

Силабус курсу

СТУДІЇ КРЕАТИВНОГО МАРКЕТИНГУ

Ступінь вищої освіти – бакалавр

Освітньо-професійна програма: *Підприємництво та торгівля*

Рік навчання: II, Семестр: 4

Кількість кредитів: 5 Мова викладання: українська

Керівники курсу

Хрупович Світлана Євгенівна



к.е.н., доцент кафедри маркетингу ЗУНУ

Сертифікований ментор курсу «Introduction to Business» від Естонської бізнес школи.

Викладач та розробник модулів «Гроуз хакінг. Нейромаркетинг» сертифікованих курсів з Інтернет маркетингу ЗУНУ

Викладач на курсах Digital marketing українсько-шведської ІТ школи Beetroot Academy

Отримала сертифікат за курсом «Жінки в ІТ», де розвивала Hard Skills у бізнес-аналітиці, проектному менеджменті та Інтернет маркетингу. Консультант з питань маркетингу та бізнес - планування у громадській організації «Відродження нації», що фінансується Міжнародною організацією з міграції.

Контактна інформація

skhrupovych@gmail.com, +380974668395

<https://www.facebook.com/okhrupovych>



Процишин Юлія Тарасівна

к.е.н., доцент кафедри маркетингу ЗУНУ

Викладач та розробник модулів «WEB-маркетинг: SMM» та «Email-маркетинг» сертифікованих курсів з Інтернет маркетингу ЗУНУ

Викладач на курсах Digital marketing українсько-шведської ІТ школи Beetroot Academy

Отримала сертифікат за курсом:

- «Women in tech: Змінюємо світ ІТ» (ГО «IT-cluster»);
- «SMM-школа» (офлайн SMM-школі);
- «Основи цифрового маркетингу» (Google Digital Workshop);
- онлайн курс «Креативність у викладанні» (BRITISH COUNCIL, Вище);
- онлайн курс «Ефективні презентації» (Вище);

"Школа HR. Event Management".

Контактна інформація

melenchkyuliia@gmail.com, +380673494188

Опис курсу

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.

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.

Формат курсу

Весь курс структуровано на вісім інтенсивних практикумів, які будуть проходити за окремими тематиками у вигляді студій. Головні цілі навчального курсу - через систему певних методик і технологій - сформувати універсального спеціаліста, який би навчився поєднувати стратегію бізнесу і креатив, використовуючи такі внутрішні інструменти людини як відкритість, гумор, практичний та емоційний інтелект, енергію, зосередженість.

В результаті вивчення дисципліни формуються наступні компетентності

Загальні компетентності

Формування soft skills

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

Результати навчання

- ✓ Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.
- ✓ Засвоїти нові методи, засоби і технології розвитку креативності, зокрема ті, які змінюють стереотипність мислення;
- ✓ Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.
- ✓ Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері бізнесу.
- ✓ Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.
- ✓ Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

