Uniwersytet Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie

Narratologia i storytelling

Sylabus zajęć

Informacje podstawowe

Kierunek studiów media content & creative writing **Specjalność** - **Jednostka organizacyjna** Instytut Filologii Polskiej **Poziom studiów** II stopnia **Forma studiów** studia niestacjonarne **Profil studiów** ogólnoakademicki	**Cykl dydaktyczny** 2026/27 **Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się** Egzamin na ocenę **Języki wykładowe** polski **Obligatoryjność** Obowiązkowy **Blok zajęciowy** Przedmioty kierunkowe

Koordynator zajęć	Konrad Zielonka
Prowadzący zajęcia	Konrad Zielonka

Okres	**Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się**	**Liczba punktów ECTS**
Semestr 1	Egzamin na ocenę **Forma zajęć / liczba godzin / forma zaliczenia** • Wykład: 4, Egzamin na ocenę • Ćwiczenia audytoryjne: 12, Zaliczenie bez oceny	2

Cele kształcenia dla zajęć

Kod	Cel
C1	Celem kursu jest zapoznanie studentów z kluczowymi koncepcjami narratologicznymi (teoriami opowiadania) oraz z podstawowymi założeniami sztuki tworzenia angażujących opowieści i praktykami storytellingu w rozmaitych zastosowaniach użytkowych. Kurs prowadzony jest w języku polskim.

Efekty uczenia się dla zajęć

Kod	Efekty uczenia się dla zajęć w zakresie	Efekty uczenia się dla kierunku	Metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się dla zajęć
Wiedzy:			
W1	Ma pogłębioną wiedzę na temat kluczowych koncepcji narratologicznych oraz zna zasady tworzenia różnych form wypowiedzi pisemnych i ustnych o charakterze użytkowym	K_W1, K_W12	Test, Praca podczas zajęć (warsztaty, symulacje, ćwiczenia praktyczne)
Umiejętności:			
U1	Potrafi wykorzystać posiadaną wiedzę z zakresu narratologii w celu tworzenia własnych tekstów użytkowych oraz angażujących opowieści	K_U09, K_U1, K_U2	Praca podczas zajęć (warsztaty, symulacje, ćwiczenia praktyczne)
Kompetencji społecznych:			
K1	Ma świadomość znaczenia wiedzy o narracji w tworzeniu własnych tekstów oraz jest gotów do krytycznej oceny posiadanej wiedzy i własnych umiejętności praktycznych w zakresie opowiadania historii	K_K1, K_K5	Test, Praca podczas zajęć (warsztaty, symulacje, ćwiczenia praktyczne)

Treści programowe dla zajęć

Lp.	Treści programowe dla zajęć	Efekty uczenia się dla zajęć	Formy zajęć
1.	Wstęp do narratologii	W1, K1	Wykład
2.	Morfologia bajki	W1, K1	Wykład
3.	Narracje współczesne i storytelling	W1, K1	Wykład
4.	Wprowadzenie – poetyka bajki	W1, U1, K1	Ćwiczenia audytoryjne
5.	Bajka magiczna – warsztaty praktyczne	W1, U1, K1	Ćwiczenia audytoryjne
6.	Storytelling w kreowaniu wizerunku marki	W1, U1, K1	Ćwiczenia audytoryjne
7.	Storytelling i opowiadanie – ćwiczenia praktyczne	W1, U1, K1	Ćwiczenia audytoryjne
8.	Opowieść uniwersalna	W1, U1, K1	Ćwiczenia audytoryjne

Informacje dodatkowe

Forma zajęć	Metody i formy prowadzenia zajęć
Wykład	Wykład
Ćwiczenia audytoryjne	Dyskusja, Praca w grupie, Warsztaty, Praca z tekstem

Forma zajęć	Warunki zaliczenia zajęć
Wykład	Zaliczenie kursu możliwe jest na podstawie aktywnego udziału ćwiczeniach audytoryjnych (aktywność, oddanie prac wykonywanych w ramach ćwiczeń), oraz uzyskania przez niego pozytywnej oceny z testu zaliczeniowego (test jednokrotnego wyboru). Kryteria oceny zaliczeniowej z testu: uzyskanie 50% przewidzianej puli punktów – ocena dst; 70% – ocena db; 90% – ocena bdb Oceny wystawiane będą według skali (18 pkt) 17-18 -bdb 15-16 - db+ 13-14 - db 11-12 - dst+ 9-10 - dst
Ćwiczenia audytoryjne	Zaliczenie kursu możliwe jest na podstawie aktywnego udziału ćwiczeniach audytoryjnych (aktywność, oddanie prac wykonywanych w ramach ćwiczeń)

