

Сторителлинг как педагогическая технология
обучения будущих менеджеров
в системе высшего образования

Storytelling as a pedagogical technology
for training future managers in the higher education system

Авторы статьи

Макарова Вера Владимировна,
кандидат педагогических наук, доцент кафедры экономики и управления филиала ФГБОУ ВО «Московский государственный технический университет им. Н. Э. Баумана», г. Мытищи, Российская Федерация
makarovavera93@mail.ru
ORCID: 0009-0001-2606-2256

Сергеева Марина Георгиевна,
доктор педагогических наук, профессор кафедры социальной педагогики Института иностранных языков ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы», г. Москва, Российская Федерация
sergeeva198262@mail.ru
ORCID: 0000-0001-8365-6088

Authors of the article

Vera V. Makarova,
Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Department of Economics and Management, branch of Bauman Moscow State Technical University, Mytishchi, Russian Federation
makarovavera93@mail.ru
ORCID: 0009-0001-2606-2256

Marina G. Sergeeva,
Doctor of Pedagogical Sciences, Professor, Department of Social Pedagogy, Institute of Foreign Languages, Peoples' Friendship University of Russia (RUDN University), Moscow, Russian Federation
sergeeva198262@mail.ru
ORCID: 0000-0001-8365-6088

Конфликт интересов

Конфликт интересов не указан

Conflict of interest statement

Conflict of interest is not declared

Для цитирования

Макарова В. В., Сергеева М. Г. Сторителлинг как педагогическая технология обучения будущих менеджеров в системе высшего образования // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2024. – № 06. – С. 331–340. – URL: <https://e-koncept.ru/2024/241099.htm> – DOI: 10.24412/2304-120X-2024-11099

For citation

V. V. Makarova, M. G. Sergeeva, Storytelling as a pedagogical technology for training future managers in the higher education system // Scientific-methodological electronic journal "Koncept". – 2024. – No. 06. – P. 331–340. – URL: <https://e-koncept.ru/2024/241099.htm> – DOI: 10.24412/2304-120X-2024-11099

Поступила в редакцию <i>Received</i>	09.04.24	Получена положительная рецензия <i>Received a positive review</i>	13.05.24
Принята к публикации <i>Accepted for publication</i>	13.05.24	Опубликована <i>Published</i>	30.06.24



Аннотация

В современном образовании все большее внимание уделяется инновационным методам обучения, способствующим развитию ключевых навыков и компетенций у будущих специалистов. Одним из таких методов является сторителлинг, или рассказывание историй, который активно внедряется в учебный процесс вузов как игровая технология обучения будущих менеджеров. Сочетание эмоциональной привлекательности рассказов и возможности применения полученных знаний на практике делает сторителлинг эффективным инструментом для формирования лидерских качеств, развития аналитического мышления и принятия решений у студентов, изучающих менеджмент. В данном контексте важно рассмотреть, как сторителлинг может быть использован для успешной подготовки будущих менеджеров к вызовам современного бизнеса. Целью статьи является изучение и анализ литературы отечественных и зарубежных авторов по проблеме применения технологии сторителлинга, а также определение структуры и особенностей использования сторителлинга как педагогической технологии обучения будущих менеджеров в системе высшего образования. В качестве основных результатов статьи представлена структура сторителлинга как педагогической технологии обучения будущих менеджеров в системе высшего образования, которая включает в себя пять этапов: введение, задачей которого является установление контакта с аудиторией; развитие сюжета, в том числе описание действий персонажей и последствий, к которым эти действия привели; кульминация, в которой достигается наивысшая точка напряжения; заключение, сопровождающееся выводами и обобщением основных уроков; обсуждение и взаимодействие, направленное на получение обратной связи от студентов. Также выявлены особенности сторителлинга в образовательном процессе, к которым относятся привлекательность и запоминаемость, создание эмоциональной связи, развитие креативного мышления, участие и взаимодействие, применение кейсов в реальной жизни. Теоретическая значимость исследования заключается в изучении и анализе литературы отечественных и зарубежных авторов по проблеме применения технологии сторителлинга. Практическая значимость исследования заключается в разработке структуры сторителлинга как педагогической технологии, которая может применяться преподавателями при подготовке лекционных и практических материалов для будущих менеджеров.

