



Навчально-науковий інститут економіки,  
управління, права та інформаційних технологій

КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

# КРЕАТИВНИЙ МАРКЕТИНГ

Розробник:  
**Дядик Тетяна** –  
доцент кафедри маркетингу,  
к.е.н., доцент



<b>Назва навчальної дисципліни</b>	<b>КРЕАТИВНИЙ МАРКЕТИНГ</b>
<b>Місце в індивідуальному навчальному плані здобувача вищої освіти</b>	вибіркова навчальна дисципліна професійної підготовки
<b>Назва структурного підрозділу</b>	Кафедра маркетингу
<b>Контактні дані розробників, які залучені до викладання</b>	Викладач: Дядик Тетяна, к.е.н., доцент Контакти: ауд. 465, навчальний корпус №4 e-mail: <a href="mailto:tetiana.diadyk@pdaa.edu.ua">tetiana.diadyk@pdaa.edu.ua</a> , тел.: 0507465072, сторінка викладача: <a href="https://www.pdaa.edu.ua/people/dyadyk-tetyana-vasylivna">https://www.pdaa.edu.ua/people/dyadyk-tetyana-vasylivna</a>
<b>Рівень вищої освіти</b>	Другий (магістерський) рівень
<b>Спеціальність Освітня програма</b>	075 Маркетинг Маркетинг
<b>Попередні умови для вивчення навчальної дисципліни</b>	Базові знання з маркетингу

### **Заплановані результати навчання:**

***Мета вивчення навчальної дисципліни:*** ознайомлення з принципами та засобами креативної діяльності у сфері маркетингу.

***Основні завдання навчальної дисципліни:*** формування у здобувачів вищої освіти компетентностей стосовно концептуальних основ, принципів, сценаріїв та засобів креативної діяльності у сфері маркетингу; здобуття навичок створювати ідеї, шукати інсайт та втілювати ці ідеї у майбутні проекти.

### ***Компетентності:***

#### ***Загальні:***

ЗК 1. Здатність приймати обґрунтовані рішення.

ЗК 8. Здатність розробляти проекти та управляти ними.

#### ***Спеціальні:***

ФК 6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.

ФК 8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.

### ***Програмні результати навчання:***

ПРН 6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.

## Програма та структура навчальної дисципліни

### Структура курсу

Назви тем	Кількість годин			
	усього	у т. ч.		
		л	п	с.р.
Тема 1. Сутність креативності у бізнесі, розвиток навичок креативності.	14	2	2	10
Тема 2. Нейромаркетинг як інструмент впливу на поведінку споживачів.	16	2	4	10
Тема 3. «Think Creative».	16	2	4	10
Тема 4. Дизайн мислення. Інсайт.	16	2	4	10
Тема 5. Ідеї в комунікаціях.	16	2	4	10
Тема 6. Візуалізація як інструмент креативу.	14	2	2	10
Тема 7. Ораторське мистецтво.	14	2	2	10
Тема 8. Ефективні презентації, дизайн, івент-маркетинг.	14	2	2	10
<b>Усього годин</b>	<b>120</b>	<b>16</b>	<b>24</b>	<b>80</b>

### Оцінювання результатів навчання

Одним із обов'язкових елементів освітнього процесу є систематичний поточний контроль оволодіння компетентностями та підсумкова оцінка рівня досягнення програмних результатів навчання.

### Форми контролю результатів навчання

ПРН	Форми контролю					Разом
	Розв'язання тестів	Виконання практичного завдання	Глосарій	Презентація / Реферат	Тези / Стаття	
ПРН 6	16	24	16	20	24	100
<b>Разом</b>	<b>16</b>	<b>24</b>	<b>16</b>	<b>20</b>	<b>24</b>	<b>100</b>

### Схема нарахування балів з навчальної дисципліни (денна форма навчання)

Назва теми	Форми оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти					Разом
	Розв'язання тестів	Виконання практичного завдання	Глосарій	Презентація / Реферат	Тези / Стаття	
Тема 1. Сутність креативності у бізнесі, розвиток навичок креативності.	2	3	2			7
Тема 2. Нейромаркетинг як інструмент впливу на поведінку споживачів.	2	3	2			7
Тема 3. «Think Creative».	2	3	2			7
Тема 4. Дизайн мислення. Інсайт.	2	3	2			7
Тема 5. Ідеї в комунікаціях.	2	3	2			7
Тема 6. Візуалізація як	2	3	2			7

інструмент креативу.						
Тема 7. Ораторське мистецтво.	2	3	2			7
Тема 8. Ефективні презентації, дизайн, івент-маркетинг.	2	3	2			7
За будь якою темою				20		20
За будь якою темою					24	24
<b>Разом</b>	<b>16</b>	<b>24</b>	<b>16</b>	<b>20</b>	<b>24</b>	<b>100</b>

### Шкала оцінювання:

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	2-х бальна
90 – 100	A	зараховано
82 – 89	B	
74 – 81	C	
64 – 73	D	
60 – 63	E	
35 – 59	FX	незараховано
1 – 34	F	

### Трудомісткість:

Загальна кількість годин – 120 год. Кількість кредитів –4,0. Форма семестрового контролю –залік.

### Політика навчальної дисципліни

Відвідування занять є обов'язковим. Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін. За використання телефонів і комп'ютерних засобів без дозволу викладача, порушення дисципліни здобувач вищої освіти отримує на занятті 0 балів та зобов'язаний відпрацювати таке заняття.

