

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Голова науково-методичної ради
факультету _____

 Юлія ГАРКАВЕНКО

« 30 » серпня 2023 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ОК __2.8_ Творчі стратегії інноваційного пошуку

шифр із ОПП

і повна назва навчальної дисципліни

для здобувачів вищої освіти

рівень вищої освіти другий (магістерський)

галузь знань 06 Журналістика

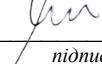
спеціальність 061 Журналістика

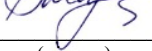
спеціалізація _____

освітня програма Реклама і зв'язки з громадськістю

рік набору 2023 /2024 форма навчання денна термін навчання 1 рік 4 місяців

вид дисципліни обов'язкова

Розробник (-и) доц. Іванова С.А., к. філол. н. 
вказати розробників: ПІБ, посада, науковий ступінь, вчене звання підпис

Погоджено гарант ОП  Владлена МИРОНЕНКО
(підпис) (ім'я та прізвище)

Робоча програма схвалена на засіданні кафедри реклами та зв'язків з громадськістю
Протокол від «23» червня 2023 року № 18

Ухвалено на засіданні науково-методичної ради факультету систем і засобів масової комунікації
Протокол від «30» серпня 2023 року № 1

**Дніпро
2023**

Опис навчальної дисципліни

Навчальний рік (роки) викладання дисципліни	Курс	Семестр	Підсумковий контроль				Індивідуальні завдання		Кредитів ЕCTS	Обсяг роботи студента (години)					
			екзамен	диф. залік	залік	курсова робота	форма	кількість		всього	аудиторні				самостійна робота
											всього аудиторних	лекції	практичні заняття	семінарські заняття	
2023/24	1	2	+					4,0	120	40	18	22			80
20__/_															
20__/_															
20__/_															

1. Мета дисципліни

Мета дисципліни «Творчі стратегії інноваційного пошуку»: дати студентам чітке уявлення про сучасні технології творчих стратегій у рекламі, про те як вони застосовуються у сучасній практиці, дати уявлення про нові вимоги до оцінки ефективності рекламних рішень. Навчити організовувати пошук інноваційних ідей. Програма курсу передбачає, окрім вивчення лекційного матеріалу, проведення практичних занять, самостійну роботу студентів, підготовку доповідей, повідомлень, презентацій.

Вивчення дисципліни забезпечує формування компетентностей за ОП:

ЗК01. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК02. Здатність планувати час та управляти ним.

ЗК03. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

ЗК05. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК06. Здатність приймати обґрунтовані рішення.

СК08. Здатність створювати рекламний продукт, формувати рекламне звернення та презентувати його клієнту.

СК09. Здатність демонструвати цінності рекламованого продукту з урахуванням соціально-культурних факторів ринкового середовища.

СК10. Здатність розробляти, створювати та редагувати рекламні матеріали, рекламні та/або PR-тексти.

2. Попередні вимоги до опанування навчальної дисципліни.

Передумовами для вивчення дисципліни є: базові знання з теорії та історії соціальних комунікацій; теорії і практики реклами та зв'язків з громадськістю; (ОК 2.4) Прикладні соціально-комунікаційні технології; (ОК 3.2) Медіапроекти.

3. Результати навчання за дисципліною та їх співвідношення із програмними результатами навчання.