Literatura

Obowiązkowa

1. Bal Mieke, Narratologia. Wprowadzenie do teorii narracji , przeł. Ewa Kraskowska, Kraków 2012 (fragmenty)
2. Bielecka Anna, O sztuce opowiadania historii. Wykorzystanie storytellingu w kampaniach społecznych i reklamach komercyjnych, „Com.press", t. 4, nr 1/2021, s. 68–87
3. Campbell Joseph, Bohater o tysiącu twarzy, przeł. Andrzej Jankowski, Wyd. III, Kraków 2025 (fragmenty)
4. Garbula Joanna M., Teksty narracyjne – analiza strukturalno-funkcjonalna, „Prima Educatione", t. 4, 2020, s. 73–84.
5. Głowacz Anna, Storytelling jako narzędzie kreowania wizerunku marki, [w:] Kreatywność językowa w marketingu, Burska K., Cieśla B. (red.), Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2022, s. 263-277.
6. Propp Władimir, Morfologia bajki magicznej, przeł. Paweł Rojek, Kraków 2011 (fragmenty)
7. Stopczyńska, Kinga, Wykorzystanie storytellingu w kreowaniu wizerunku marki w social media, „Handel Wewnętrzny", nr 3(362)/2016, s. 317–28.
8. Todorov Tzvetan, Kategorie opowiadania literackiego, „Pamiętnik Literacki", nr 9(4)/1968, s. 293-325.
9. Gielarek-Gorczyca Krystyna, Monomit – uniwersalna struktura narracji w budowaniu wizerunku marki, [w:] Kreatywność językowa w marketingu, Burska K., Cieśla B. (red.), Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2022, s. 243-262.
10. Vogler Christopher, Podróż autora. Struktury mityczne dla scenarzystów i pisarzy, przekł. Karolina Kosińska, Warszawa 2010 (fragmenty).
11. King Stephen, Jak pisać. Pamiętnik rzemieślnika, przeł. Paulina Braiter, Warszawa 2014 (fragmenty)

Dodatkowa

1. Augustynowic Cezary, Uwagi o storytellingu jako strategicznej koncepcji brandingu i operacyjnego narzędzia komunikacji, „Zeszyty Naukowe Zbliżenia Cywilizacyjne", t. 12, nr 1/2016, s. 162–76.
2. Tkaczyk Paweł, Narratologia, Warszawa 2020.
3. Fog Klaus et al., Storytelling. Narracja w reklamie i biznesie, przeł. Jacek Wasilewski, Bartłomiej Brach, Warszawa 2011.
4. Kosson Grzegorz, Podaj dalej czyli jak stworzyć porywającą opowieść dla marki, Lublin 2014.
5. Barthes Roland, Wstęp do analizy strukturalnej opowiadań ,„Pamiętnik Literacki", 1968 nr 4.
6. Bucki Piotr, Virality isn'born. It's made. O tym, jak powstał wiralowy majstersztyk, na którym zarobiono 248 milionów dolarów , „Sprawny Marketing" 2018, z. 4.
7. Dąbała Jacek, Tajemnica i suspens. Wokół głównych problemów creative writing, Lublin 2004.
8. Dunne Will, Podręcznik dramatopisarza. Rozwój bohaterów, budowanie scen i historii, przekł. zbiorowy, Warszawa 2014.
9. Lindström Martin, Zakupologia. Prawda i kłamstwa o tym, co kupujemy , przedmowa Paco Underhill, przeł. Magdalena Zielińska, Kraków 2009
10. Markiewicz Henryk, Wymiary dzieła literackiego, Kraków 1996 (tu: Morfologia dialogu, Zawartość narracyjna i schemat fabularny, Postać literacka).
11. Maj Krzysztof M., Światotwórstwo w perspektywie narratologicznej, w: Literatura popularna, t.2: Fantastyczne kreacje światów, red. E. Bartos et al., Katowice 2014.
12. Surma Adrianna, Wykorzystanie storytellingu w reklamach prasowych kosmetyków, „Marketing i Rynek", nr 4/2020, s. 28–36.
13. Tiupa Walerij, Narratologia w systemie wiedzy o literaturze, przeł. P. Fast, ER(R)GO: Teoria – Literatura – Kultura, nr 31/2015, s. 39-46.

Nakład pracy studenta i punkty ECTS

Rodzaje zajęć studenta	**Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć**
Wykład	4
Ćwiczenia audytoryjne	12
Studiowanie literatury	15

Pozostałe godziny w kontakcie	2
Przygotowanie do egzaminu	15
Przygotowanie krótkiej pracy pisemnej	4
Łączny nakład pracy studenta	**Liczba godzin** 52
Liczba punktów ECTS	**ECTS** 2

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Efekty uczenia się dla kierunku

Kod	Treść
K_K1	Absolwent/ka Jest gotów do aktywnego i kreatywnego uczestnictwa w życiu kulturalnym i medialnym oraz do inicjowania własnych działań twórczych i komunikacyjnych
K_K5	Absolwent/ka jest gotów do współpracy zespołowej oraz do przyjmowania odpowiedzialności za realizację i jakość projektów twórczych i medialnych
K_U09	Absolwent/ka Potrafi świadomie dobierać i zaawansowanie wykorzystywać narzędzia oraz urządzenia multimedialne w działaniach twórczych i komunikacyjnych
K_U1	Absolwent/ka potrafi formułować problemy badawcze oraz projektować i realizować badania w zakresie literaturoznawstwa i nauk o komunikacji społecznej i mediach
K_U2	Absolwent/ka potrafi twórczo i świadomie tworzyć teksty literackie, krytyczne, recenzenckie, a także wypowiedzi ustne oraz autorskie treści internetowe, wykorzystując wiedzę o narracji, stylu, retoryce i języku
K_W1	Absolwent/ka ma pogłębioną wiedzę na temat wybranych dzieł literatury polskiej i światowej oraz teorii badań tekstów literackich
K_W12	Absolwent/ka ma pogłębioną wiedzę na temat zasad tworzenia i analizy wypowiedzi pisemnych i ustnych o charakterze artystycznym, krytycznym i użytkowym, w różnych mediach i kontekstach komunikacyjnych