Abstract

Modern education pays increasing attention to innovative teaching methods that contribute to the development of key skills and competences among future specialists. One of these methods is storytelling, which is actively being introduced into the educational process of universities as a gaming technology for training future managers. The combination of the emotional appeal of stories and the ability to apply acquired knowledge in practice makes storytelling an effective tool for developing leadership skills, developing analytical thinking and decision-making in management majors. In this context, it is important to consider how storytelling can be used to successfully prepare future managers for the challenges of modern business. The aim of the article is to study and analyze the literature of domestic and foreign authors on the issue of using storytelling technology, as well as to determine the structure and characteristics of storytelling use as a pedagogical technology for training future managers in the higher education system. The main results of the article present the structure of storytelling as a pedagogical technology for training future managers in the higher education system, which includes 5 stages: introduction, the task of which is to establish contact with the audience; development of the plot, including a description of the actions of the characters and the consequences to which these actions lead; climax, in which the highest point of tension is reached; conclusion, accompanied by suppositions and summaries of the main lessons; discussion and interaction aimed at obtaining feedback from students. The characteristics of storytelling in the educational process are also identified, which include attractiveness and memorability, establishment of an emotional connection, development of creative thinking, participation and interaction, and the use of cases in real life. The theoretical significance of the study lies in the study and analysis of literature by domestic and foreign authors on the issue of using storytelling technology. The practical significance of the study lies in the development of the structure of storytelling as a pedagogical technology that can be used by teachers when preparing lecture and practical materials for future managers.

Ключевые слова

сторителлинг, педагогическая технология, высшее образование, менеджмент

Key words

storytelling, educational technology, higher education, management

Благодарности

Публикация подготовлена в рамках НИР № 071720-0-000 «Психонейролингвистика в приложении к методике интенсификации процесса обучения иностранным языкам на основе междисциплинарных знаний».

Acknowledgements

The publication was prepared within the framework of research work No. 071720-0-000 "Psychoneurolinguistics as applied to methods for intensifying the process of teaching foreign languages based on interdisciplinary knowledge".

Введение / Introduction

Современные подходы к обучению предполагают использование инновационных решений передачи знаний и навыков, которые активно применяются в образовательных учреждениях и организациях по всему миру. С развитием технологий и изменением потребностей обучающихся традиционные методики учебного процесса

постепенно уступают место более интерактивным и адаптивным технологиям обучения, которые стремятся к индивидуализации процесса обучения, активному вовлечению студентов, созданию интерактивных учебных материалов и повышению эффективности обучения [1]. Одной из таких технологий является сторителлинг.

В современном бизнесе навык рассказчика ценится не менее сильно, чем профессиональные компетенции. В силу того что руководителям часто приходится отстаивать свою точку зрения, мотивировать команду на профессиональные подвиги, продвигать свои идеи, услуги и продукты, овладеть технологией сторителлинга важно каждому. Однако для того, чтобы эта технология применялась в бизнесе и педагогике, необходимо описать ее структуру и понять ее особенности и преимущества.

Применение технологии сторителлинга подразумевает рассказывание историй, которые могут быть как основанными на реальных событиях, так и вымышленными. Использование данной технологии в высшем образовании позволяет студентам не просто усвоить теоретические знания, но и применить их на практике через анализ ситуаций, научиться принимать решения и развивать креативное мышление [2].

Наиболее активно технология сторителлинга применяется при изучении управленческих и экономических дисциплин, в которых с помощью истории или рассказа можно создать ситуации, которые помогут студентам понять сложные бизнес-проблемы, развить навыки командной работы, лидерства и управления конфликтами [3]. Рассказывание историй о реальных бизнес-ситуациях или о вымышленных компаниях позволяет студентам погрузиться в реалии бизнес-мира и применить свои знания для поиска решений. Истории имеют эмоциональную привлекательность для студентов, что позволяет им намного быстрее усвоить и запомнить необходимую информацию. Сторителлинг является эффективным инструментом для подготовки будущих менеджеров к сложностям современного бизнеса и развитию ключевых навыков, необходимых для успешного управления организациями.

Обзор литературы / Literature review

Изучение сторителлинга как явления и метода обучения привлекло внимание многих исследователей и практиков в различных областях, таких как психология, педагогика, драматургия, маркетинг и другие.

Сторителлинг является искусством рассказывания историй, к которому обращались с самых древних времен, благодаря которому сформировалось культурное наследие, появились традиции, мифы, предания. Помимо этого рассказывание историй положительно влияет на социальное взаимодействие в персональной и профессиональной жизни. У. Сторр считает, что с помощью сторителлинга рассказчик может передавать информацию, убеждать, вдохновлять, обучать и развлекать аудиторию [4]. Данная технология коммуникации позволяет рассказчику создать эмоциональную связь с аудиторией и запомниться ей. Первым, кто начал применять термин «сторителлинг» в научном контексте, стал Дэвид Армстронг, руководитель фирмы Armstrong International. Он считал, что рассказывание историй позволяет организовать социальное пространство, в котором сотрудники становятся более лояльными к изменениям и получению новой информации [5]. Применение такой технологии коммуникации с сотрудниками, клиентами и партнерами по бизнесу позволило владельцам крупных компаний овладеть вниманием как к корпоративному, так и к личному бренду.

