

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА УПРАВЛІННЯ

ЗАТВЕРДЖУЮ
Декан факультету економіки
та управління


Андрій КОЦУР
" 30 " серпня 2024 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ
Проректор з науково-
педагогічної роботи


Віктор ОСТРОВЕРХОВ
" 30 " серпня 2024 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ
Директор Інституту


Сергій ПИТЕЛЬ
" 30 " серпня 2024 р.



РОБОЧА ПРОГРАМА
з дисципліни "СТУДІЇ КРЕАТИВНОГО МАРКЕТИНГУ"

Ступінь вищої освіти – бакалавр

Галузь знань 07 "Управління та адміністрування"

Спеціальність 075 "Маркетинг"

Освітньо-професійна програма «Маркетинг»

Кафедра маркетингу

Форма навчання	Курс	Семестр	Лекції (год.)	Практ. (год.)	ІРС (год.)	Тренінг. (год.)	СРС (год.)	Разом (год.)	Залік (сем.)
Денна	2	4	32	14	3	6	95	150	4
Заочна	2	4	8	4			138	150	4

30.08.2024


Тернопіль -2024

Робочу програму склала

к.е.н, доц.



Світлана ХРУПОВИЧ

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри маркетингу,
протокол № 1 від 28 серпня 2024 р.

Завідувач кафедри д.е.н., професор



Тетяна БОРИСОВА

Розглянуто та схвалено групою забезпечення спеціальності «Маркетинг»
протокол № 2 від 30 серпня 2024 р.

Голова групи
забезпечення спеціальності



Тетяна БОРИСОВА

Гарант ОП



Людмила ГАЛЬКО

**СТРУКТУРА РОБОЧОЇ ПРОГРАМИ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
“СТУДІЇ КРЕАТИВНОГО МАРКЕТИНГУ”**

1. Опис дисципліни “Студії креативного маркетингу”

Дисципліна «Студії креативного маркетингу»	Галузь знань, спеціальність, ступінь вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни
Кількість кредитів – 5	Галузь знань 07 „Управління та адміністрування”	Статус дисципліни Дисципліна вільного вибору загального циклу підготовки Мова навчання українська
Кількість залікових модулів - 3	Спеціальність 075 “Маркетинг”	Рік підготовки: <i>Денна – 2</i> <i>Заочна – 2</i> Семестр: <i>Денна – 4</i> <i>Заочна – 4</i>
Кількість змістових модулів - 2	Ступінь вищої освіти - бакалавр	Лекції: <i>Денна – 32 год.</i> <i>Заочна – 8 год.</i> Практичні заняття: <i>Денна – 14 год.</i> <i>Заочна – 4 год.</i>
Загальна кількість годин - 150		Самостійна робота <i>Денна – 95 год.</i> <i>Заочна – 138 год.</i> Тренінг: <i>Денна – 6 год.</i> Індивідуальна робота: <i>Денна – 3 год.</i>
Тижневих годин: – 10 год., з них аудиторних 3 год., самоств. – 7 год.		Вид підсумкового контролю залік

2. Мета і завдання дисципліни “Студії креативного маркетингу”

2.1. Мета вивчення дисципліни

Креатив – це шалена людська здатність, завдяки якій людство ще може змагатися із світом машин. Штучний інтелект не вміє автоматизувати креативність, а у нас є шанс до створення інновацій. У маркетингу креатив пов'язаний із завданням викликати емоції та бажанням придбати товар, адже грошовий потік у бізнесі може надходити тільки від лояльного клієнта. Креативність – це паливо для бізнесу, що дозволяє об'єднати функціональну задачу продукту та емоційний резонанс.

2.2. Завдання вивчення дисципліни:

Завдання Студій креативного маркетингу – навчити студентів створювати ідеї, шукати інсайт та втілювати ці ідеї у майбутні проекти. Автори курсу, на основі багатьох досліджень зробили висновки, що креативність - це навик, який можна отримати в результаті тренувань, а інсайт, як усвідомлене прозріння, може «прийти» лише у заповнений необхідною інформацією мозок.

