

**ЗАКЛАД ВИЩОЇ ОСВІТИ
«УНІВЕРСИТЕТ КОРОЛЯ ДАНИЛА»**

Факультет суспільних і прикладних наук

Кафедра журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю

ЗАТВЕРДЖУЮ

**Проректор з навчально-методичної
роботи**

 **Ярослав ШТАНЬКО**
“_19_” грудня 2025 р.

Стратегічний сторителінг

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Галузь знань:	06 Журналістика
Спеціальність:	усі спеціальності
Освітньо-професійна програма: (освітньо-наукова)	усі ОП
Освітній рівень:	перший (бакалаврський)
Статус дисципліни:	вибіркова
Мова викладання, навчання та оцінювання:	українська

**Івано-Франківськ
2025**

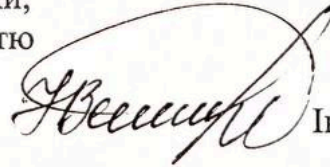
РОЗРОБНИК:

доцент

Вікторія БАБЕНКО

ЗАТВЕРДЖЕНО:

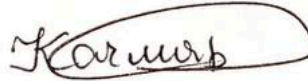
на засіданні кафедри журналістики,
реклами та зв'язків з громадськістю
протокол №5 від 08.12.2025 р.
т. в. о. завідувача кафедри



Інна ВАРВАРУК

УЗГОДЖЕНО:

Гарант ОПП



Віра КАЧМАР

СХВАЛЕНО:

на засіданні Науково-методичної ради, протокол № 5 від 19.12. 2025 р.

e-mail	viktoriiia.v.babenko@ukd.edu.ua
Номер аудиторії чи кафедри	кафедра журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю
Посилання на сайт	Вікторія Бабенко
Сторінка курсу в СДО	Стратегічний сторителінг

ВСТУП

Анотація навчальної дисципліни «Стратегічний сторителінг»

Мета: ознайомитись з механізми, завдяки яким бренди здобувають любов мільйонів у змаганні за людську увагу. Креативні техніки сприяють популяризації продукту, надихаючи на власні креативні рішення у форматі візуальної історії (відео, або постери на вибір креативної команди). Практичний досвід роботи в межах курсу зосереджений на продукуванні командного контенту, що передбачає постійний обмін своїми знахідками й напрацюваннями з усіма членами команди. Саме ефективна комунікація в команді забезпечить порозуміння та усвідомлення спільної ідеї.

Завдання: популяризувати продукт для того, щоб залучити зацікавлених, прихильних, фанатичних користувачів. Практичний досвід роботи в межах курсу зосереджений на продукуванні цифрового контенту з емоційним рішенням.

Предмет: креативні практики, цифровий контент, засоби втілення ідеї, структура.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен **знати:**

- принципи створення цифрового контенту;
- систему форматних вимог до контенту;
- основи презентації історії;
- рівні цільової цінності.

вміти:

- визначати «капітал» контенту;
- розділяти завдання між учасниками творчо-виробничої групи;
- розкрити емоційний потенціал повідомлення;
- застосовувати на практиці креативні техніки.

Компетентності та результати навчання, яких набувають здобувачі освіти внаслідок вивчення навчальної дисципліни (шифри та зміст компетентностей та програмних результатів навчання вказано відповідно до ОПП “Реклама та зв’язки з громадськістю” (2024/2025)).

Шифр та назва компетентності	Шифр та назва програмних результатів навчання
ЗК4. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.	ПРН4. Виконувати пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел.
ЗК5. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.	ПРН11. Вільно спілкуватися з професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію, українською мовою.
ЗК06. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації	ПРН14. Генерувати інформаційний контент за заданою темою з використанням доступних, а також обов’язкових джерел інформації.
СК01. Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності	ПРН15. Створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення.

ЗК11. Здатність спілкуватися державною мовою.	
ФК1. Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності.	

