б.
 - ii. Знайдіть кілька цікавих прикладів сторітелінгу в сучасній історії – 2 б.
 - iii. Проаналізуйте історії в світовій політиці на предмет архетипів – 1 б.
- Рекомендована література: [1, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 16, 17, 19, 20]*

Змістовий модуль 2. Складові сторітелінгу

Тема 3. Складові історії та формула історії – 5 б.

- i. Опишіть формулу історії та проаналізуйте журналістський репортаж, в якому присутня історія, на предмет наявності формули – 2,5 б.
 - ii. Проаналізуйте кілька відомих прикладів з ринку реклами на предмет того, які саме емоції вона викликає завдяки використанню сторітелінгу – 2,5 б.
- Рекомендована література: [1, 2, 3, 4, 8, 9, 10, 13, 14, 16, 17, 19, 20]*

Тема 4. Сторітелінг як важлива інформаційна технологія – 5 б.

- i. Проаналізуйте журналістський твір, в якому присутня історія, на предмет дохідливості донесення інформації. Опишіть маркери емпатії – 2,5 б.
 - ii. Напишіть історію, аби передати певну інформацію – 2,5 б.
- Рекомендована література: [1, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 13, 14, 15, 16, 17, 19, 20]*

Змістовий модуль 3. Особливості роботи з історіями

Тема 5. «Живучість історій» – 5 б.

- i. Проаналізуйте, які саме історії найшвидше приживаються – 2 б.
- ii. Назвіть рекламні історії, які вийшли за межі своєї цільової аудиторії та проаналізуйте, чому – 1 б.
- iii. Назвіть відомі в світі та Україні сайти, які спеціалізуються на сторітелінгу – 1 б.

iv. Назвіть відомі у світі книги, які описують сторітелінг – 1 б.

Рекомендована література: [1,2, 3, 5, 8, 9, 10, 13, 14, 16, 17, 18,19]

Тема 6. Маркетинг, реклама, **PR** крізь призму сторітелінгу – 5 б.

i. Підберіть кілька прикладів push-стратегій та pull-тактик та проаналізуйте їх.

Рекомендована література: [2, 3, 4, 8, 9, 10, 13, 14, 16, 17, 19, 20]

Тема 7. Ефективність історій – 5 б.

i. Проаналізуйте кілька цікавих історій на ринку ЗМІ та ринку реклами на предмет використання стилістичних та візуальних – 1

Рекомендована література: [2, 3, 4, 8, 9, 10, 13, 14, 16, 17, 19, 20]

Змістовий модуль 4. Композиція та елементи історій

Тема 8. Створення та просування історії.

ii. Опишіть створення та просування історії в соцмережах.

iii. Проаналізуйте роль сторіз в Інстаграмі та ФБ.

Рекомендована література: [1, 3, 4, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 16, 17]

Тема 9. Сучасні тренди в світовій журналістиці та рекламі – 5 б.

i. Назвіть професії на маркетинговому ринку та ринку ЗМІ, які вже пов'язані сьогодні зі сторітелінгом – 2,5 б.

ii. Відпрацюйте елементи сторітелінгу, які використовуються на інформаційному ринку – 2,5 б.

Тема 10. Особливості використання історій у різній тематиці та жанрах на ринку ЗМІ

i. Створіть цікаві історії, послугуючись елементами сторітелінгу.

Рекомендована література: [1, 4, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 16, 17]

Тема 11. Що будує і що руйнує історію

i. Створіть цікаві історії, послугуючись елементами сторітелінгу.

Рекомендована література: [1, 4, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 16, 17]

Оцінювання самостійної роботи здійснюється за такими критеріями:

- 1) розуміння, ступінь засвоєння теорії та методології проблем, що розглядаються;
- 2) ступінь засвоєння фактичного матеріалу, який вивчається;
- 3) ознайомлення з базовою та додатковою рекомендованою літературою;
- 4) уміння поєднати теорію з практикою при розгляді конкретних ситуацій, розв'язанні завдань, винесених для самостійного опрацювання, і завдань, винесених на розгляд в аудиторії;

5) логіка, структура, стиль викладу матеріалу в письмових роботах і під час виступів в аудиторії, уміння обґрунтовувати свою позицію, здійснювати узагальнення інформації та робити висновки.

5 балів – завдання для самостійної роботи виконані в повному обсязі, лаконічно, змістовно, обґрунтовано, із наведенням прикладів і застосуванням методу аналізу та творчого підходу. Студент самостійно працює з науковою літературою; оцінює факти, явища, події; робить висновки; вміє формулювати й обґрунтовувати власну позицію; має комунікативні вміння і навички; прагне до самовдосконалення і саморозвитку.