№	Результати навчання за дисципліною	Програмні результати навчання за ОП	Номери тем
	<p>знати: сутність, структуру, взаємозв'язок елементів та механізми реалізації комунікацій</p> <p>уміти: досліджувати канали та мережі організаційних комунікацій, формувати та змінювати складові організаційних комунікацій: канали, засоби, структуру, мережі, стилі, стратегії</p>	<p>ПР04. Виконувати пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел.</p> <p>ПР06. Планувати свою діяльність та діяльність колективу з урахуванням цілей, обмежень та передбачуваних ризиків.</p>	1.1, 1.4
	<p>знати: основні бар'єри, що перешкоджають ефективній комунікації в організації</p> <p>уміти: формувати комунікативні навички результативної, переконуючої комунікації, подолання комунікативних бар'єрів</p>	<p>ПР14. Генерувати інформаційний контент за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації.</p> <p>ПР15. Створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення.</p>	1.3, 1.4, 2.1, 2.2, 2.3, 2.4, 2.5, 2.6
	<p>знати загальнонаукові методи, а також спеціальні методи гуманітарних та соціальних наук. уміти застосовувати у своїх наукових дослідженнях історичний, компаративний, структуральний методи, а також герменевтичний метод інтерпретації текстів</p>	<p>ПР01. Демонструвати здатність до філософського осягнення світу та здійснення концептуальних узагальнень.</p>	2.1, 2.2, 2.3, 2.4, 2.5, 2.6
	<p>знати: сучасні технології пошуку та аналізу матеріалів</p> <p>вміти: виконувати сучасний аналіз рекламних комунікацій</p>	<p>РН05. Генерувати нові ідеї та використовувати сучасні технології під час створення медіапродуктів</p> <p>РН14. Розробляти ефективну рекламу, що відображає найбільш значиму й зрозумілу ідею, здатну запам'ятися споживачем. РН15. Здійснювати рекламування товарів або послуг, створювати різні види рекламних текстів, які дозволятимуть представити переваги рекламованих товарів або послуг. РН16. Створювати рекламний продукт, що буде орієнтованим на формування пропозицій конкретній цільовій аудиторії.</p>	2.5, 2.6, 2.7

4. Структура навчальної дисципліни.

№ п/п	Номер і назва теми	Кількість годин*				
		лекції	практичні	семінарські	лабораторні	самостійна
2 семестр						
<i>Розділ 1. Основні визначення курсу</i>						
1	Тема 1.1. Огляд курсу. Визначення поняття творчість. Творчість як особлива форма психічної діяльності людини.	2	2			7
2	Тема 1.2. Визначення поняття стратегія. Стратегія як особлива форма управління діяльністю.	2	2			7
3	Тема 1.3. Специфіка творчих стратегій та вихід за обмеження парадигм. Раціоналістичні стратегії та емоційні (або проєкційні) стратегії.	2	2			7
4	Тема 1.4. Інновації та креативний пошук.	2	2			7
<i>Розділ 2. Креативні стратегії</i>						
5	Тема 2.1 Проведення мозкового штурму та зворотної мозкової атаки. Метод фокальних об'єктів. Інверсія. Фіксація даних з особистого дослідження.	2	2			7
6	Тема 2.2 Робота з матрицею можливостей та методом асоціативного пошуку. ТРВЗ. Скрамбл-метод. Фіксація даних з особистого дослідження.	2	2			7
7	Тема 2.3 Практика з технікою шести капелюхів Едварда де Боно. Креативні технології: переворот та інсайтний метод. Біотехнології. Фіксація даних з особистого дослідження.	2	2			7
8	Тема 2.4 Робота за методом Кіплінга та інфознавством. Фіксація даних з особистого дослідження.	2	2			7
9	Тема 2.5 Методи аналізу особистих творчих нарбок та нових вмінь за навчальний рік. Фіксація даних з особистого дослідження.	2	2			7
10	Тема 2.6 Аналіз накопичених знань про себе як креатора (робота з щоденником творця)	-	2			7
11	Тема 2.7. Розвиток творчих навичок рекламіста. Підсумок знань з дисципліни	-	2			3
Всього		18	22			80