2.3. Найменування та опис навичок, формування котрих забезпечує вивчення дисципліни:

Студент повинен набути наступні навички:

Комунікаційні навички. Здатність до ефективного комунікування та до представлення складної комплексної інформації у стислій формі усно та письмово, використовуючи інформаційно - комунікаційні технології та відповідні професійні терміни.

Ораторські навички. Вміти виступати публічно, тримати увагу аудиторії, переконувати аудиторію та відчувати зв'язок із нею.

Гнучкість мислення. Набуття гнучкого мислення, відкритість до застосування економічних знань та компетентностей в широкому діапазоні можливих місць роботи та повсякденному житті. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

Робота в команді. Здатність виконувати практичні завдання в групі під керівництвом лідера; навички, що демонструють здатність до врахування умов завдання, планування та управління часом.

Ініціативність та дух підприємництва. Здатність проявляти ініціативу у прийнятті ефективних підприємницьких рішень на внутрішніх та зовнішніх ринках, виявлення та обґрунтування пріоритетних напрямків з організації власного бізнесу

3. Програма навчальної дисципліни: “ Студії креативного маркетингу ”

Змістовий модуль 1. Методи тренування креативності

СТУДІЯ 1. Розвиток креативності

Ознайомитися із поняттями «творчість», «креатив», «креативність». Знати як вийти за межі стереотипного мислення. Навчитися застосовувати дедукцію і індукцію для виявлення потенціалу креативності. Використовувати перфоманс для розвитку креативності. Вміти шукати натхнення для креативу та брендування у творах мистецтва: мистецтво, наука і техніка у творах Леонардо да Вінчі; імпресіонізм Вінсента ван Гога: сучасні рішення для креативщиків; рекламні ідеї Сальвадора Далі; твори Катерини Білокур і сьогодення актуальність її робіт. Освоїти техніки креативного мислення.

СТУДІЯ 2. “Think Creative”

Рішення задачі «7 перпендикулярних червоних ліній». Вправа «Активатор». Вправа «Поєднання з не поєднаним». Гра «Конструктор»

Етика використання креативних рішень в умовах військового стану.

Креативні технології для збільшення донатів військовим: збір на «Байрактар» Фондом Сергія Притули.

СТУДІЯ 3. Дизайн мислення. Інсайт

Ознайомитися із методом «Дизайн мислення». Навчитися розуміти людей та генерувати нові рішення. Зрозуміти, чому так важливо знайти інсайт – могутню зброю у війні з конкурентами. Розглянути етапи дизайн мислення. Емпатія. Аналіз і синтез. Генерування ідей. Прототипування. Тестування. Оволодіти інструментами на кожному етапі: Будувати портрет людини (клієнта); Інтерв'ю, спостереження; Мозковий штурм; Сторітелінг; Навчитися візуалізувати шлях клієнта; Освоїти рефреймінг, як інструмент дизайнера.

СТУДІЯ 4 Ідеї в комунікаціях

Оволодіти технікам пошуку ідей там, де ніхто не шукав. Навчитися описувати key customer за допомогою шаблону комунікацій. Креативність, сміливість та інтрига у просуванні політичного продукту. Вміти використовувати техніки комунікацій від відомих людей; - вміння створювати комбінації старих елементів і побачити нові зв'язки як *Стів Джобс*; - мистецтво задавати питання, щоб побачити невідому частину креативу *Ілона Маска*. Створювати комунікації таким чином, щоб люди не блокували рекламу. Роль телесеріалів у моделюванні споживчих уподобань товарів, послуг та політичного продукту. Навчитися знімати відеоролики за написаним Сторітелінгом (головний герой, антагоніст, інтрига, конфлікт).