Структура курсу

№з/п	Тема, формат діяльності	Результати навчання	Завдання для практичних занять і самостійної роботи
1	<p>СТУДІЯ 1 Розвиток креативності</p> <p><i>Лекція F2F</i> <i>Практичне заняття F2F</i> <i>Самостійна робота - online</i> <i>консультація</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ознайомитися із поняттями «творчість», «креатив», «креативність» 2. Знати як вийти за межі стереотипного мислення. 3. Навчитися застосовувати дедукцію і індукцію для виявлення потенціалу креативності. 4. Використовувати перфоманс для розвитку креативності. 5. Вміти шукати натхнення для креативу та брендування у творах мистецтва: <ul style="list-style-type: none"> - мистецтво, наука і техніка у творах Леонардо да Вінчі; - імпресіонізм Вінсента ван Гога: сучасні рішення для креативчиків; - рекламні ідеї Сальвадора Далі; - твори Катерини Білокур і сьогоденна актуальність її робіт. 6. Освоїти техніки креативного мислення. 	<p>■ Експрес тестування. Інтерв'ю Виявлення потенціалу креативності.</p> <p>■ Ділова гра у командах «5 різних слів – один продукт» Прокачка лідерський здібностей, командна робота, розвиток критичного мислення</p> <p>■ Ділова гра «Асоціації».</p> <p>Для самостійного опрацювання Подивитися британсько-польський перший в світі повнометражний анімаційний фільм Ван Гог. З любов'ю Вінсент, 2017 рік https://www.youtube.com/watch?v=jrueIN0e1fM.</p> <p>■ Виявити які гачки є у цій роботі, що змінюють стереотипність мислення у кінематографі.</p> <p>■ Запишіть, які ідеї з картин Ван Гога ви би використали у брендуванні</p>
2	<p>СТУДІЯ 2 “Think Creative”</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Що таке творче мислення. 2. Модулі креативності: <ul style="list-style-type: none"> - допитливість; - уява; - гнучкість; - чіткість. 3. Асоціації - інструмент креативності. 	<p>■ Рішення задачі «7 перпендикулярних червоних ліній»</p> <p>■ Вправа «Активатор»</p> <p>■ Вправа «Поєднання з не поєднаним»</p> <p>■ Гра «Конструктор»</p> <p>Для самостійного опрацювання Пройти тест на творчі здібності. Переглянути https://www.youtube.com/watch?time_continue=91&v=BI0Daxl4xqJ4&feature=emb_logo В музеї Сальвадора Далі в м. Сейнт-Петерсбург (штат</p>

<p>Лекція F2F Практичне заняття F2F Самостійна робота - online консультація</p>		<p>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?</p>
<p>3</p> <p>СТУДІЯ 3 Дизайн мислення. Інсайт</p> <p>Лекції F2F Практичні заняття F2F Самостійна робота - online консультація</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ознайомитися із методом «Дизайн мислення». 2. Навчитися розуміти людей та генерувати нові рішення. 3. Зрозуміти, чому так важливо знайти інсайт - могутню зброю у війні з конкурентами. 4. Розглянути етапи дизайн мислення <ul style="list-style-type: none"> - Емпатія. - Аналіз і синтез. - Генерування ідей - Прототипування. - Тестування 5. Оволодіти інструментами на кожному етапі: <ul style="list-style-type: none"> - Будувати портрет людини (клієнта) - Інтерв'ю, спостереження - Мозковий штурм - Сторітелінг 6. Навчитися візуалізувати шлях клієнта 7. Освоїти рефреймінг, як інструмент дизайнера. 	<p>■ Синтез думок на основі спостереження</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 <p>■ Дискусія</p> <p>Використовуючи рефреймінг, уявіть речі яких не існує, але їх можна буде втілити в життя</p> <p>■ Мозковий штурм</p> <p>Зробити для бренду рекламу</p> <p>Побудувати для цього портрет людини</p> <p>Записати Сторітелінг для цього бренду.</p> <p>Для самостійного опрацювання</p> <p>Подивитися фільм «Соціальна мережа», 2010 рік, режиссер Девід Фінчер https://uakino.club/film/genre_drama/117-socalna-merezha.html</p> <p>Що Ви повинні з перегляду вловити:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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. <p>Завдання:</p> <p>■ 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</p>