Одним из главных трудов, посвященных технологии сторителлинга, является книга Роберта Макки «История на миллион долларов», в которой автор, американский сценарист, делится собственным опытом написания и рассказывания историй [6]. Р. Макки считает, что сторителлинг позволяет преобразовать набор случайных фактов в последовательную структуру с причинами и следствиями, превратить их в историю, которая захватит внимание слушателя или зрителя [7]. Несмотря на то что Р. Макки в своих трудах привлекал внимание специалистов в сфере драматургии, его результаты исследований смогли заинтересовать специалистов из других областей, таких как маркетинг, педагогика, разработка игр и т. д.

Наибольшее распространение сторителлинг получил в сфере маркетинга. О применении данной технологии в целях продвижения товаров и услуг в своих трудах писали многие авторы. М. Генцарь-Осипова в книге «Продающий сторителлинг» указывает на важность продающей истории, способной вовлечь потребителя в развитие бренда компании [8]. А. Симмонс делает акцент на том, что истории способны убеждать, мотивировать и вдохновлять слушателя или читателя через возникающие эмоции [9]. Д. Миллер утверждает, что маркетинг и реклама должны следовать законам драматургии, благодаря которым клиент становится главным героем, а компания – решением его проблем [10]. Т. Кузнецова считает, что короткие сценарии позволяют достаточно точно донести до потребителя идею бренда, его миссию, принципы [11]. Многие коммерческие компании вводят в политику продвижения персонажей, которые развиваются вместе с потребителем, учатся чему-то новому, достигают поставленных целей. Такой подход позволяет максимально достичь эмоционального включения потребителя, что в дальнейшем приводит к формированию лояльности и регулярным покупкам.

Д. Хатченс в своих трудах указывает на значимость применения технологии сторителлинга в развитии лидерских способностей руководителей [12]. А. Кариа провел исследования публичных выступлений и выявил конкретные техники, которые позволяют рассказчикам завоевывать непрерывное внимание аудитории [13]. К. Галло, американский журналист, считает, что благодаря сторителлингу можно не только проинформировать аудиторию, но также просветить и вдохновить ее [14]. Большинство лидеров обладают высоким уровнем харизмы, что позволяет им расположить к себе аудиторию, которую они информируют. Сторителлинг является отличным дополнением к уже имеющемуся статусу. Для достижения лидерских позиций необходимо пользоваться выявленными правилами техниками сторителлинга. Например, использовать одного героя (персонажа) на протяжении всей истории для того, чтобы показать его развитие, предлагает Д. Маккена [15]. Часто лидеры рассказывают о своем собственном пути, не забывая упоминать о том, что путь был не легким. Рассказ о том, что на пути к цели преодолевались трудности, расположит слушателя гораздо быстрее. Таким приемом в современном мире часто пользуются блогеры для того, чтобы набрать большую аудиторию подписчиков.

С точки зрения педагогики преподаватель также может вовлекать студентов в процесс обучения за счет рассказывания историй, подкрепленных теми знаниями, которые ему необходимо передать студентам. Сторителлинг не является обычной лекцией и позволяет удерживать внимание слушателя за счет постоянного напряжения, ввода проблемы в историю, и результатов, полученных при сделанном героем выборе.

Е. В. Харунжева обращает внимание на то, что сторителлинг наделяет образовательный процесс увлекательными оттенками повествования, вовлекая студента и сти-

мулируя эффективный уровень запоминания [16]. Л. И. Кутепова отмечает, что технология сторителлинга в образовательном процессе позволяет управлять чувствами и вниманием студентов, расставлять приоритеты [17]. Ю. С. Яхновская указывает на неизбежность трансформации образовательного процесса с применением технологии сторителлинга, поскольку тенденция перехода к социальным техникам обучения подкреплена запросами глобализации [18].

Для того чтобы образовательный процесс был не только эффективным, но и разнообразным, при подготовке учебных занятий с применением технологии сторителлинга следует придерживаться следующих принципов:

- Принцип аутентичности. Е. Е. Жернов указывает на то, что сторителлинг позволяет информации глубоко проникнуть в подсознание студента [19]. В связи с этим истории должны отражать правдоподобность и реалистичность, чтобы облегчить студентам понимание темы, а также показать применимость к реальной жизни.

- Принцип эмоциональности. С. Гузенков обращает внимание на то, что ни одна история не остается без эмоциональной обратной связи, каждый слушатель реагирует на происходящие в ней события [20]. История вызывает у аудитории эмоции, такие как сопереживание, радость, страх или вдохновение, которые способны усилить эффект запоминания.

