

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ



ЗАТВЕРДЖУЮ

Декан факультету технологій і дизайну

Тетяна ІВАНІШЕНА

29 серпня 2024 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Мистецтво сторітелінгу в індустрії моди

Призначення Робочої програми

Для освітніх програм різних спеціальностей

Рівень вищої освіти

Перший бакалаврський

Мова навчання

Українська

Обсяг дисципліни, кредитів ЄКТС

4

Статус дисципліни

Вибіркова фахової підготовки

Факультет (до якого відноситься кафедра)

Технологій і дизайну

Кафедра (за якою закріплена дисципліна)

Індустрії моди в легкій промисловості

Форма здобуття освіти	Обсяг дисципліни		Кількість годин						Форма семестрового контролю	
			Аудиторні заняття						Самостійна робота (в т.ч. ІРС)	Залік
	Кредити ЄКТС	Години	Разом	Лекції	Лабораторні роботи	Практичні заняття	Семінарські заняття			
Д	4	120	51	17		34		69	+	
З	4	120	10	4		6		110	+	

Робоча програма складена на основі освітніх програм підготовки бакалавра та стандарту вищої освіти спеціальності

Робоча програма складена

к.т.н., доц.

Тетяна НАДОПТА

Схвалена на засіданні кафедри ІМЛП Протокол №1 від 29 серпня 2024 р.

Зав. кафедри індустрії моди в легкій промисловості

Тетяна НАДОПТА

Робоча програма розглянута та схвалена Вченою радою факультету технологій і дизайну

Голова Вченої ради факультету

Тетяна ІВАНІШЕНА

Хмельницький, 2024

3 Пояснювальна записка

Дисципліна «Мистецтво сторітелінгу в індустрії моди» є вибірковою компонентів, що може бути долучена до фахової підготовки фахівців освітнього рівня «бакалавр» за спеціальністю 182 «Технології легкої промисловості».

Мета дисципліни. Дисципліна спрямована на вивчення принципів сторітелінгу як потужного інструменту комунікації в сучасній індустрії моди, формування навичок створення контенту, що переконливо передає історію бренду чи колекції, доступність для споживачів та здатність формувати стійкі емоційні зв'язки з аудиторією.

Предмет дисципліни: розробка нарративів (історій) для побудови брендової комунікації, формування емоційного зв'язку з аудиторією та просування модних продуктів і колекцій виробів індустрії моди.

Завдання дисципліни. Ознайомити студентів із основами сторітелінгу, його роль у сучасній сучасній індустрії та ключовими компонентами ефективного нарративу. Дослідити вплив культурних, соціальних та економічних факторів на створення історій у сфері моди. Навчити інтегрувати сторітелінг у маркетингові стратегії брендів для підвищення їх впізнаваності та конкурентоспроможності виробів індустрії моди.

Результати навчання. Студент, який успішно завершив вивчення дисципліни, повинен: досконало володіти професійною термінологією та основними поняттями щодо сторітелінгу в індустрії моди; організувати пошук і самостійний відбір інформації з різних джерел для формування бази сторітелінгу індустрії моди; аналіз аналітично-маркетингової діяльності з використанням сучасних досягнень науки, техніки і технологій; оцінювати та візуалізувати дані в індустрії моди, визначати найбільш ефективні способи їх представлення; ефективно формувати стратегію сторітелінгу даних з індустрії моди; розуміти специфіку створення переконливого нарративу даних; презентувати та знати шляхи розповсюдження сторітелінгу в індустрії моди.

4 Структура залікових кредитів дисципліни

Назва розділу (теми)	Кількість годин, відведених на:					
	Денна форма			Заочна форма		
	лекції	практ. роботи	СРС	лекції	практ. роботи	СРС
Розділ 1. Основи сторітелінгу в сучасній індустрії	6	12	23	2	2	38
Розділ 2. Сучасні платформи та контексти сторітелінгу	11	22	46	2	4	72
Разом за семестр:	17	34	69	4	6	110

