

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Волинський національний університет імені Лесі Українки
Факультет економіки та управління
Кафедра маркетингу

вибіркового освітнього компонента

СТОПІТЕЛІНГ

підготовки бакалавра

галузі знань 07 Управління та адміністрування

спеціальності 075 Маркетинг

освітньо-професійної програми *Маркетинг*

Луцьк – 2024

Силабус освітнього компонента СТОРІТЕЛІНГ підготовки бакалавра, галузі знань 07 Управління та адміністрування, спеціальності 075 Маркетинг за освітньо-професійною програмою Маркетинг

Розробник: Савчук Я.О., старший викладач кафедри маркетингу, к. е. н.

Гарант ОПП Маркетинг



Алла ЛЯЛЮК

Силабус освітнього компонента затверджено на засіданні кафедри маркетингу
протокол № 1 від 11.09.2024 р.

Завідувач кафедри



Тетяна САК

© Савчук Я.О., 2024 р.

I. Опис освітнього компонента

Таблиця 1

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітньо-професійна програма, освітній ступінь	Характеристика навчальної дисципліни
Денна форма навчання	07 Управління і адміністрування 075 Маркетинг Маркетинг Перший (бакалаврський)	Вибіркова
Кількість годин/кредитів 150/5		Рік навчання 2024 / 2025
		Семестр 6
		Лекції 10 год.
		Практичні 20 год.
		Самостійна робота 110 год.
		Консультації 10 год.
		Форма контролю: залік

II. Інформація про викладача

Савчук Ярослава – к.е.н., старший викладач кафедри маркетингу.

Контактна інформація – 0992608759, Savchuk.Yaroslava@vnu.edu.ua

Дні занять розміщено на: <http://94.130.69.82/cgi-bin/timetable.cgi>

Адреса викладання курсу: вул. Винниченка, 28, корпус G ВНУ імені Лесі Українки

III. Опис освітнього компонента

1.Анотація освітнього компонента. Сторітелінг як інструмент маркетингу використовувався давно, але активне поширення набув у останні кілька років. Цей прийом гармонійно вписався у сучасні тенденції бізнесу: щирість, емпатія, спілкування. Компанії використовують його з кількома цілями: розповісти про свої цінності, продати товар чи послугу, продемонструвати вирішення проблеми, підвищити лояльність бренду.

2. Пререквізити. Передумови для вивчення – освітні компоненти «Маркетинг», «Поведінка споживача», «Маркетингова політика комунікацій», «Цифровий маркетинг».

Постреквізити. З урахуванням матеріалу освітнього компонента «Сторітелінг» вивчаються освітні компоненти: «Брендинг», «Маркетинг інновацій», «Маркетингове планування».

3.Мета і завдання освітнього компонента Освітній компонент має на меті вивчення засобів та прийомів сучасного сторітелінгу, досвіду його застосування в комунікаційній політиці підприємств, дослідження основних технологій цифрового сторітелінгу, засобів привернення уваги до товару, послуги чи бренду.

4.Результати навчання (Компетентності)

Загальні компетентності

ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях

ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті.

Фахові компетентності

ФК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.

Всього годин / Балів	150	10	20	110	10	max 100 балів
-----------------------------	------------	-----------	-----------	------------	-----------	----------------------

Форма контролю: ДС – дискусія, Т – тести, РЗ- розв’язування практичних завдань, РК – розв’язування кейсів, ІРС-індивідуальна робота студента, РМГ – робота в малих групах, КР – контрольна робота, П – презентація роботи.*

6.Завдання для самостійного опрацювання

Самостійна робота з освітнього компонента «Сторітелінг» передбачає: підготовку до аудиторних (практичних) занять, опрацювання лекційного матеріалу та самостійне опрацювання окремих тем (питань) освітнього компонента; розв’язання практичних завдань, підготовку до усіх видів контролю. Питання та завдання для самостійної роботи визначені відповідними темами освітнього компонента.

Індивідуальне науково-дослідне завдання – це вид науково-дослідної роботи здобувача освіти, яка містить результати дослідницького пошуку, відображає певний рівень його навчальної компетентності.

IV. Політика оцінювання

Політика щодо відвідувань занять: відвідування занять є обов’язковим. Здобувачі освіти зобов’язані дотримуватися термінів, визначених для виконання усіх видів робіт, передбачених силабусом. Пропущені заняття відпрацьовувати у визначений час згідно затвердженого графіка.

За об’єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування, участь в наукових заходах тощо) навчання може відбуватись в цей період в онлайн формі або за індивідуальним планом за погодженням із викладачем.

Здобувач освіти повинен старанно виконувати завдання, брати активну участь в освітньому процесі.

Політика щодо зарахування результатів формальної, неформальної та інформальної освіти визначається Положенням про визнання результатів, отриманих у формальній, неформальній та/або інформальній освіті у Волинському національному університеті імені Лесі Українки (<http://surl.li/qbxvmw>).