- Принцип структурности и композиции. Ж. Е. Ермолаева предлагает использовать основные сюжетные линии сторителлинга, благодаря которым можно создать структуру учебных курсов [21]. Истории должны иметь четкую структуру с введением, развитием сюжета и заключением, чтобы обеспечить логичное и связное изложение материала [22].

- Принцип интерактивности. А. А. Шкунова проводит сравнительный анализ технологии публичного выступления и сторителлинга и приходит к выводу о том, что структурированные истории эффективнее справляются с вовлечением слушателей [23]. История должна побуждать студентов задавать вопросы, выражать свои мысли и делиться выводами.

- Принцип уникальности. С. Ланкастер в своих публикациях раскрывает секреты хороших историй, генерирования уникальных легенд, основанных на личном опыте [24]. Истории должны иметь уникальные характеристики, отличаться от традиционных лекций, что достигается благодаря введению в историю конкретного персонажа.

- Принцип связи с контекстом. В. И. Токтарова описывает сторителлинг как образовательную технику, способную решать педагогические задачи [25]. Истории следует связывать с материалом курса и целями обучения, чтобы не прерывать образовательный процесс и не отвлекать студентов от изучаемой темы.

- Принцип обратной связи. П. Смит разработал приемы эффективного сторителлинга, в которых указал на важность обратной связи от клиентов и сотрудников, поскольку рассказанная история является формой коммуникации [26]. Технология сторителлинга должна способствовать дискуссии между студентами с целью формирования выводов по пройденной тематике.

- Принцип мультимедийности. В. Ю. Грушевская отмечает важность использования цифровой информации, сопровождающей сторителлинг [27]. С целью достижения наибольшего запоминающегося эффекта сторителлинг может быть подкреплен мультимедийными форматами представления информации.

Перечисленные принципы позволят создать эффективные и увлекательные учебные курсы, основанные на применении технологии сторителлинга, которые улучшат усвоение материала студентами и разовьют ключевые управленческие навыки.

Наряду с отечественными исследователями проблему сторителлинга в образовании изучали также зарубежные авторы. М. Рахим при рассмотрении важности обучения детей пришла к выводу о том, что сторителлинг является неотъемлемой частью обучения детей [28], в своих трудах ученый указывает на важность цифрового сопровождения обучающих историй. К. Родригез также говорит о необходимости интеграции сторителлинга в цифровое пространство, поскольку трансформация образовательного процесса непременно связана с диджитализацией [29]. М. Фернанда Астис призывает преподавателей университетов чувствовать себя непринужденно, используя рассказывание историй в качестве педагогического инструмента в классе [30].

Эти и многие другие авторы провели исследования и написали книги о сторителлинге, его влиянии на человеческое мышление, общение и обучение, что помогло расширить наше понимание этого явления и его применения как педагогической технологии обучения будущих менеджеров в системе высшего образования.

В системе высшего образования в последнее время появляется проблема концентрации внимания на изучении одной темы в течение длительного времени. Удерживать внимание студента больше 15 минут становится проблематичным. Для того чтобы внимание можно было переключить, не отвлекаясь от основной темы изучения, преподаватели прибегают к технологии сторителлинга. Сторителлинг позволяет сделать лекцию более интересной, способной заставить студентов дослушать до выводов. Сложные темы благодаря сторителлингу можно рассказывать простым языком, приводя примеры из личного опыта преподавателя или рассказывая ситуативные истории из бизнес-практики. В рамках некоторых дисциплин можно прибегать к рассказыванию мифов и сказок, из которых извлекается мораль или мудрость. Такие истории запоминаются студентами гораздо проще, а многие из них затем рассказывают эти же истории своим друзьям и знакомым, что закрепляет усвоение учебного материала.

Методологическая база исследования / Methodological base of the research

Цель исследования – определить структуру и особенности использования сторителлинга как педагогической технологии обучения будущих менеджеров в системе высшего образования.

К методам исследования, применяемым в проведенном нами исследовании, можно отнести изучение и анализ литературы отечественных и зарубежных авторов по проблеме применения технологии сторителлинга в различных сферах деятельности, в том числе в образовании; сравнение результатов применения данной технологии и обобщение полученных выводов.

Результаты исследования / Research results

Структура сторителлинга как педагогической технологии обучения будущих менеджеров в системе высшего образования представлена в таблице.

Структура сторителлинга как педагогической технологии обучения будущих менеджеров в системе высшего образования может быть адаптирована под конкретные цели обучения, особенности аудитории и предметную область. Главное, чтобы история была интересной, содержательной и позволяла студентам активно участвовать в процессе обучения.