5 Програма навчальної дисципліни

5.1 Зміст лекційного курсу

Номер лекції	Перелік тем лекцій, їх анотації	Кількість годин
1	Основні поняття сторітелінгу. Сторітелінг і його вплив для модної індустрії. Історія сторітелінгу в моді (від фешн-брендів до нових медіа). Роль сторітелінгу в створенні іміджу бренду. Літ.: [1-3, 6].	2
2	Ключові елементи ефективного сторітелінгу. Персонажі та наративи. Конфлікт та розв'язка, як розвивати конфлікти, що відображають соціокультурні або емоційні теми. Тема, мета та цілі сторітелінгу в індустрії моди Літ.: [3-5, 7-9].	2
3	Візуальний сторітелінг у моді. Фотографія та відео як інструменти розповіді. Кольори, композиція та стиль Літ.: [5, 6, 7].	2
4	Сторітелінг через соціальні мережі та цифрові платформи. Історії в Instagram, TikTok та інших соцмережах. Взаємодія з аудиторією. Мікробренди та персоналізація Літ.: [1-7].	2
5	Тексти та наративи в модних кампаніях. Написання захоплюючих текстів для рекламних матеріалів. Мови брендів. Створення контенту для блогів та статей Літ.: [1-7, 9].	2
6	Крос-культурний контекст у модному сторітелінгу. Як культура впливає на наративи. Міжнародний сторітелінг. Етика та культурна чутливість Літ.: [1,3,5,7-9].	2
7	Сторітелінг у колекціях та модних показах. Концепція модної колекції як історія. Модні покази як театральні вистави. Стратегія для дизайнерів Літ.: [2, 9].	2
8	Аналіз та оцінка ефективності сторітелінгу в моді. Показники успіху сторітелінгу. Кейс-стаді: Аналіз успішних успіхів : Огляд успішного сторітелінгу у фешн-індустрії. Перспективи розвитку сторітелінгу в моді. Літ.: [1-9].	3
Разом:		17

Примітка. * Лекційні заняття плануються по 2 години. Якщо у навчальному плані в непарних семестрах запланована 1 год. аудиторних занять на тиждень, то залежно від розкладу занять фактична кількість годин становитиме 18 – по чисельнику, 16 – по знаменнику.

Перелік оглядових лекцій для студентів заочної форми здобуття освіти

Номер лекції	Тема лекції	Кількість годин
1	Основні поняття сторітелінгу. Ключові елементи ефективного сторітелінгу. Візуальний сторітелінг у моді. Сторітелінг через соціальні мережі та цифрові платформи Літ.: [1-9].	2
2	Тексти та нарративи в модних кампаніях. Крос-культурний контекст у модному сторітелінгу. Сторітелінг у колекціях та модних показах. Аналіз та оцінка ефективності сторітелінгу в моді Літ.: [1-9].	2
Разом :		4

5.2 Зміст практичних занять

Перелік практичних занять для студентів денної форми здобуття освіти

№ ч/ч	Тема практичного заняття	Кількість годин
1	Аналіз історії брендів Літ.: [1, 6 -8].	4
2	Розробка персонажа для модного бренду Літ.: [6-9].	4
3	Написання тексту для рекламної кампанії Літ.: [1-3, 6].	4
4	Створення візуального сторітелінгу Літ.: [1-6].	4
5	Сторітелінг для соціальних мереж Літ.: [1, 3, 6-8].	4
6	Розробка сценарію модного показу Літ.: [1, 3, 6-8].	4
7	Адаптація нарративу до крос-культурного контексту Літ.: [1-9].	4
8	Створення концепції для модної колекції Літ.: [1-9].	6
Разом:		34

Перелік практичних занять для студентів зочної форми здобуття освіти

№ п/п	Тема лабораторного заняття	Кількість годин
1	Розробка персонажа для модного бренду Літ.: [6-9].	2
2	Сторітелінг для соціальних мереж Літ.: [1, 3, 6-8].	2
3	Створення концепції для модної колекції Літ.: [1-9].	2
Разом:		6

5.3 Зміст самостійної (у т. ч. індивідуальної) роботи

Самостійна робота студентів усіх форм здобуття освіти полягає у систематичному опрацюванні програмного матеріалу з відповідних джерел інформації, роботою над завданнями практичних робіт, виконанні індивідуальних завдань, тощо. Студенти заочної форми здобуття освіти виконують контрольну роботу. Вимоги до її виконання та варіанти

визначаються методичними рекомендаціями до виконання контрольних робіт, які кожний студент отримує у період настановної сесії.