Політика щодо академічної доброчесності окреслюється Положенням про систему запобігання та виявлення академічного плагіату в науковій та навчальній діяльності здобувачів вищої освіти, докторантів, науково-педагогічних і наукових працівників Волинського національного університету імені Лесі Українки (<http://surl.li/jntduw>) та Кодексом академічної доброчесності Волинського національного університету імені Лесі Українки (<http://surl.li/aagxg>).

Політика щодо дедлайнів та перескладання: у випадку, якщо здобувач освіти не відвідував окремі аудиторні заняття (з поважних причин), на консультаціях він має право відпрацювати пропущені заняття та добрати ту кількість балів, яку було визначено на пропущені теми.

Політика щодо додаткових (бонусних) балів: здобувачам освіти можуть бути присуджено додаткові (бонусні) бали, які зараховуються як результати поточного контролю максимум 15 балів за такі види робіт: опубліковану наукову статтю у фахових виданнях України чи рецензованих закордонних журналах – 10 балів; публікацію тез – з виступом на конференції 5 балів, без виступу – 3 бали; підготовку та участь у всеукраїнському етапі предметних олімпіад, всеукраїнському та міжнародних конкурсах студентських наукових робіт – 7 балів; перемогу у всеукраїнському етапі предметних олімпіад, всеукраїнському та міжнародних конкурсах студентських наукових робіт – 15 балів; подачу проектних заявок на участь в студентських програмах обміну, стипендійних програмах, літніх та зимових школах

тощо – 7 балів.

V. Підсумковий контроль

Порядок організації поточного та підсумкового контролю знань здобувачів освіти регламентується Положенням про поточне та підсумкове оцінювання знань здобувачів освіти Волинського національного університету імені Лесі Українки (<http://surl.li/ukitbu>).

Семестровий залік виставляється здобувачам освіти на підставі результатів виконання усіх видів запланованої навчальної роботи протягом семестру за 100-бальною шкалою. У дату складання заліку викладач записує у відомість суму поточних балів, які здобувач освіти набрав під час поточної роботи (шкала від 0 до 100 балів).

У випадку, якщо здобувач освіти протягом поточної роботи набрав менше як 60 балів, він складає залік під час ліквідації академічної заборгованості. У цьому випадку бали, набрані під час поточного оцінювання, анулюються.

Перездача підсумкового контролю освітнього компонента проводиться у вигляді письмової відповіді на одне теоретичне питання теоретичне питання (30 балів) та розв'язку двох ситуаційних вправ – по 35 балів кожне). Максимальна оцінка за залік 100 балів.

Терміни проведення підсумкового семестрового контролю встановлюються графіком освітнього процесу.

VI. Шкала оцінювання

Таблиця 3

Оцінка в балах за всі види навчальної діяльності	Оцінка
90 – 100	Зараховано
82 – 89	
75 - 81	
67 -74	
60 - 66	
1 – 59	Незараховано (необхідне перескладання)

VII. Рекомендована література та інтернет-ресурси

Основна

1. Білз Ф. Сторітелінг у фотографії. Воркшоп: п'ять кроків до створення незабутніх світлин / пер. з англ.. Я. Босак. Київ : ArtHuss, 2021. 176 с.
2. Каплунов Д. Нейрокопірайтинг 2.0. Харків : ВД «Фабула», 2023. 400 с.
3. Лівін М. Сторітелінг для очей, вух і серця. Київ : Наш формат, 2020. 184 с.
4. Обиденна М. Жанр есе. Як писати есе на різні теми : Основи письменницької майстерності. Київ: Український письменник, 2020. 132 с.
5. Подоляк О. Сторітелінг в освіті. Київ : «Видавничий дім «Перше вересня»», 2020. 152 с.
6. Сторр У. Наука сторітелінгу. Наш формат, 2021.

Додаткова

1. Блейк Снайдер. Як блискавично писати живучі тексти. Врятуйте кицьку! / пер. Наталії Климчук. Видавництво «Vivat», 2021, 240 с.
2. Гаврилов С. Всі крапки над «і»сторією. Сторітелінг для сценаристів, письменників та блогерів. Rabulum, 2019. 296 с.
3. Гое Ф. Як працює класичне оповідання. / пер. Остапа Українця. Вид-во: Твоя підпільна гуманітарка, 2021. 304 с.
4. Зарембо К. писати аналітику може кожен. Мистецтво переконливого тексту. Київ : Віхола, 2021. 224 с.

5. Ньюзум Е. Гучніше! Як створювати круті подкасти / пер. з англ.. Г. Пшеничної. Харків: Віват, 2022. 336 с.
6. Холл К. Сторітелінг. Який не залишає байдужим. Пер. Оксана Олійник. Yakaboo Publishing, 2020. 240 с.
7. Storynomics: Story-Driven Marketing in the Post-Advertising World / Robert Mckee, Tomas Gerace. Published March 2018 by Twelve. 272 p.