Структура сторителлинга как педагогической технологии

Этап	Характеристика
Введение	В начале рассказа преподаватель устанавливает контакт с аудиторией, привлекает ее внимание и создает атмосферу для последующего повествования. Вступление может содержать краткое описание сюжета, образов персонажей и основных конфликтов рассказа
Развитие сюжета	В этой части рассказывается о развитии событий, действиях персонажей, их решениях и последствиях. Преподаватель может использовать различные приемы, такие как диалог, описания окружающей обстановки, внутренние монологи персонажей и т. д., чтобы поддержать интерес аудитории
Кульминация	Это ключевой момент в рассказе, когда достигается наивысшая точка напряжения или разрешения конфликта. В этот момент учащиеся чаще всего находят ответы на вопросы, которые возникали по ходу рассказа, и начинают понимать основные уроки или выводы
Заключение	В конце рассказа преподаватель обобщает основные уроки или выводы, которые можно извлечь из истории. В заключение можно обсудить ключевые моменты, применить полученные знания к реальным жизненным ситуациям или предложить учащимся обсудить тему
Обсуждение и взаимодействие	После завершения рассказа преподаватель может провести дискуссию с аудиторией, задавая вопросы, стимулируя взаимодействие между студентами. Это позволяет им лучше понимать материал, выражать свои мысли и взгляды, а также обмениваться опытом

По направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» изучаются такие дисциплины, как «Менеджмент организации», «Маркетинг», «Управление персоналом», «Деловые коммуникации» и многие другие, подготовка по которым может осуществляться с использованием технологии сторителлинга. Истории про мировые бренды, концепции управления, тактики общения появляются каждый день. Доступное информационное пространство позволяет преподавателю находить и генерировать учебные материалы с применением новых образовательных технологий. Интегрировать актуальную информацию в образовательный процесс через новые формы коммуникации с аудиторией – задача современного преподавателя высшего учебного заведения.

Сторителлинг является эффективной педагогической технологией обучения будущих менеджеров, так как способствует лучшему усвоению материала, развитию креативности, эмпатии, критического мышления и коммуникативных навыков.

К основным особенностям сторителлинга как педагогической технологии обучения будущих менеджеров в системе высшего образования можно отнести:

1. Привлекательность и запоминаемость, поскольку истории захватывают внимание и интерес слушателей, что способствует лучшему запоминанию информации. Благодаря этому студенты могут легче усвоить сложные концепции и принципы менеджмента.
2. Создание эмоциональной связи, что способствует повышению мотивации студентов к изучению предмета.
3. Развитие креативности мышления, поскольку вынуждает студентов визуализировать события и воображать персонажей историй.
4. Участие и взаимодействие вовлекает студентов в процесс обучения и выстраивает внутригрупповые отношения.
5. Применение в реальной жизни примеров из бизнес-практики формирует профессиональный опыт студентов.

В управленческой деятельности важное значение имеет личностная характеристика руководителя, поскольку именно он ведет за собой людей, контролирует, координирует, делегирует, мотивирует. Формирование лидерских качеств через обучение

посредством сторителлинга – задача системы высшего образования. Именно поэтому преподавателю важно показывать своим примером то, каким образом можно выстраивать коммуникацию с аудиторией. В бизнес-практиках достаточное количество увлекательных историй, некоторые из них смогли изменить мир. Важно рассказывать эти истории в рамках теоретических занятий и мотивировать студентов на создание собственных историй про личный опыт в рамках практических занятий. Технология обучения кейс-стади имеет ряд схожих характеристик с технологией сторителлинга, однако при использовании сторителлинга вовлечение студентов в образовательный процесс является более эффективным и гораздо сильнее захватывает их внимание.

Таким образом, сторителлинг как педагогическая технология обучения будущих менеджеров способствует не только эффективному усвоению материала, но и развитию ключевых навыков.

Заключение / Conclusion

В заключение стоит отметить, что сторителлинг как педагогическая технология подготовки будущих менеджеров в высших учебных заведениях обладает огромным потенциалом для развития ключевых навыков и качеств, необходимых успешному руководителю. Рассказывание историй позволяет студентам не только погрузиться в увлекательный сюжет, но и извлечь уроки, научиться применять полученные знания на практике, развивать критическое мышление и аналитические способности. Кроме того, использование сторителлинга способствует лучшему запоминанию материала, повышает мотивацию студентов к обучению и обеспечивает более глубокое понимание учебных материалов.

Данная педагогическая технология в системе высшего образования является современным способом развития комплекса профессиональных и личностных качеств будущих менеджеров. Использование сторителлинга в педагогической практике способствует созданию интерактивной и эмоциональной образовательной среды в вузе, в которой студенты могут не только учиться, но и развиваться как личности, готовиться к решению практических задач современного бизнеса.