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Курс	1	
Семестр	1	
Кількість кредитів ECTS	3	90 год
Аудиторні навчальні заняття	лекції	14 год.
	практичні	16 год.
Самостійна робота		30 год.
Форма підсумкового контролю	іспит	30 год.

Структурно-логічна схема вивчення навчальної дисципліни:

Пререквізити	Постреквізити
Журналістська майстерність	Виробництво аудіо-, відеоконтенту
Сторителінг	Брендинг
Креативне письмо	

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ПЕРЕЛІК ТЕМ ЛЕКЦІЙНОГО МАТЕРІАЛУ

Модуль І. Цінності і орієнтири бренду

Тема 1: Про що говорять бренди

- візуальна мова брендів
- головне в позиціонуванні
- споживчі враження

Самостійне вивчення: перегляд презентації та робота з джерелами

Тема 2: Бренд – це комунікація

- іміджева комунікація
- функціональна комунікація

Самостійне вивчення: перегляд презентації та робота з джерелами

Модуль ІІ. Креатив: техніки та практики

Тема 3: З чого починається креатив

- голос бренду (Tone of Voice): місія і цінності
- велика ідея (надмета)
- ЦА (цільова аудиторія)
- методика «ОУА»
- ефективні маркетингові стратегії

Самостійне вивчення: перегляд презентації та робота з джерелами

Тема 3: Креатив: практикум

- напрацювання концепції в командах

Самостійне вивчення: моніторинг соціальних мереж

Тема 4-5: Креативні рішення

- візуальні техніки в нерухомому та рухомому зображенні

Самостійне вивчення: моніторинг соціальних мереж

Тема 6: Структура розповіді

- структура PIXAR
- конфлікт в сторителінгу
- цілі сторителінгу

Самостійне вивчення: моніторинг соціальних мереж, робота з джерелами

Тема 4-5-6: Презентації креативних проєктів

- бренд-історії

Зміст практичних занять

Про що говорять бренди?

- Передивитись презентацію, фільм «Ford проти Ferrari»

Самостійне вивчення: передивитись презентацію, фільм

Бренд – це комунікація

- Іміджева та персональна комунікація

Самостійне вивчення: пошукова робота в командах

Креативні рішення

- З чого починається креатив

Самостійне вивчення: пошукова робота в командах

Структура розповіді

- Ключові підходи
Самостійне вивчення: напрацювання обраної структури

Зміст самостійної роботи здобувачів

Розподіл годин, виділених на вивчення дисципліни:

Найменування видів робіт	Розподіл годин за формами навчання	
	денна	заочна
Самостійна робота, год, у т.ч.:	60	132
Опрацювання матеріалу, викладеного на лекціях	20	12
Підготовка до практичних занять та контрольних заходів	20	20
Підготовка до поточного контролю	10	30
Опрацювання матеріалу, винесеного на самостійне вивчення	20	50

ПОЛІТИКА КУРСУ

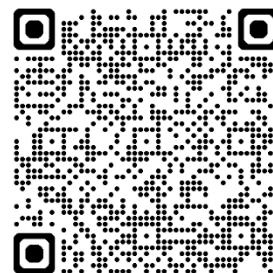
Коротко, з покликанням на відповідну нормативну базу УКД, висвітлити питання:

1) щодо системи поточного і підсумкового контролю

Організація поточного та підсумкового семестрового контролю знань студентів, проведення практик та атестації, переведення показників академічної успішності за 100-бальною шкалою в систему оцінок за національною шкалою здійснюється згідно з “Положенням про систему поточного і підсумкового контролю, оцінювання знань та визначення рейтингу здобувачів освіти”. Ознайомитись з документом можна за [покликанням](#).