Зміст самостійної роботи студентів денної форми здобуття освіти

Номер тижня	Вид самостійної роботи	Кіл-сть годин
1-2	Опрацювання теоретичного матеріалу з Т1, підготовка до виконання практичної роботи №1.	8
3-4	Опрацювання теоретичного матеріалу з Т2, підготовка до здачі практичної роботи № 1 та до виконання практичної роботи № 2.	9
5-6	Опрацювання теоретичного матеріалу з Т3, підготовка до здачі практичної роботи № 2 та до виконання практичної роботи № 3.	7
7-8	Опрацювання теоретичного матеріалу з Т4, підготовка до здачі практичної роботи № 3 та до виконання практичної роботи № 4.	8
9-10	Опрацювання теоретичного матеріалу з Т5, підготовка до здачі практичної роботи № 4 та до виконання практичної роботи № 5.	8
11-12	Опрацювання теоретичного матеріалу з Т6, підготовка до здачі практичної роботи № 5 та до виконання практичної роботи № 6.	8
13-14	Опрацювання теоретичного матеріалу з Т7, підготовка до здачі практичної роботи № 6 та до виконання практичної роботи № 7.	6
15-16	Опрацювання теоретичного матеріалу з Т8, підготовка до здачі практичної роботи № 7 та виконання практичної роботи №8.	5
17-18	Підготовка до здачі практичної роботи № 8. Підготовка до тестового контролю (ТК)	7
Разом:		66

6 Технології та методи навчання

Процес навчання з дисципліни ґрунтується на використанні традиційних та сучасних технологій, зокрема: лекції (з використанням методів проблемного навчання і візуалізації); практичні заняття (з використанням інформаційних технологій, методу групової роботи); самостійна робота (робота з інформаційними джерелами, використання систем MOODLE). Методи викладання словесні (розповідь, бесіда, пояснення); практичні (дискусії); наочні (ілюстрування навчального матеріалу, показ слайдів), тощо і мають за мету – оволодіння студентами спеціальною термінологією і набуття ними практичних навичок з управління якістю та комфортністю виробів індустрії моди.

Необхідні інструменти, обладнання, програмне забезпечення: креслярське приладдя; спеціальні конструкторські інструменти.

7 Методи контролю

Поточний контроль здійснюється під практичних занять, а також у дні проведення контрольних заходів, встановлених робочою програмою і графіком навчального процесу. При цьому використовуються такі методи поточного контролю:

- задача практичних робіт;
- тестовий контроль теоретичного матеріалу з тем.

При виведенні семестрової оцінки враховуються результати як поточного контролю, так і з результати здачі практичних робіт.

7 Оцінювання результатів навчання студентів у семестрі

Оцінювання академічних досягнень здобувача вищої освіти здійснюється відповідно до «Положення про контроль і оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти у ХНУ». Кожний вид роботи з дисципліни оцінюється за інституційною *чотирибальною* шкалою і виставляється в електронному журналі обліку успішності. Семестрова підсумкова

оцінка визначається як середньозважена з усіх видів навчальної роботи, виконаних і зданих студентом *позитивно*, з урахуванням коефіцієнта вагомості і розраховується в автоматизованому режимі за відповідною програмою. Вагові коефіцієнти змінюються залежно від структури дисципліни і важливості окремих видів її робіт.

Оцінка, яка виставляється за практичне заняття, складається з таких елементів: знання теоретичного матеріалу з теми роботи; якість оформлення завдань практичної роботи; своєчасну здачу практичної роботи.

Термін захисту практичної роботи вважається своєчасним, якщо студент захистив її після виконання завдань. Пропущене практичне заняття студент зобов'язаний відпрацювати в лабораторіях кафедри у встановлений викладачем термін, але не пізніше, ніж за два тижні до кінця теоретичних занять у семестрі.

Оцінювання знань студентів здійснюється за такими критеріями:

Оцінка за інституційною шкалою	Узагальнений критерій
Відмінно	виставляється студенту, який глибоко засвоїв знання з рекламної діяльності в індустрії моди, уміє їх використовувати при розробці концепції рекламної кампанії, орієнтується у розвитку та впровадженні ефективних маркетингових стратегій. Студент виконав практичну роботу у зазначений термін (за розкладом), у повному обсязі, без помилок і вона зарахована. При відповіді допустив дві-три несуттєві <i>похибки</i> .
Добре	Студент виявив повне засвоєння навчального матеріалу, володіє понятійним апаратом і фаховою термінологією, орієнтується у вивченому матеріалі; свідомо використовує теоретичні знання для вирішення практичних завдань; виклад відповіді грамотний, але у змісті і формі відповіді можуть мати місце окремі неточності, нечіткі формулювання закономірностей тощо. При відповіді допустив дві-три несуттєві <i>помилки</i> . Відповідь студента будується на основі самостійного мислення. Практична робота виконана у зазначений термін (за розкладом), у повному обсязі, зарахована, але має незначні зауваження.
Задовільно	Студент виявив знання основного програмного матеріалу в обсязі, необхідному для подальшого навчання та практичної діяльності за професією, справляється з виконанням практичних завдань, передбачених програмою. Як правило, відповідь студента будується на рівні репродуктивного мислення, студент має слабкі знання структури курсу, допускає неточності і <i>суттєві помилки</i> у відповіді, вагається при відповіді на видозмінене запитання. Разом з тим, практична робота виконана у неповному обсязі, та (або) при наявності значних помилок, і зарахована при умові її доопрацювання, та (або) повторне виконання не зарахованої практичної роботи.
Незадовільно	Студент виявив розрізнені, безсистемні знання, не вміє виділяти головне і другорядне, допускається помилок у визначенні понять, перекручує їх зміст, хаотично і невпевнено викладає матеріал, не може використовувати теоретичні знання при вирішенні практичних завдань. Як правило, оцінка "незадовільно" виставляється студенту, якщо практична робота не виконана, або не зарахована, який не може продовжити навчання без додаткової роботи з вивчення дисципліни.

Структурування дисципліни за видами робіт і оцінювання результатів навчання студентів денної форми навчання у семестрі за ваговими коефіцієнтами

Аудиторна робота								Контрольні заходи	Семестровий контроль, залік	
Практичні роботи №:									Тестовий контроль	За рейтингом
1	2	3	4	5	6	7	8			
ВК*:								0,7	0,3	0

Умовні позначення: ВК – ваговий коефіцієнт.

Структурування дисципліни за видами робіт і оцінювання результатів навчання студентів заочної форми навчання у семестрі за ваговими коефіцієнтами

Аудиторна робота			Самостійна, індивідуальна робота		Семестровий контроль, залік
Практичні роботи №:			Контрольна робота		За рейтингом
1	2	3	Якість виконання	Оцінка за захист	
ВК*:			0,1	0,2	0

Оцінювання тестових завдань

Тестовий контроль для кожного студента складається з тестових завдань. Оцінювання здійснюється за чотирибальною шкалою. Відповідність набраних балів за тестове завдання оцінці, що виставляється студенту, представлена у таблиці.

Відповідність набраних балів за тестове завдання оцінці, що виставляється студенту, у %:

Співвідношення правильних відповідей (%) і оцінки за тест

Відсоток правильних відповідей	0–59	60–74	75–89	90–100
Оцінка за інституційною шкалою	2	3	4	5

Співвідношення інституційної шкали оцінювання і шкали оцінювання ЄКТС

Оцінка ЄКТС	Інституційна інтервальна шкала балів	Інституційна оцінка, критерії оцінювання	
A	4,75–5,00	Зараховано	Відмінно – глибоке і повне опанування навчального матеріалу і виявлення відповідних умінь та навичок
B	4,25–4,74		Добре – повне знання навчального матеріалу з кількома незначними помилками
C	3,75–4,24		Добре – в загальному правильна відповідь з двома-трьома суттєвими помилками
D	3,25–3,74		Задовільно – неповне опанування програмного матеріалу, але достатнє для практичної діяльності за

				професією
E	3,00–3,24	3		<i>Задовільно</i> – неповне опанування програмного матеріалу, що задовольняє мінімальні критерії оцінювання
FX	2,00–2,99	2	Незараховано	<i>Незадовільно</i> – безсистемність одержаних знань і неможливість продовжити навчання без додаткових знань з дисципліни
F	0,00–1,99	2		<i>Незадовільно</i> – необхідна серйозна подальша робота і повторне вивчення дисципліни