Ссылки на источники / References

1. Напсо М. Д. Тренды современного образования: некоторые актуальные аспекты // Вестник Омского государственного педагогического университета. Гуманитарные исследования. – 2023. – № 4 (41). – С. 187–190.
2. Панфилова А. П. Инновационные педагогические технологии: активное обучение: учеб. пособие. – М.: Академия, 2013. – 208 с.
3. Эрганова Н. Е. Педагогические технологии в профессиональном обучении: учеб. – М.: Академия, 2018. – 224 с.
4. Стопп У. Внутренний рассказчик. Как наука о мозге помогает сочинять захватывающие истории. – М.: Individuum, 2022. – 304 с.
5. Armstrong D. Managing by Storying Around: A New Method of Leadership. – New York, 1992. – 272 p.
6. Макки Р. История на миллион долларов. – М.: Альпина нон-фикшн, 2017. – 456 с.
7. Макки Р., Джерас Т. Сториномика: маркетинг, основанный на историях, в пострекламном мире. – М.: Альпина нон-фикшн, 2018. – 280 с.
8. Генцарь-Осипова М., Синюкова М., Крюкова Т. Ш. Продающий сторителлинг. – М.: ИД Комсомольская правда, 2022. – 240 с.
9. Симмонс А. Сторителлинг. Как использовать силу историй. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 270 с.
10. Миллер Д. Метод StoryBrand: расскажите о своем бренде так, чтобы в него влюбились. – М.: Альпина Паблишер, 2020. – 190 с.
11. Кузнецова Т. Пиши и говори! Сторителлинг как инструмент для счастья и бизнеса. – М.: Издательство АСТ, 2019. – 231 с.
12. Хатченс Д. 9 техник сторителлинга. – М.: Попурри, 2019. – 288 с.
13. Кариа А. Вдохновляй своей речью. 23 правила сторителлинга от лучших спикеров TED Talks. – М.: Эксмо, 2018. – 83 с.