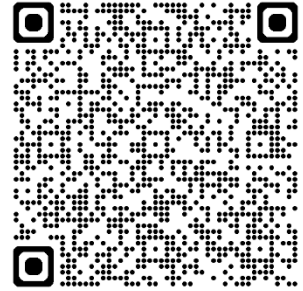
2) щодо оскарження результатів контрольних заходів

Здобувачі вищої освіти мають право на оскарження оцінки з дисципліни отриманої під час контрольних заходів. Апеляція здійснюється відповідно до «Положення про політику та врегулювання конфліктних ситуацій». Ознайомитись з документом можна за [покликанням](#).



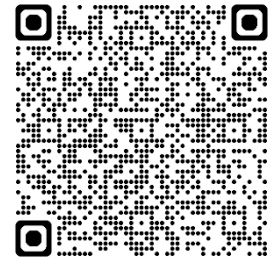
3) щодо відпрацювання пропущених занять

Згідно “Положення про організацію освітнього процесу” здобувач допускається до семестрового контролю з конкретної навчальної дисципліни (семестрового екзамену, диференційованого заліку), якщо він виконав усі види робіт, передбачені на семестр навчальним планом та силабусом/робочою програмою навчальної дисципліни, підтвердив опанування на мінімальному рівні результатів навчання (отримав ≥ 35 бали), відпрацював визначені індивідуальним навчальним планом всі лекційні, практичні, семінарські та лабораторні заняття, на яких він був відсутній. Ознайомитись з документом можна за [покликанням](#).



4) щодо дотримання академічної доброчесності

“Положення про академічну доброчесність” закріплює моральні принципи, норми та правила етичної поведінки, позитивного, сприятливого, доброчесного освітнього і наукового середовища, професійної діяльності та професійного спілкування спільноти Університету, викладання та провадження наукової (творчої) діяльності з метою забезпечення довіри до результатів навчання. Ознайомитись з документом можна за [покликанням](#).



5) щодо використання штучного інтелекту

“Положення про академічну доброчесність” визначає політику щодо використання технічних засобів на основі штучного інтелекту в освітньому процесі. Ознайомитись з документом можна за [покликанням](#). “Положення про систему запобігання та виявлення академічного плагіату, самоплагіату, фабрикації та фальсифікації академічних творів” містить рекомендації щодо використання в академічних текстах генераторів на основі штучного інтелекту. Ознайомитись з документом можна за [покликанням](#).



6) щодо використання технічних засобів в аудиторії та правила комунікації

Використання мобільних телефонів, планшетів та інших гаджетів під час лекційних та практичних занять дозволяється виключно у навчальних цілях (для уточнення певних даних, перевірки правопису, отримання довідкової інформації тощо). На гаджетах повинен бути активований режим «без звуку» до початку заняття. Під час занять заборонено надсилання текстових повідомлень, прослуховування музики, перевірка електронної пошти, соціальних мереж тощо, окрім виробничої необхідності. Під час виконання заходів контролю використання гаджетів заборонено (за винятком, коли це передбачено умовами його проведення). У разі порушення цієї заборони результат анулюється без права перескладання.

Комунікація відбувається через електронну пошту і сторінку дисципліни в Moodle.

7) щодо зарахування результатів навчання, здобутих шляхом формальної/інформальної освіти

Процедури визнання результатів навчання, здобутих шляхом формальної/інформальної освіти визначаються «Положенням про порядок визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної та / або



інформальної освіти». Ознайомитись з документом можна за [покликанням](#).

Під час вивчення навчальної дисципліни “Радіовиробництво і подкасти” студентам надається можливість перерахування неформальної освіти. До прикладу, із запропонованого переліку можна пройти сертифіковані (безкоштовні) курси на освітніх платформах, відтак сертифікат, який отримали під час навчання, – є підтвердженням засвоєння студентом окремих тем, що включені у зміст дисципліни.