<p>4</p>	<p>СТУДІЯ 4 Ідеї в комунікаціях</p> <p><i>Лекції F2F Практичні заняття F2F Самостійна робота -online консультація</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Оволодіти технікам и пошуку ідей там, де ніхто не шукав 2. Навчитися описувати key customer за допомогою шаблону комунікацій 3. Креативність, сміливість та інтрига у просуванні політичного продукту 4. Вміти використовувати техніки комунікацій від відомих людей; <ul style="list-style-type: none"> - вміння створювати комбінації старих елементів і побачити нові зв'язки як Стів Джобс; - мистецтво задавати питання, щоб побачити невідому частину креативу Ілона Маска. 5. Створювати комунікації таким чином, щоб люди не блокували рекламу. 6. Роль телесеріалів у моделюванні споживчих уподобань товарів, послуг та політичного продукту 7. Навчитися знімати відеоролики за написаним Сторітелінгом (головний герой, антагоніст, інтрига, конфлікт). 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Стратегічна сесія Визначення key customer - людину, для якої потрібно створити продукт ■ Мозковий штурм Запропонуйте ідеї для комунікацій відомому політику. <i>Навчитися використати нейрообладнання для ідентифікації думок</i> ■ Синтез думок Створення бренду «Піди туди не знаю куди, Принеси то, не знаю що» <i>Навчитися використати нейрообладнання для ідентифікації думок</i> <p>Для самостійного опрацювання</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Робота в групах Уявіть себе сценаристами, режисерами, креативними директорами. Зніміть відеоролик (30 сек.), починаючи із фрази «Ця історія про те як...»
<p>5</p>	<p>СТУДІЯ 5 Візуалізація – інструмент для креативності</p> <p><i>Лекції F2F Практичні заняття F2F Самостійна робота -online консультація</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Тренування навички «візуалізації» 2. Вираження ідей за допомогою візуалізації. 3. Інструменти для застосування візуалізації: <ul style="list-style-type: none"> - Скрайбінг технологія. - Скечноутінг, інтелект-карти, ментальні карти. - Технологія «дудлінг». 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Вправа «Інше застосування предмету» ■ Промалювати Інтелект-карту з певного завдання. ■ Індивідуальна робота + менторство керівника курсу Скрайбінг, Інтелект-карта <p>Для самостійного опрацювання Розробити відео-скрайбінг з цікавої тематики. Книги з тематики:</p> <ul style="list-style-type: none"> - «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

<p>6</p>	<p>СТУДІЯ 6 Ораторське мистецтво</p> <p><i>Лекції F2F</i> <i>Практичні заняття F2F</i> <i>Самостійна робота -online</i> консультація</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Навчитися будувати план і структуру виступу. 2. Вміти працювати з аудиторією і оволодіти технологією правильних відповідей на запитання. 3. Навчитися працювати з паузами та логічними наголосами в тексті промови. Прийом скелетування. 4. Практикуватися з мімікою, жестами та поглядом оратора. 5. Оволодіти секретами переконливої мови. 6. Освоїти мистецтво створення енергетики під час виступу. 	<p>■ Індивідуальна робота + менторство керівника курсу Сторітелінг Скласти і розказати історію з використанням тричастотної структури тексту</p> <p>■ Ділові ігри Відпрацювання навичок і техніки переконання</p> <p>■ Бізнес-симуляція Виступ на вибрану тему в стилі TED конференції, скласти план і структуру. Відповідати на незручні питання. Опрацювати навички «тримаю удар»</p> <p>Для самостійного опрацювання Подивитися промову Марка Цукерберга в Гарварді https://www.youtube.com/watch?v=A8_Sg3QheNQ</p> <p>■ Написати есе-рефлексію (до 500 слів) на цю промову, зробити власні висновки</p>
<p>7</p>	<p>СТУДІЯ 7 Ефективні презентації. Дизайн</p> <p><i>Лекція F2F</i> <i>Практичне заняття F2F</i> <i>Самостійна робота -</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Інформація «мівіна» не працює. 2. Ідентифікація цілі презентації. 3. Чому? Що? Як?, дизайн презентації. 4. Типографія: магія перевтілення думок у слова, що захоплюють. 	<p>■ Методика «Правило трьох»</p> <p>■ Індивідуальна робота + менторство керівника курсу Розробити тематичний сценарій презентації. Оволодіти інструментами різних серверів для створення презентацій.</p> <p>Книги з тематики:</p> <ul style="list-style-type: none"> – "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

Лекції F2F
Практичні заняття F2F
Самостійна робота -

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

■ **Командна робота** - генерація ідей, щодо проведення тематичного івенту, процес підготовки заходу, розподіл ролей. Розробка чіткого, поетапного плану проведення майбутнього івенту.