Здобувач вищої освіти повинен дотримуватись [Кодексу академічної доброчесності та Кодексу про етику викладача та здобувача вищої освіти Полтавського державного аграрного університету](#). Дотримання академічної доброчесності здобувачами освіти передбачає: самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю результатів навчання (для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням їхніх індивідуальних потреб і можливостей); посилення на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей; дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права; надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використанні методики досліджень і джерела інформації.

Письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями у межах встановлених норм. У разі виявлення факту плагіату здобувач вищої освіти отримує за завдання 0 балів і повинен повторно виконати його. Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (у т. ч. із використанням мобільних пристроїв). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування. Документи стосовно академічної доброчесності наведені на сторінці АКАДЕМІЧНА ДОБРОЧЕСНІСТЬ ПДАУ: <https://www.pdaa.edu.ua/content/akademichna-dobrochesnist>.

Є можливість опанування даної навчальної дисципліни за програмами академічної мобільності (внутрішньої / міжнародної) за наявними укладеними угодами (договорами) між Університетом та закладом-партнером та / або індивідуальними запрошеннями.

Визнання та перезарахування результатів такого навчання відбувається спеціально створеною комісією на підставі поданих здобувачем вищої освіти відповідних документів з використанням Європейської кредитно-трансферної системи. Організаційні процеси навчання за програмами академічної мобільності регламентуються Положенням про академічну мобільність здобувачів вищої освіти Полтавського державного аграрного університету.

### **Додаткові матеріали для вивчення навчальної дисципліни:**

Презентації, відеоролики, матеріали на платформі MOODLE.

### **Рекомендовані джерела інформації**

#### **Основні**

1. Довгань Л. Є., Ситник Н.І. Креативний менеджмент: Навчальний посібник. Київ: НТУУ «КПІ», 2014. 248 с.
2. Майкл Міхалко. 21 спосіб Мислити креативно. Київ.: Книжковий клуб, 2019. 400с.
3. Максим Іляхов, Людмила Саричева. Пиши, скорочуй. Київ: Бук шеф: 2019, 440 с.
4. Назарова Г.В. Креативна економіка та менеджмент: навчальний посібник. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2018. 160 с.
5. Окорський В. П., Валюх А. М. Креативний менеджмент: Підручник. Рівне: НУВГП, 2017. 344 с.
6. Саймон Сінек. Почни з чому. Київ: Основа, 2016. 256 с.
7. Шрагіна Л. І. Технологія розвитку креативності. Київ: Шк. світ, 2010. 160 с.
8. Ідріс Муті. Брендинг за 60 хвилин. Переклад Олексій Чупа. 2019. 256 с.
9. Деніел Роулз. Цифровий брендинг. Переклад Катерина Деревянко. 2020. 256 с.
1. Саймон Бейлі, Енді Мілліган. Міфи про брендинг. Фабула. 2020. 256 с.

#### **Допоміжні**

1. Дядик Т. В. Брендинг та інтернет-брендинг – найважливіші інструменти формування бренду підприємства. *Економічний простір: Збірник наукових праць*. № 156. Дніпро: ПДАБА, 2020. С. 124-128. Index Copernicus та Google Scholar. URL: [http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/bitstream/123456789/8236/1/%d0%9f%d0%94%d0%90%d0%91%d0%90%20%d0%95%d0%ba%d0%be%d0%bd%d0%be%d0%bc%d1%96%d1%87%d0%bd%d0%b8%d0%b9%20%d0%bf%d1%80%d0%be%d1%81%d1%82%d1%96%d1%80%20e2%84%96156\\_2020-%d1%81%d1%82%d0%be%d1%80%d1%96%d0%bd%d0%ba%d0%b8-1-8%2c124-128.pdf](http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/bitstream/123456789/8236/1/%d0%9f%d0%94%d0%90%d0%91%d0%90%20%d0%95%d0%ba%d0%be%d0%bd%d0%be%d0%bc%d1%96%d1%87%d0%bd%d0%b8%d0%b9%20%d0%bf%d1%80%d0%be%d1%81%d1%82%d1%96%d1%80%20e2%84%96156_2020-%d1%81%d1%82%d0%be%d1%80%d1%96%d0%bd%d0%ba%d0%b8-1-8%2c124-128.pdf)

2. Решетнікова О. В., Даниленко В. І., Дядик Т. В. Доцільність формування глобалізації бренду в сучасному середовищі міжнародного маркетингу. *Економічний простір: Збірник наукових праць*. № 178. Дніпро: ПДАБА, 2022. С. 7-11. URL: <http://www.prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/1058>

3. Дядик Т.В. Найважливіші інструменти формування бренду підприємства. *Маркетингове забезпечення продуктового ринку*. Збірник тез XIV Міжнародної науково-практичної конференції (м. Полтава, 24 травня 2022 р.). Полтава: ПДАУ. 2022. С. 19-22.

#### **Інформаційні ресурси мережі Інтернет**

1. Інфографіка: 20 нових брендів, які вийшли на український ринок. URL: <https://rau.ua/novyni/grafika-20-novyh-brendov-2018/>
2. Гільдія брендів. URL: <http://guild-brands.com/brendyi>
3. Українська асоціація маркетингу URL: <https://www.uam.in.ua/rus/certification-i-treningi/>