№ п/п	Перелік сертифікованих (безкоштовних) онлайн-курсів	Перелік тем, які можуть бути перераховані (за умови наявності сертифіката на ім'я та прізвище студента/студентки)
1.	<u>Інформаційна безпека</u> https://prometheus.org.ua/course/course-v1:Internews+INFOS101+UA_2021_T3	• Модуль 2. Твої обереги: 7 правил, як захиститися від інформаційних вірусів, маніпуляцій та дезінформації • Модуль 3. Не будь овочем. Як уникнути маніпуляцій Google, YouTube, Telegram і Viber • Модуль 4. Друзі чи вороги: дезінформація в соціальних мережах Facebook і Twitter • Модуль 5. Сумнівні джерела. Як перевіряти достовірність інформації, зокрема фото та відеоматеріали • Модуль 6. Обманули з цифрами: 7 правил, як перевіряти статистичну інформацію • Модуль 7. Дезінформаційний вірус та інформаційні щеплення. Як маніпулюють темою здоров'я, ліків та вакцин • Модуль 8. Захисти себе і своїх. Як забезпечити себе й організацію, в якій працюєш • Модуль 9. Захисти свій пристрій: правила, як забезпечити від проникнення свій гаджет
2.	<u>Доступ до публічної інформації: від А до Я</u> https://prometheus.org.ua/course/course-v1:COE+PII01+2017_T1	• Історія становлення інституту доступу до інформації у світі та міжнародні стандарти. • Режими доступу до публічної інформації: відкрита інформація. • Застосування «трискладового тесту». Баланс права на інформацію та права на приватність.

При вивченні дисципліни застосовується комплекс методів для організації навчання студентів з метою розвитку їх логічного та абстрактного мислення, творчих здібностей, підвищення мотивації до навчання та формування особистості майбутнього фахівця.

Програмний результат навчання	<u>Метод навчання</u>	<u>Метод оцінювання</u>
ПРН4. Виконувати пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел.	комп'ютерні і мультимедійні методи індуктивний	програмований контроль поточний контроль
ПРН11. Вільно спілкуватися з професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію, українською мовою.	бесіда-діалог	усний контроль
ПРН14. Генерувати інформаційний контент за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації.	комп'ютерні і мультимедійні методи творчий	самооцінювання
ПРН15. Створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення.	творчий проблемно-пошуковий мозковий штурм рольові і ділові ігри	портфоліо програмований контроль

ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Вид	Зміст	% від загальної оцінки	Бал	
			min	max
Поточні контрольні заходи	всього	60	35	60
Підсумкові контрольні заходи	екзамен	40	24	40
Всього:	-	100	60	100

Процедура проведення контрольних заходів, а саме поточного контролю знань протягом семестру та підсумкового семестрового контролю, регулюється «Положенням про систему поточного та підсумкового контролю оцінювання знань та визначення рейтингу студентів».

Фіксація **поточного** контролю здійснюється в “Електронному журналі обліку успішності академічної групи” на підставі чотирибальної шкали – “2”; “3”; “4”; “5”. У разі відсутності студента на занятті виставляється “н”. За результатами поточного контролю у Журналі, автоматично визначається підсумкова оцінка, здійснюється підрахунок пропущених занять.

Критерії оцінювання:

«незадовільно»	володіє навчальним матеріалом на рівні елементарного розпізнавання і відтворення окремих фактів, елементів, об'єктів, що позначаються окремими словами чи реченнями; володіє матеріалом на елементарному рівні засвоєння, викладає його уривчастими реченнями, виявляє здатність висловити думку на елементарному рівні; володіє матеріалом на рівні окремих фрагментів, що становлять незначну частину навчального матеріалу;
«задовільно»	володіє матеріалом на початковому рівні, значну частину матеріалу відтворює на репродуктивному рівні; володіє матеріалом на рівні, вищому за початковий, здатний за допомогою викладача логічно відтворити значну його частину; може відтворити значну частину теоретичного матеріалу, виявляє знання і розуміння основних положень, за допомогою викладача може аналізувати навчальний матеріал, порівнювати та робити висновки, виправляти допущені помилки;
«добре»	здатний застосовувати вивчений матеріал на рівні стандартних ситуацій, частково контролювати власні навчальні дії, наводити окремі власні приклади на підтвердження певних тверджень: вміє порівнювати, узагальнювати, систематизувати інформацію під керівництвом викладача, в цілому самостійно застосовувати її на практиці, контролювати власну діяльність, виправляти помилки і добирати аргументи на підтвердження певних думок під керівництвом викладача; вільно володіє вивченим обсягом матеріалу, та вміє застосовувати його на практиці; вільно розв'язує задачі в стандартних ситуаціях, самостійно виправляє допущені помилки, добирає переконливі аргументи на підтвердження вивченого матеріалу;
«відмінно»	виявляє початкові творчі здібності, самостійно визначає окремі цілі власної навчальної діяльності, оцінює окремі нові факти, явища, ідеї; знаходить джерела інформації та самостійно використовує їх відповідно до цілей, поставлених викладачем; вільно висловлює власні думки і відчуття, визначає програму особистої пізнавальної діяльності, самостійно оцінює різноманітні життєві явища і факти, виявляючи особисту позицію щодо них; без допомоги викладача знаходить джерела інформації і використовує одержані відомості відповідно до мети та завдань власної пізнавальної діяльності; використовує набуті знання і вміння в нестандартних ситуаціях; виявляє особливі творчі здібності, самостійно розвиває власні обдарування і нахили, вміє самостійно здобувати знання.

Розподіл балів, що присвоюються студентам з навчальної дисципліни **«Стратегічний сторителінг»**, є сумою балів за виконання практичних завдань та самостійну роботу. Впродовж семестру студент отримує – 100 балів під час складання II модулів.

Студент повинен підготувати під час практичних занять низку матеріалів.

Змістовий модуль I. **Цінності і орієнтири бренду** передбачає аналіз за інструментами брендингу.

Змістовий модуль II. **Модуль II. Креатив: техніки та практики** завершується комунікативним аналізом гармонійного та маніпулятивного повідомлення.

Модуль I. Цінності і орієнтири бренду (50 балів)

АУДИТОРНА РОБОТА

Аудиторна робота – це активна участь під час практичних заняттях з поточної теми навчальної дисципліни.

Критерії оцінювання (5 балів)

- Використання наукового апарату – 2
- Чітка аргументація – 2
- Висловлення власної позиції до теми – 1

САМОСТІЙНА РОБОТА

Навчальний курс «Стратегічний сторителінг» передбачає два види самостійної роботи: презентація за інструментами брендингу та написання історії за структурою.

Критерії оцінювання «ДНК бренду»: презентація (30 балів)

- *Вдало застосовані категорії – 3*
- *Вміле використання категоріального апарату – 5*
- *Інтерпретація інформації – 2*
- *Альтернативний погляд – 5*
- *Креативний підхід – 7*
- *Вчасність виконання – 3*

Модуль II. Креатив: техніки та практики

Критерії оцінювання «Бренд-історії»: контент (50 балів)

- *Лаконічна композиція – 5*
- *Образне втілення ідеї – 10*
- *Естетика висловлювання – 10*
- *Емоційний відгук – 10*
- *Креативний підхід – 10*
- *Вчасність виконання – 5*

Усі пропущені заняття, а також негативні оцінки студенти зобов'язані відпрацювати впродовж трьох наступних тижнів. У випадку недотримання цієї норми, замість “н” в журналі буде виставлено “0” (нуль балів), без права перездачі. Відпрацьоване лекційне заняття в електронному журналі позначається літерою «в».