4 бали – завдання для самостійної роботи виконані в повному обсязі, лаконічно, змістовно, обґрунтовано, але з певними помилками щодо викладу матеріалу та без наведення прикладів до окремих фактів, явищ і подій. Студент працює із запропонованою науковою літературою; робить висновки. Однак у процесі відтворення самостійно дібраного матеріалу простежується брак власних суджень, прояву креативності й ініціативності.

3 бали – завдання для самостійної роботи виконані в повному обсязі, але з порушенням логіки й послідовності викладу матеріалу та без ілюстрування прикладами. У роботі допускаються стилістичні помилки, неточне вживання термінів, довільне витлумачення фактів. Студент працює із запропонованою науковою літературою, але аналізує її примітивно, без висвітлення власної позиції;

2 бали – завдання для самостійної роботи виконані не в повному обсязі, частково самостійно і за певним зразком. Студент володіє матеріалом на початковому рівні, викладає його хаотично й необґрунтовано, без дотримання мовних норм; має фрагментарні навички роботи з науковими джерелами і не вміє робити висновки; комунікативні вміння і навички мають низький рівень розвитку.

1 бал – більшу частину самостійного завдання не виконано. Студент лише частково володіє навчальним матеріалом, не вміє чітко, лаконічно й послідовно висвітлювати його; не працює з науковими й навчальними джерелами; майже відсутні творчі та комунікативні вміння і навички.

Форма проведення модульного контролю та критерії оцінювання.

Контрольна модульна робота проводиться у формі тестування на платформі електронного курсу.

Контрольні тести містять двадцять п'ять тестових завдань різних за формою і типом складності.

Критерії оцінювання модульної контрольної

При оцінюванні модульної контрольної роботи враховується обсяг і правильність виконаних завдань. Правильне виконання всіх завдань оцінюється максимально у 25 балів.

<i>Максимальна кількість балів - 25</i>	<i>Критерії оцінювання</i>
25 – 20	Завдання виконані якісно (90% - 100% виконання усіх розділів модульної (контрольної) роботи).
19 - 15	Завдання виконані якісно з достатньо високим рівнем правильних відповідей (89% - 75% виконання усіх розділів модульної (контрольної) роботи).
14 - 10	Завдання виконані якісно з середнім показником правильних відповідей (74% - 50% виконання всіх розділів модульної (контрольної) роботи).
0	Завдання не виконано (виконання 49% усіх розділів модульної (контрольної) роботи).

6.3. Шкала відповідності оцінок

Оцінка	Кількість балів
Відмінно	100-90
дуже добре	82-89
Добре	75-81
Задовільно	69-74
Достатньо	60-68
Незадовільно	0-59

7. Навчально-методична картка дисципліни

РАЗОМ: 120 год., із них 16 год. – лекції, 40 год. – семінарські заняття, 56 год. – самостійна робота, 8 год. – модульний контроль.

<i>Тиждень</i>	<i>I-II-III</i>				<i>IV-V-VI</i>			<i>VII-VIII</i>		
<i>Модулі</i>	<i>Змістовий модуль I</i>				<i>Змістовий модуль II</i>			<i>Змістовий модуль III</i>		
<i>Назва модуля</i>	<i>Засади сторітелінгу</i>				<i>Складові сторітелінгу</i>			<i>Особливості роботи з історіями</i>		
	67				66			92		
<i>Лекції</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	16
<i>Теми лекцій</i>	<i>Базові принципи застосування сторітелінгу</i>	<i>Функції та роль сторітелінгу</i>			<i>Складові та формула історії</i>			<i>Складові ефективності.</i>	<i>Маркетинг сторітелінгу</i>	

Теми семінарських занять	Принципи сторітелінгу - 1+10 б. Сторітелінг і людська	Формула історії – 1+10б.	Живучість історій - 1+10 б. Маркетинг, реклама, PR – 1+10 б. Як створити історію - 1+10 б. Майбутнє сторітелінгу - 1+10б. Особливості журналістського стилю 1+10 б. Сучасні тренди в журналістиці – 1+10б. Магнетизм історій в рекламних кампаніях – 10+1 б. Ефективність історій – 10+1 б.
Самостійна робота	10 балів		10 балів
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 1 (25 балів)	Модульна контрольна робота 2 (25 балів)	
	Модульна контрольна робота 1 (25 балів)		
	Змістовий модуль IV		
Кількість балів за модуль	138		
Теми лекцій	Основні цінності та сюжетні лінії історій 1 б.	Як створювати та просувати історії 1 б.	
Теми семінарських занять	Основні цінності та сюжетні лінії історій – 11 б. Як створювати та просувати історії – 11б. Сучасні тренди в світовій журналістиці. Журналістика майбутнього – 11 б.	Практичні навички написання історій – 11 б. Що робить історії захопливими та віральними – 11 б. Особливості використання історій у різній тематиці та жанрах на ринку ЗМІ – 11 б.	
Самостійна робота	Сучасні тренди в світовій журналістиці 1 б. Особливості історій в PR та соціальних мережах – 11 б. Що буде і що руйнує історію – 11 б. Фактори усвідомленого і неусвідомленого в історіях – 11б.		
Самостійна робота	20 б.		
МКР	25 б.		
Підсумковий контроль	Залік		

8. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна:

- 1.Здоровега В. Теорія і методика журналістської творчості / В. Здоровега. – Львів: ПАІС, 2008. – 268 с.
2. Голуб О. Медіакомпас: путівник професійного журналіста. Практичний посібник / Інститут масової інформації. – Київ: ТОВ “Софія-А”, 2016. – 184 с.
3. Марк Лівін. Сторітелінг для очей, вух і серця. – К.: Наш формат, 2020. – 184 с.
4. Пол Джонсон. Інтелектуали/пер. з англ. Л. Гребенюк. - Харків: Віват, 2022. – 560 с.
- 5.Вергелес Т. Моя грішна журналістика. – Львів.: Аверс, 2014. – 198 с.
6. Захарченко А. Інтернет-медіа: інтерактивний навчальний посібник для курсу «Підтримка сайту» для студентів відділення «Видавнича справа та редагування». - Тернопіль, «Крок». - 2014. - 198 с.
7. Кейт Ферраці. Ваш надійний тил. Як налагодити зв'язки, що приведуть до успіху/ Кейт Ферраці; пер.з англ. Д. Кушніра. – Харків: Книжковий Клуб «Клуб сімейного дозвілля», 2018. – 288 с.
8. Дерек Томпсон. Хітмейкери. Наука популярності та змагання за увагу/ Пер. з англ. Дмитра Антонюка, Наталії Палій. – Київ: Yakaboo Publishing, 2018/ - 432 с.
9. Ден Аріелі. Передбачувана ірраціональність/ Пер. з англ. Дзвінки Завалій. – Львів: Видавництво Старого Лева, 2018 – 296 ст.
- 10.Роберт Мак-Кі, Томас Джерас. Сторіноміка: маркетинг у пострекламну епоху/ Пер. з англ. Є.Голобородько. – Х.: Віват, 2019. – 240 с.
- 11.Недопитанський М. І., Карась М. А., Ільченко В. І. Уроки з журналістської практики. Практичний посібник. — К.: Україна молода, 2010. – 120 с.
12. Шнайдер В., Рауе П.-Й. Новий посібник з журналістики та онлайн-журналістики / Перекл. з нім. В. Климченко; за загал. ред. В. Іванова – К. : Центр Вільної Преси, Академія Української Преси, 2014. – 358 с.
- 13.Гаврилюк І. Сучасна українська колумністика : особливості розвитку / І. Гаврилюк. // Журналістика. – К., 2011. – Вип. 10 (35). – С. 117-121.
14. Гід журналіста : збірка навчальних матеріалів, складених за французькою методикою вдосконалення працівників ЗМІ / Адаптація та упорядкування – Алла Лазарева. – К., 1999. – 96 с.
15. Глушко О. Художня публіцистика : європейські традиції і сучасність : монографія / О. Глушко. – К. : Арістей, 2010. – 192 с.
16. Голік О. Жанрові інновації в аналітичній групі друкованих ЗМІ / О. Голік. // Українська журналістика в контексті світової : збірник наукових праць. – К. : ПВП «Задруга», 2008. – Вип. 3 (8). – С. 76-88.

17. Назаренко Г. Інформаційні жанри журналістики : навчальний посібник. Частина 2. – К. : НАУ. – 2010. – 64 с.
18. Рорі Сазерленд. Алхімія. Як народжуються шалені ідеї /пер. з англ. Антоніни Ящук. – К.: Наш Формат, 2019. – 368 с.
19. Річ Лі. Міфи про PR/пер. з англ. І. Семенюк. – Х.: «Ранок»: Фабула, 2020. – 272 с.
20. Саймон Бейлі, Енді Мілліган. Міфи про брендинг/пер. з англ. Я.Машико. – Х.: «Ранок»: Фабула, 2020. – 256 с.
21. Рід Гастінгс, Ерін Маєр. Netflix і культура інновацій/пер. з англ. В.Галичиної. – Х.: Віват, 2021. – 352 с.
22. Еймі Сонг. Знайди свій стиль. Як створити персональний бренд в Instagram/пер. з англ. Н. Савчук. – Х.: Віват, 2021. – 208 с.
23. Вілл Сміт, Марк Менсон. Will.Вілл/пер. з англ. І. Павленко. – Київ: Видавництво Букшеф, 2022. – 400с.
24. Юрген Апелло. Стартап. Скейлап. Скрюап. інструменти для прискорення Lean- та Agile-розвитку бізнесу/пер. з англ. М. Хандога. – Харків: Вид-во «Ранок»: Фабула, 2021. – 240 с.