Змістовий модуль 2. Інструменти і техніки розвитку креативних навичок

СТУДІЯ 5 Візуалізація – інструмент для креативності

Тренування навички «візуалізації». Вираження ідей за допомогою візуалізації. Інструменти для застосування візуалізації: скрайбінг технологія. Скечноутінг, інтелект-карти, ментальні карти.

Технологія «дудлінг».

СТУДІЯ 6 Ораторське мистецтво

Навчитися будувати план і структуру виступу. Вміти працювати з аудиторією і оволодіти технологією правильних відповідей на запитання. Навчитися працювати з паузами та логічними наголосами в тексті промови. Прийом скелетування. Практикуватися з мімікою, жестами та поглядом оратора. Оволодіти секретами переконливої мови. Освоїти мистецтво створення енергетики під час виступу.

СТУДІЯ 7 Ефективні презентації. Дизайн

Інформація «мівіна» не працює. Ідентифікація цілі презентації. Чому? Що? Як?, дизайн презентації. Типографія: магія перевтілення думок у слова, що захоплюють

СТУДІЯ 8 Івент - Маркетинг

Тонкощі event-маркетингу. Типи івентів. Думай, як гість. Розробка проектного плану: Ідея івенту та дата; Ідеальна команда; Локація; Бюджетування; Таймінг та постпродакшн; Прочування.

**4. Структура залікового кредиту з дисципліни “ Студії креативного маркетингу ”
(денна форма навчання)**

	<i>Кількість годин</i>					
	Лекції	Практичні заняття	Самостійна робота	Індивід. робота	Тренінг, КПЗ	Контрольні заходи
Змістовий модуль 1. Методи тренування креативності						
Студія 1. Розвиток креативності	4	2	12	1	2	Ділові ігри, завдання, моделювання прототипів
Студія 2. “Think Creative”	4	2	12			
Студія 3. Дизайн мислення. Інсайт	4	2	12			
Студія 4. Ідеї в комунікаціях	4	2	11			
Змістовий модуль 2. Інструменти і техніки розвитку креативних навичок						
Студія 5. Візуалізація – інструмент для креативності	4	2	12	2	4	Ділові ігри, завдання, моделювання прототипів
Студія 6. Ораторське мистецтво	4	2	12			
Студія 7. Ефективні презентації. Дизайн	4	2	12			
Студія 8. Івент- Маркетинг	4		12			
Разом	32	14	95	3	6	

(заочна форма навчання)

	Лекції	Практичні заняття	Самостійна робота
Студія 1. Розвиток креативності	2	2	18
Студія 2. “Think Creative”			18
Студія 3. Дизайн мислення. Інсайт			18
Студія 4. Ідеї в комунікаціях			18
Студія 5. Візуалізація – інструмент для креативності	2	2	18
Студія 6. Ораторське мистецтво			16
Студія 7. Ефективні презентації. Дизайн			16
Студія 8. Івент- Маркетинг			16
Разом	8	4	138

5. Тематика практичних занять

1. Практичне заняття Студії №1

Тема: Розвиток креативності

Мета: Ознайомитися із методами розвитку і тренування креативності.

Завдання для практичного виконання:

Експрес тестування. Інтерв'ю

Виявлення потенціалу креативності.

Ділова гра у командах: «5 різних слів – один продукт»

Прокачка лідерських здібностей, командна робота, розвиток критичного мислення

Ділова гра «Асоціації».

2. Практичне заняття Студії №2

Тема: “Think Creative”

Мета: Ознайомитися з модулями креативності, практикувати інструменти креативності

Завдання для практичного виконання:

Рішення задачі «7 перпендикулярних червоних ліній»

Вправа «Активатор»

Вправа «Поєднання з не поєднаним»

Гра «Конструктор»

Етика використання креативних рішень в умовах військового стану.

Креативні технології для збільшення Донатів військовим: збір на «Байрактар» Фондом Сергія Притули.