14. Галло К. Искусство сторителлинга. Как создавать истории, которые попадут в самое сердце аудитории. – М.: Эксмо, 2021. – 340 с.
 15. Маккена Д., Волгер К. Метод: секреты создания структуры и персонажей в сценарии. – М.: Альпина нон-фикшн, 2018. – 263 с.
 16. Харунжева Е. В., Грылёв И. В. Теоретические основы использования сторителлинга в образовательном процессе // Педагогическое искусство. – 2021. – № 2. – С. 28–32.
 17. Кутепова Л. И., Перевозчикова Н. Г., Егорова Н. Г., Соколова Л. С. Использование технологии сторителлинг в образовательном процессе вуза // БГЖ. – 2021. – № 3(36). – С. 101–104.
 18. Яхновская Ю. С. Коммуникативные практики в образовании: от лекции к сторителлингу // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Философия. Политология. Культурология. – 2020. – № 3. – С. 50–59.
 19. Жернов Е. Е., Кочергин Д. Г. Сторителлинг в преподавании экономических дисциплин: антропное дополнение к цифровизации // Профессиональное образование в России и за рубежом. – 2021. – № 1 (41). – С. 62–68.
 20. Гузенков С. Сторителлинг: пособие для начинающих. – М.: Издательские решения, 2016. – 41 с.
 21. Ермолаева Ж. Е., Лапухова О. В. Сторителлинг как педагогическая техника конструирования учебных задач в вузе // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – № 6 (июнь). – С. 128–137. – URL: <http://e-koncept.ru/2016/16132.htm>
 22. Ермолаева Ж. Е., Лапухова О. В., Герасимова И. Н., Смирнова В. А. Сторителлинг как педагогическая техника передачи явного и неявного знания в вузе // Пожары и ЧС. – 2016. – № 3. – С. 71–76.
 23. Шкунова А. А., Прохорова М. П., Трушкова Д. М. Сторителлинг в преподавании управленческих дисциплин // Проблемы современного педагогического образования. – 2020. – № 69-4. – С. 299–303.
 24. Ланкастер С. Говори, вдохновляй. Как завоевать доверие слушателей и увлечь их своими идеями. – М.: Азбука-Аттикус, 2017. – 255 с.
 25. Токтарова В. И., Семенова Д. А. Цифровой образовательный сторителлинг: возможности и перспективы // КПЖ. – 2023. – № 1 (156). – С. 57–67.
 26. Смит П. Мастер историй. Увлекай, убеждай, вдохновляй. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2016. – 335 с.
 27. Грушевская В. Ю. Применение метода цифрового сторителлинга в проектной деятельности учащихся // Педагогическое образование в России. – 2017. – № 6. – С. 38–43.
 28. Rahiem M. D. H. Storytelling in early childhood education: Time to go digital // ICEP. – 2021. – 15. – 4. – URL: <https://doi.org/10.1186/s40723-021-00081-x>
 29. Rodríguez C. L. Digital Storytelling in Education: A Systematic Review of the Literature // Review of European Studies. – 2021. – Vol. 13. – No. 2. – URL: <https://doi.org/10.5539/res.v13n2p13>
 30. Fernanda Astiz M. Storytelling in the Higher Education Classroom: Why It Matters // College Teaching. – 2020. – Vol. 68. – Is. 4. – URL: <https://doi.org/10.1080/87567555.2020.1785382>
-
1. Napso, M. D. (2023). "Trendy sovremennogo obrazovaniya: nekotorye aktual'nye aspekty" [Trends in modern education: some current aspects], *Vestnik Omskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta. Gumanitarnye issledovaniya*, № 4 (41), pp. 187–190 (in Russian).
 2. Panfilova, A. P. (2013). *Innovacionnye pedagogicheskie tekhnologii: aktivnoe obuchenie [Innovative pedagogical technologies: active learning]: ucheb. posobie*, Akademiya, Moscow, 208 p. (in Russian).
 3. Erganova, N. E. (2018). *Pedagogicheskie tekhnologii v professional'nom obuchenii [Pedagogical technologies in vocational training]: ucheb.*, Akademiya, Moscow, 224 p. (in Russian).
 4. Storr, U. (2022). *Vnutrennij rasskazchik. Kak nauka o mozge pomogaet sochinyat' zahvatyvayushchie istorii [Inner storyteller. How brain science helps you invent exciting stories]*, Individuum, Moscow, 304 p. (in Russian).
 5. Armstrong, D. (1992). *Managing by Storying Around: A New Method of Leadership*, New York, 272 p. (in English).
 6. Makki, R. (2017). *Istoriya na million dollarov [Million Dollar Story]*, Al'pina non-fikshn, Moscow, 456 p. (in Russian).
 7. Makki, R., & Dzheras, T. (2018). *Storinomika: marketing, osnovannyj na istoriyah, v postreklamnom mire [Storynomics: Story-Based Marketing in a Post-Advertising World]*, Al'pina non-fikshn, Moscow, 280 p. (in Russian).
 8. Gencar'-Osipova, M., Sinyukova, M., & Kryukova, T. Sh. (2022). *Prodayushchij storitelling [Selling storytelling]*, ID Komsomol'skaya pravda, Moscow, 240 p. (in Russian).
 9. Simmons, A. (2013). *Storitelling. Kak ispol'zovat' silu istorij [Storytelling. How to harness the power of stories]*, Mann, Ivanov i Ferber, Moscow, 270 p. (in Russian).
 10. Miller, D. (2020). *Metod StoryBrand: rasskazhite o svoem brende tak, chtoby v nego vlyubilis' [StoryBrand Method: Tell people about your brand so that people fall in love with it]*, Al'pina Publisher, Moscow, 190 p. (in Russian).
 11. Kuznecova, T. (2019). *Pishi i govori! Storitelling kak instrument dlya schast'ya i biznesa [Write and speak! Storytelling as a tool for happiness and business]*, Izdatel'stvo AST, Moscow, 231 p. (in Russian).
 12. Hatchens, D. (2019). *9 tekhnik storitellinga [9 storytelling techniques]*, Popurri, Moscow, 288 p. (in Russian).