7. Питання для самоконтролю результатів навчання

1. Що таке сторітелінг в індустрії моди?
2. Які основні елементи включають ефективний наратив?
3. У чому виникає відмінність між класичним та інтерактивним сторітелінгом?
4. Яка роль персонажів у модному сторітелінгу?
5. Як можна використовувати конфлікт у побудові історії?
6. Що таке перевірений сторітелінг, і як він використовується в сучасній індустрії?
7. Як колірна палітра впливає на сприйняття історії в модному контексті?
8. Які ключові елементи слід привести при створенні фотосесії для бренду?
9. Як поєднати текстові та візуальні елементи в рекламній кампанії?
10. Як створити mood board, і яку роль він виконує у сторітелінгу?
11. Які особливості сторітелінгу в соціальних мережах?
12. Як різні платформи (Instagram, TikTok) впливають на формат історії?
13. Що таке контент-план, і як його використовувати у сторітелінгу?
14. Як інтерактивні технології змінюють підхід до створення історії у моді?
15. У чому переваги використання сторітелінгу для побудови брендової лояльності?
16. Як написання текстів впливає на успішність сучасних пацієнтів?
17. У чому виникає унікальність текстів для різних форматів сторінок мови (реклама, блог, пост у соцмережах)?
18. Які стилістичні засоби можна використати для створення ефективного наративу в індустрії моди?
19. Що таке "тон голосу" бренду, і як його формувати?
20. Як адаптувати текст для міжнародної аудиторії?
21. Які культурні фактори потребують обліку при створенні історії для міжнародного ринку?
22. Як уникнути культурних стереотипів у сторітелінгу?
23. Як адаптувати історію бренду для різних аудиторій?
24. У чому виникає значення локальних традицій і мотивів у створенні модних колекцій?
25. Чому важливо втратити глобальні тренди у створенні наративів?
26. Які методи використовують для оцінки ефективності сторітелінгу?
27. Як можна застосувати, чи досягла історії бренду вашої цільової аудиторії?
28. У чому виникає значення аналітики в цифрових кампаніях?
29. Як успішні кейси з модної індустрії можуть стати джерелом натхнення для власних проектів?
30. Що таке KPI у сторітелінгу, і як вони застосовуються?

8 Навчально-методичне забезпечення

Освітній процес з дисципліни «Мистецтво сторітелінгу в індустрії моди» повністю і в достатній кількості забезпечений необхідною навчально-методичною літературою. Зокрема, викладачами кафедри підготовлені

Мистецтво сторітелінгу в індустрії моди: методичні вказівки до практичних робіт та завдання самостійної роботи для студентів спеціальності для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 182 «Технології легкої промисловості» / Т.А. Надопта. – Хмельницький: ХНУ, 2024. – 43 с.

9 Рекомендована література

Основна

1. Гаврилов С. Всі крапки над «І»сторією. Сторітелінг для сценаристів, письменників та блогерів. Київ. 2019. 296 с
2. Лівін М.. Сторітелінг для вух, очей і серця. К. : Наш формат, 2020. 184 с.
3. Холл К. Сторітелінг, який не залишає байдужим. Київ : Yakaboo Publishing. 2020. 288 с
4. Синоруб Г. Трансформаційні процеси в сучасній медіаіндустрії як шлях до якісної журналістики. Крос-медіа: контент технології, перспективи : колект. монографія / за заг. ред. В. Шевченко. Київ, 2017
5. Курбан О. В. PR у маркетингових комунікаціях : Навч. посібник. К. : Кондор-Видавництво, 2014. 246 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/7623/1/Kurban_%20PR_v_marketungovih_komunikacijah_c_246.pdf

Додаткова

- 6 Гордієнко Т., Толокольнікова К. Як стати гідом для свого читача: секрети сторітелінгу від журналіста The Wall Street Journal [Електронний ресурс] // URL : 49 <https://detector.media/production/article/140223/2018-08-17>
- 7 Короленко М. Трансмедіа сторітелінг: вимога цифрової епохи [Електронний ресурс] URL: <https://ua.ejo-online.eu/1330/tsyfrovi-media/>
- 8 Шевченко В. Конвергентність як основна ознака сучасних медіа. Кросмедіа: контент технології, перспективи : колект. монографія / за заг. ред. В. Шевченко. Київ, 2017.
- 9 Гайдученко С. О. Організаційна культура : конспект лекцій для студентів бакалавріату всіх форм навчання спеціальності 281 – Публічне управління та адміністрування / С. О. Гайдученко ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. Бекетова, 2020. – 75 с

9 Інформаційні ресурси

- 1 Модульне середовище. Режим доступу : <https://msn.khmnu.edu.ua/course/management.php?categoryid=713>
- 2 Електронна бібліотека університету. Режим доступу : http://lib.khmnu.edu.ua/asp/php_f/plage_lib.php .
- 3 Репозитарій ХНУ. Режим доступу : <https://library.khmnu.edu.ua/#>.