3. Практичне заняття Студії №3

Тема: Дизайн мислення. Інсайт

Мета: Практикувати метод «Дизайн мислення», вивчити його етапи

Завдання для практичного виконання:

Синтез думок на основі спостереження

Дослідіть чим живуть люди і чого потребують люди, для яких потрібно створити продукт (дається для кожної групи).

Розробіть модель найпростішого прототипу ідей;

Зробіть опитування, чи це допоможе вирішити проблему

Дискусія

Використовуючи рефреймінг, уявіть речі яких не існує, але їх можна буде втілити в життя

Мозковий штурм Зробити для бренду рекламу

Побудувати для цього портрет людини

Записати Сторітелінг для цього бренду.

4. Практичне заняття Студії №4

Тема: Ідеї в комунікаціях

Мета: Навчитися знімати відеоролики і створювати сценарій рекламного Сторітелінгу

Завдання для практичного виконання:

Стратегічна сесія

Визначення key customer – людину, для якої потрібно створити продукт

Мозковий штурм

Запропонуйте ідеї для комунікацій відомому політику.

Навчитися використати нейрообладнання для ідентифікації думок

Синтез думок

Створення бренду «Піди туди не знаю куди, Принеси то, не знаю що »

Навчитися використати нейрообладнання для ідентифікації думок

5. Практичне заняття Студії №5

Тема: Візуалізація – інструмент для креативності

Мета: Тренувати навички візуалізації

Завдання для практичного виконання:

Вправа «Інше застосування предмету»

Промалювати Інтелект-карту з певного завдання.

Індивідуальна робота + менторство керівника курсу

Скрайбінг, Інтелект-карта

6. Практичне заняття Студії №6

Тема: Ораторське мистецтво

Мета: Практикувати індивідуально з кожним студентом ораторське мистецтво.

Завдання для практичного виконання:

Індивідуальна робота + менторство керівника курсу

Сторітелінг

Скласти і розказати історію з використанням тричастотної структури тексту

Ділові ігри

Відпрацювання навичок і техніки переконання

Бізнес-симуляція

Виступ на вибрану тему в стилі TED конференції, скласти план і структуру.

Відповідати на незручні питання. Опрацювати навички «тримаю удар»

7. Практичне заняття Студії №7,8

Тема: Ефективні презентації. Дизайн. Івент - Маркетинг

Мета: Створити ефективні презентації та проектний план для івент-події

Завдання для практичного виконання:

Методика «Правило трьох»

Індивідуальна робота + менторство керівника курсу

Розробити тематичний сценарій презентації.

Оволодіти інструментами різних серверів для створення презентацій.

Командна робота - генерація ідей, щодо проведення тематичного івенту, процес підготовки заходу, розподіл ролей.

Розробка чіткого, поетапного плану проведення майбутнього івенту.

6. Самостійна робота.

Студенти самостійно виконують кожне із практичних завдань за тематиками Студій.
Максимальна кількість балів за проект кожної студії - 100 балів.