Для самостійного опрацювання

Перегляд успішно проведених івентів та їх аналіз (переваги/ недоліки)

Для дисципліни використовується обладнання лабораторії маркетингових досліджень ЗУНУ



- 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)



КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ

ЗУНУ



Літературні джерела

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 І. І. Технологія розвитку креативності. Київ: Шк. світ, 2022. 160 с. (Серія «Психологічна скарбничка»).

- **Політика щодо дедлайнів та перескладання:** Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (-20 балів). Перескладання модулів відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
- **Політика щодо академічної доброчесності:** Списування під час контрольних заходів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів).
- **Політика щодо відвідування:** Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання, за яке нараховуються бали. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі за погодженням із керівником курсу.

Самостійна робота (для тренування креативності)

КНИГИ (розвивають уяву)	ФІЛЬМИ	ІНТЕЛЕКТУАЛЬНІ СЕРІАЛИ – мають багато креативних гачків
<p>12 стільців, Ільф та Петров</p> <p>Атлант розправив плечі. Айн Ренд</p> <p>Анатомія сарафанного радіо, Емануїл Розен</p> <p>Злом маркетингу, Філ Барден</p> <p>Злом креативу. Ден Кеннеді</p> <p>Джерело. Айн Ренд</p> <p>Думай повільно, вирішуй швидко, Даніель Канеман</p> <p>Золоте теля, Ільф та Петров</p> <p>Як люди думають. Дмитро Чернишов</p> <p>Маркетингові війни. Джек Траут</p> <p>Роздуми. Марк Аврелій</p> <p>Психологія впливу. Роберт Чалдіні</p> <p>Зроблено в Америці. Сем Уолтон</p> <p>Трест, який лопнув. О. Генрі</p> <p>Фіолетова корова, Сет Годін</p>	<p>99 франків</p> <p>Аліса в Задзеркаллі, 2016</p> <p>Гаррі Поттер</p> <p>Геній: Як Стів Джобс змінив світ</p> <p>Джобс: Імперія соблазна» (Jobs) (2013)</p> <p>Готель Гранд Будапешт</p> <p>Инсайдери / Inside Job, 2010, документальний,</p> <p>Назад у майбутнє</p> <p>Найвеличнійший фільм із всіх коли-небудь проданих, 2011</p> <p>Засновник</p> <p>Сироп</p> <p>Сімейка Джонсів</p> <p>Соціальна мережа</p> <p>Стажер</p> <p>Сфера</p> <p>Трест, який лопнув</p> <p>Чарлі та шоколадна фабрика</p> <p>Людина, яка змінила все</p> <p>Чудовий Гетсбі</p> <p>Шоу Трумена</p>	<p>Абсолютна влада</p> <p>Божевільні (Mad man)</p> <p>Велика маленька брехня</p> <p>Гра Престолів</p> <p>Картковий будинок</p> <p>Кремнієва долина</p> <p>Офіс</p> <p>Пліткарка</p> <p>Політик</p> <p>Твін Пікс</p> <p>Чорне дзеркало</p> <p>Шерлок</p>

Оцінювання

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%		5%	15%
<p>Поточне оцінювання</p> <p>Визначається як середнє арифметичне оцінок, отриманих під час практичних занять 1-8 (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.</p>	<p>Модульний контроль</p> <p>Середнє арифметичне за оцінками завдань в MOODLE за Студіями 1-8. У позааудиторний час.</p>	<p>Тренінг</p> <p>Оцінка, отримана під час тренінгу за виконання завдання тренінгу щодо навиків практичного використання обладнання спеціалізованого класу.</p>	<p>Самостійна робота</p> <p>Визначається як середнє арифметичне з оцінок, отриманих під час вивчення дисципліни за самостійну роботу, відповідно до виконаних завдань розділу 6.</p>

Шкала оцінювання студентів:

ECTS	Бали	Зміст
A	90-100	відмінно
B	85-89	добре
C	75-84	добре
D	65-74	задовільно
E	60-64	достатньо
FX	35-59	незадовільно з можливістю повторного складання
F	1-34	незадовільно з обов'язковим повторним курсом