До підсумкового контролю допускаються студенти які за результатами поточного контролю отримали не менше 35 балів. Усі студенти, що отримали 34 балів і менше, не допускаються до складання підсумкового контролю і на підставі укладання додаткового договору, здійснюють повторне вивчення дисципліни впродовж наступного навчального семестру. За результатами підсумкового контролю (диференційований залік/екзамен) студент може отримати 40 балів. Студенти, які під час підсумкового контролю отримали 24 бали і менше, вважаються такими, що не здали екзамен/диференційований залік і повинні йти на перездачу.

Загальна семестрова оцінка з дисципліни, яка виставляється в екзаменаційних відомостях оцінюється в балах (згідно з **Шкалою оцінювання знань за ЄКТС**) і є сумою балів отриманих під час поточного та підсумкового контролю.

Шкала оцінювання знань за ЄКТС:

Оцінка за національною шкалою	Рівень досягнень, %	Шкала ECTS
Національна диференційована шкала		
Відмінно	90 – 100	A
Добре	83 – 89	B
	75 – 82	C
Задовільно	67 – 74	D
	60 – 66	E
Незадовільно	35 – 59	FX
	0 – 34	F
Національна недиференційована шкала		
Зараховано	60 – 100	-
Не зараховано	0 – 59	-

Студенти, які не з'явилися на екзамені без поважних причин, вважаються такими, що одержали незадовільну оцінку.

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА

Маркетинг/Нейромаркетинг/Історії успіху

1. Барден Ф. Код зламано, або Наука про те, що змушує купувати. – Київ: Клуб Сімейного Дозвілля, 2017. – 303с.
2. Бергер Й. Заразливий. – Київ: Наш формат, 2015. – 232с.
3. Вайнерчук Г. Вони всіх зробили! Як великі підприємці побудували свої імперії і як повторити їхній успіх. – Київ: Vivat, 2019. – 288с.
4. Гастінгс Р., Маср Е. Netflix і культура інновацій. – К.: Vivat, 2021. – 352с.
5. Гел Ван Єрун. Вірусні ідеї. Як захопити людей своїм проектом. – Харків: КСД, 2020. – 158с.
6. Келли К. Невідворотне. 12 технологій, що формують наше майбутнє. – Київ: Наш формат, 2018. – 364с.
7. Коллінз Д. Величні за власним вибором. – Київ: Наш формат, 2014. – 384с.
8. Котлер Ф., Катарджая Г., Сетьяван І. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. – Київ: КМ-БУКС., 2019. – 224с.
9. Лоуренс Л. Планета Ріхар. Моя неймовірна подорож зі Стівом Джобсом у створення історії розваг. – Київ: Наш формат, 2017. – 400с.
10. Норман Д. Емоційний дизайн. Чому ми любимо (або ненавидимо) речі довкола нас. – Київ: ArtHuss, 2019. – 240с.
11. Рендольф М. NETFLIX. Ця ідея ніколи не спрацює. – Київ: BookChef, 2020. – 240с.
12. Томпсон Д. Хітмейкери. Наука популярності та змагання за увагу. – Київ: Yakaboo Publishing, 2018. – 432с.
13. Холідей Р. Маркетинг майбутнього. Як гроуз-хакери змінюють правила гри. – Київ: Наш Формат, 2018. – 104с.
14. Шарп Б. Як зростають бренди. Чого не знають маркетологи. – Київ: Наш Формат, 2019. – 240с.

Сторителінг

1. Білз Ф. Сторітелінг у фотографії/ Переклад Я.Босак. – К.: ArtHuss, 2021. – 176с.
2. Зінсер У. Текст-пекс-шмекс. Магія переконливих текстів. – Київ: Наш Формат, 2018. – 285с.
3. Лівін М. Сторітелінг для очей, вух і серця. – Київ: Наш Формат, 2020. - 184.
4. Пиши сильно: практичні вправи, поради, теорія/ упоряд. Litosvita. – 4-те вид. – Київ : Пабулум, 2020 – 240с.
5. Холл К. Сторітелінг, який не залишає байдужим.– Київ: Yakaboo, 2020/ Переклад Оксана Олійник. – 240с.