№ п/п	Тематика
1.	Студія 1. Розвиток креативності Подивитися британсько-польський перший в світі повнометражний анімаційний фільм <i>Ван Гог. З любов'ю Вінсент</i> , 2017 рік https://www.youtube.com/watch?v=jruelN0e1fM . Виявити які гачки є у цій роботі, що змінюють стереотипність мислення у кінематографі. Запишіть, які ідеї з картин Ван Гога ви би використали у брендуванні
2.	Студія 2. "Think Creative" Пройти тест на творчі здібності. Переглянути https://www.youtube.com/watch?time_continue=91&v=BDaxl4xqJ4&feature=emb_logo В музеї Сальвадора Далі в м. Сейнт-Петерсбург (штат Флоріда) з 11 травня 2019 року для всіх відвідувачів музею відкритий проект "Живий Далі", де художник "ожив" на інтерактивному екрані. Опишіть ваші, враження від побаченого та у чому проявляється креатив даного проекту?
3.	Студія 3. Дизайн мислення. Інсайт Подивитися фільм «Соціальна мережа», 2010 рік, режиссер Девід Фінчер https://uakino.club/film/genre_drama/117-socalna-merezha.html Що Ви повинні з перегляду вловити: актуальність для сьогодення; фільм є мотиватором генерації ідей. Мотивує на дію і не важливо, у якій сфері. швидкість досягнення успіху у нового покоління; побачити обидві сторони шляху досягнення цього успіху. Завдання: Виявити ці обидві сторони і зробити висновок самостійно: Фейсбук Цукерберга це його унікальна ідея, чи крадена? Висновок зробіть, знаючи результати, які дає людству Соціальна мережа станом на сьогодні
4.	Студія 4. Ідеї в комунікаціях Робота в групах Уявіть себе сценаристами, режисерами, креативними директорами. Зніміть відеоролик (30 сек.), починаючи із фрази «Ця історія про те як...»
5.	Студія 5. Візуалізація – інструмент для креативності Розробити відео-скрайбінг з цікавої тематики. Книги з тематики: – «Визуальные заметки» Майк Роуди – «Визуальное Мышление» Дэн Роэм – «Практика визуального мышления» Дэн Роэм – «Скрайбинг. Объяснить просто» П.Петровский, Н. Любецкий, М. Кутузова https://bookz.ru/authors/nikolai-lubeckii/skraibin_290.html
6.	Студія 6. Ораторське мистецтво Подивитися промову Марка Цукерберга в Гарварді https://www.youtube.com/watch?v=A8_Sg3QheNQ Написати есе-рефлексію (до 500 слів) на цю промову, зробити власні висновки
7.	Студія 7. Ефективні презентації. Дизайн Книги з тематики:

	"Slide:ology. Мистецтво створення надзвичайних презентацій" Ненсі Дуарте "Resonate. Захопи аудиторію своєю ястравою історією" Ненсі Дуарте "Пиши, скорочуй" Максим Іляхов, Людмила Саричева "Почни з Чому" Саймон Синек
8.	Студія 8. Івент- Маркетинг Перегляд успішно проведених івентів та їх аналіз (переваги/ недоліки)
Разом:	

7. Тренінг з дисципліни

Навчитися користуватися обладнанням Лабораторії маркетингових досліджень

Смартфон (власні кожного студента)

Ноутбук, персональні комп'ютери

Цифрова відеокамера (1)

Навушники (6)

Мікрофон

Диктофон

Монопод, штатив-селфі для смартфонів і екшн камер YUNTENG 9928 (4)

Стабілізатор Zhiyun Smooth 4 для телефона і екшн камер

Сферична екшн камера Самсунг ()

Штатив Velbon EX 440

Фотобокс (5)

Призначено для зйомок відеореклами, відеоблогів, інтерв'ю та фотографій

Нейрообладнання

EEG для вимірювання електричної активності мозку респондента (2)

Eye-tracker для дослідження групової та індивідуальної поведінки споживача (8)



8. Засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання

У навчальному процесі застосовуються: лекції, в тому числі з використанням проектора та інших ТЗН; практичні заняття; індивідуальні заняття; виконання розрахунково-графічних завдань під керівництвом викладача та самостійно.

В процесі вивчення дисципліни “Студії креативного маркетингу” використовуються наступні методи оцінювання навчальної роботи студента за 100-бальною шкалою:

- поточне опитування;
- індивідуальні і групові завдання кожної студії;

- модульний контроль;
- самостійна робота, її перевірка;
- оцінювання роботи на тренінгу;
- залік.