13. Karia, A. (2018). *Vdohnovlyaj svoej rech'yu. 23 pravila storitellinga ot luchshih spikerov TED Talks [Inspire with your speech. 23 Rules of Storytelling from Top TED Talks Speakers]*, Eksmo, Moscow, 83 p. (in Russian).
14. Gallo, K. (2021). *Iskusstvo storitellinga. Kak sozdavat' istorii, kotorye popadut v samoe serdce auditorii [The art of storytelling. How to create stories that will hit the heart of your audience]*, Eksmo, Moscow, 340 p. (in Russian).
15. Makkena, D., & Volger, K. (2018). *Memo: sekrety sozdaniya struktury i personazhej v scenarij [Memo: The secrets of creating structure and characters in a script]*, Al'pina non-fikshn, Moscow, 263 p. (in Russian).
16. Harunzheva, E. V., & Grylyov, I. V. (2021). "Teoreticheskie osnovy ispol'zovaniya storitellinga v obrazovatel'nom processe" [Theoretical foundations for the use of storytelling in the educational process], *Pedagogicheskoe iskusstvo*, № 2, pp. 28–32 (in Russian).
17. Kutepova, L. I., Perevozchikova, N. G., Egorova, N. G., & Sokolova, L. S. (2021). "Ispol'zovanie tekhnologii storitelling v obrazovatel'nom processe vuza" [The use of storytelling technology in the educational process of a university], *BGZh*, № 3(36), pp. 101–104 (in Russian).
18. Yahnovskaya, Yu. S. (2020). "Kommunikativnye praktiki v obrazovanii: ot lektsii k storitellingu" [Communicative practices in education: from lecture to storytelling], *Uchenye zapiski Krymskogo federal'nogo universiteta imeni V. I. Vernadskogo. Filosofiya. Politologiya. Kul'turologiya*, № 3, pp. 50–59 (in Russian).
19. Zhernov, E. E., & Kochergin, D. G. (2021). "Storitelling v prepodavanii ekonomicheskikh disciplin: antropnoe dopolnenie k cifrovizatsii" [Storytelling in teaching economic disciplines: an anthropic addition to digitalization], *Professional'noe obrazovanie v Rossii i za rubezhom*, № 1 (41), pp. 62–68 (in Russian).
20. Guzenkov, S. (2016). *Storitelling: posobie dlya nachinayushchih [Storytelling: A Guide for Beginners]*, Izdatel'skie resheniya, Moscow, 41 p. (in Russian).
21. Ermolaeva, Zh. E., & Lapuhova, O. V. (). "Storitelling kak pedagogicheskaya tekhnika konstruirovaniya uchebnykh zadach v vuze" [Storytelling as a pedagogical technique for constructing educational tasks at a university], *Nauchno-metodicheskij elektronnyj zhurnal "Koncept"*, 2016, № 6 (iyun'), pp. 128–137. Available at: <http://e-koncept.ru/2016/16132.htm> (in Russian).
22. Ermolaeva, Zh. E., Lapuhova, O. V., Gerasimova, I. N., & Smirnova, V. A. (2016). "Storitelling kak pedagogicheskaya tekhnika peredachi yavnogo i neyavnogo znaniya v vuze" [Storytelling as a pedagogical technique for transmitting explicit and tacit knowledge in higher education], *Pozhary i ChS*, № 3, pp. 71–76 (in Russian).
23. Shkunova, A. A., Prohorova, M. P., & Trushkova, D. M. (2020). "Storitelling v prepodavanii upravlencheskikh disciplin" [Storytelling in teaching management disciplines], *Problemy sovremennogo pedagogicheskogo obrazovaniya*, № 69-4, pp. 299–303 (in Russian).
24. Lankaster, S. (2017). *Govori, vdohnovlyaj. Kak zavoevat' doverie slushatelej i uvlech' ih svoimi ideyami [Speak, inspire. How to gain the trust of your listeners and captivate them with your ideas]*, Azbuka-Attikus, Moscow, 255 p. (in Russian).
25. Toktarova, V. I., & Semenova, D. A. (2023). "Cifrovoj obrazovatel'nyj storitelling: vozmozhnosti i perspektivy" [Digital educational storytelling: opportunities and prospects], *KPZh*, № 1 (156), pp. 57–67 (in Russian).
26. Smit, P. (2016). *Master istorij. Uvlekaj, ubezhday, vdohnovlyaj [Master of stories. Captivate, convince, inspire]*, Mann, Ivanov i Ferber, Moscow, 335 p. (in Russian).
27. Grushevskaya, V. Yu. (2017). "Primenenie metoda cifrovogo storitellinga v proektnoj deyatel'nosti uchashchihsya" [Application of the digital storytelling method in students' project-based activities], *Pedagogicheskoe obrazovanie v Rossii*, № 6, pp. 38–43 (in Russian).
28. Rahiem, M. D. H. (2021). "Storytelling in early childhood education: Time to go digital", *ICEP*, 15, 4. Available at: <https://doi.org/10.1186/s40723-021-00081-x> (in English).
29. Rodríguez, C. L. (2021). "Digital Storytelling in Education: A Systematic Review of the Literature", *Review of European Studies*, vol. 13, no. 2. Available at: <https://doi.org/10.5539/res.v13n2p13> (in English).
30. Fernanda Astiz, M. (2020). "Storytelling in the Higher Education Classroom: Why It Matters", *College Teaching*, vol. 68, is. 4. Available at: <https://doi.org/10.1080/87567555.2020.1785382> (in English).

Вклад авторов

В. В. Макарова – изучение и анализ литературы отечественных и зарубежных авторов по проблеме применения технологии сторителлинга в системе высшего образования, определение структуры сторителлинга как педагогической технологии обучения будущих менеджеров.

М. Г. Сергеева – изучение и анализ литературы отечественных и зарубежных авторов по проблеме применения технологии сторителлинга в системе высшего образования, определение особенностей применения сторителлинга при подготовке будущих менеджеров.

Contribution of the authors

V.V. Makarova – study and analysis of domestic and foreign authors' works on the issue of using storytelling technology in the higher education system, defining the structure of storytelling as a pedagogical technology for training future managers.

M. G. Sergeeva – study and analysis of domestic and foreign authors' works on the issue of using storytelling technology in the higher education system, identifying the specific features of using storytelling in the preparation of future managers.