9. Критерії, форми поточного та підсумкового контролю

Підсумковий бал (за 100-бальною шкалою) з дисципліни “Студії креативного маркетингу” визначається як середньозважена величина, в залежності від питомої ваги кожної складової залікового кредиту

Заліковий модуль 1		Заліковий модуль 2	Модуль 3
40%		40%	15%
Поточне оцінювання	Модульний контроль	Тренінг	Самостійна робота
Визначається як середнє арифметичне оцінок, отриманих під час практичних занять 1-7 (кожен здобувач оцінується не рідше як раз на два заняття). Пропуски відпрацьовуються у час консультацій, інакше оцінка =0 та враховується при визначенні середнього арифметичного оцінки.	Середнє арифметичне за оцінками завдань в MOODLE за Студіями 1-8. У позааудиторний час.	Оцінка, отримана під час тренінгу за виконання завдання тренінгу щодо навиків практичного використання обладнання спеціалізованого класу.	Визначається як середнє арифметичне з оцінок, отриманих під час вивчення дисципліни за самостійну роботу, відповідно до виконаних завдань розділу 6.

Шкала оцінювання:

За шкалою ЗУНУ	За національною шкалою	За шкалою ECTS
90–100	відмінно	A (відмінно)
85–89	добре	B (дуже добре)
75-84		C (добре)
65-74	задовільно	D (задовільно)
60-64		E (достатньо)
35-59	незадовільно	FX (незадовільно з можливістю повторного складання)
1-34		F (незадовільно з обов’язковим повторним курсом)

10. Інструменти, обладнання та програмне забезпечення, використання яких передбачає навчальна дисципліна

У процесі вивчення дисципліни «Студії креативного маркетингу» студенти користуються обладнанням та інструментами лабораторії нейромаркетингу та реклами ЗУНУ, а саме: проектор, автономна акустика TS SL-1230, акустична система F@D, фоторота студійні (3 кріплення і фотофони-2 шт), диктофон

ZOOM H1, екран проекційний ELITE SCREENS, калькулятор Сітізен, камера-екшн Insta360 Air, камера Logitech, комутатор мережевий D-Link 1005, монопод для камери, плакат-банер інформаційний, стабілізатор Zhiyus Smooth4, фліпчарт Ахент, фотоапарат Canon, фотобокс з під світлою Visico, штатив Velbon, мікрофон петличний, набір блогера 2 в 1 штатив з зажимом для телефона, навушники, EyeTracker, EEG, графічний планшет, маркери, папір.

Навчальна дисципліна передбачає використання такого програмного забезпечення, онлайн-сервісів та онлайн-мереж:

1. NeuroLab;
2. SendPulse;
3. Facebook
4. Instagram

Всі матеріали дисципліни «Студії креативного маркетингу» завантажено на платформу дистанційного навчання MOODLE ЗУНУ, в т.ч. електронний варіант лекцій та методичні вказівки щодо виконання самостійної роботи (електронний варіант).

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

1. Жегус О. В. Маркетингові дослідження : навчальний посібник. Харків, 2020. 237 с.
2. Креативний менеджмент: Навчальний посібник / Л. Є. Довгань, Н. І. Ситник. Київ: НТУУ «КПІ», 2020. 248 с.
3. Майкл Міхалко. 21 спосіб Мислити креативно. Київ.: Книжковий клуб, 2021. 400с.
4. Максим Іляхов, Людмила Саричева. Пиши, скорочуй. Київ: Бук шеф: 2021, 440 с.
5. Назарова Г. В. Креативна економіка та менеджмент : навчальний посібник [Електронний ресурс] / Г. В. Назарова, Ю. В. Сотнікова. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2020. 160 с. ISBN 978-966-676-718-2
6. Окорський В. П., Валюх А. М. Креативний менеджмент: Підручник. Рівне : НУВГП, 2020. 344 с.
7. Саймон Сінек. Почни з чому. Київ: Основа, 2022. 256 с.
8. Хрупович Світлана, Процишин Юлія. Студії креативного маркетингу : електронний **навч. посібник**. Тернопіль: Західноукраїнський національний університет, 2021. 146 с. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/handle/316497/42341>
9. Шрагіна Л. І. Технологія розвитку креативності. Київ: Шк. світ, 2022. 160 с. (Серія «Психологічна скарбничка»).