Тематика практичних / семінарських занять

№ Теми	Тематика (назва) практичного / семінарського заняття	Кількість годин	Рекомендована література (№ з переліку)
<i>Розділ 1.</i>			
Тема 1.1	Аналіз поняття та обговорення есе «Творчість: як це працює у мене?» Пошук особистих творчих навичок	2	Основна: 4, 9 Додаткова: 2
Тема 1.2	Діаграма спорідненості як спосіб роботи з термінами творчість, стратегія, інновація, пошук. Формулювання загальних визначень. Фіксація даних у щоденник	2	Основна: 12 Додаткова: 1 Інф. ресурси: 1-6
Тема 1.3	Самостійний вихід за рамки особистого сприйняття. Фіксація даних у щоденник	2	Основна: 4
Тема 1.4	Пошук теми магістерської роботи. Фіксація даних у щоденник	2	Основна: 4 Інф. ресурси: 1-6
<i>Розділ 2.</i>			
Тема 2.1	Гра з Методу фокальних об'єктів. Інверсія. Фіксація даних з особистого дослідження. Фіксація даних у щоденник.	2	Основна: 4, 9, 10 Додаткова: 2 Інф. ресурси: 1, 4, 6
Тема 2.2	Практична робота з матрицею можливостей. Фіксація даних з особистого дослідження. Фіксація даних у щоденник.	2	Основна: 4, 9, 10 Додаткова: 2 Інф. ресурси: 1, 4, 6
Тема 2.3	Аналіз кейсів з Біотехнології. Фіксація даних з особистого дослідження. Фіксація даних у щоденник	2	Основна: 4, 9, 10 Інф. ресурси: 1-6
Тема 2.4	Робота за методом інфознавство. Фіксація даних з особистого дослідження. Фіксація даних у щоденник	2	Основна: 4, 9, 10 Додаткова: 2
Тема 2.5	Методи аналізу особистих творчих наробок та нових вмінь за навчальний семестр. Фіксація даних з особистого дослідження. Фіксація даних у щоденник	2	Основна: 12 Додаткова: 2 Інф. ресурси: 1, 4, 6
Тема 2.6	Презентація знань з дисципліни Творчі стратегії інноваційного пошуку. Презентація наробок з самопостережень.	4	Основна: 1, 2 Додаткова: 9
Всього годин		22	-

Тематика самостійної роботи

№ Теми	Тема самостійної роботи	Кількість годин	Рекомендована література (№ з переліку)
Тема 1.1	Підготовка есе «Творчість: як це працює в мене?» Підготовка 10 визначень поняття «творчість»	7	Додаткова: 4, 9
Тема 1.2	Формулювання загальних визначень термінів курсу. Початок роботи зі щоденником фіксації даних	7	Основна: 12 Додаткова: 1
Тема 1.3	Самостійний вихід за рамки особистого сприйняття в практичній роботі з пошуку теми магістерської роботи. Фіксація даних у щоденник.	7	Основна: 4
Тема 1.4	Формулювання теми магістерської роботи. Фіксація даних у щоденник	7	Основна: 4
Тема 2.1	Підготовка нових даних за допомогою вивченого методу. Фіксація даних з особистого дослідження. Фіксація даних у щоденник.	7	Основна: 4, 9, 10 Додаткова: 2
Тема 2.2	Підготовка нових даних за допомогою вивченого методу. Фіксація даних з особистого дослідження. Фіксація даних у щоденник.	7	Основна: 4, 9, 10 Додаткова: 2
Тема 2.3	Підготовка нових даних за допомогою вивченого методу. Фіксація даних з особистого дослідження. Фіксація даних у щоденник	7	Основна: 4, 9, 10 Додаткова: 2
Тема 2.4	Підготовка нових даних за допомогою вивченого методу. Фіксація даних з особистого дослідження. Фіксація даних у щоденник	7	Основна: 4, 9, 10 Додаткова: 2
Тема 3.1	Аналізу особистих творчих напрацювань і нових умінь за навчальний семестр. Фіксація даних з особистого дослідження. Фіксація даних у щоденник	7	Основна: 12 Додаткова: 2
Тема 3.2	Презентація знань з дисципліни Творчі стратегії інноваційного пошуку. Презентація напрацювань із самоспостережень.	3	Основна: 1, 2 Додаткова: 9
Всього годин		80	-

5. Схема формування оцінки.

5.1 Шкала відповідності оцінювання:

Відмінно/Excellent	Зараховано/Passed	90-100
Добре/Good		82-89
		75-81
		64-74
Задовільно/Satisfactory		60-63
Незадовільно/Fail	Не зараховано/Fail	0-59

5.2 Форми та організація оцінювання:

Поточний контроль:

Форма оцінювання	Строки проведення оцінювання (тижні викладання)	Максимальна кількість балів
Оцінювання рівня виконання практичних аудиторних завдань	протягом семестру відповідно розкладу занять	8*5=40
Оцінювання рівня виконання завдання з самостійної роботи (презентація)	10 тиждень	10
Поточне тестування	8 тиждень	10
Максимальна кількість балів за поточне оцінювання		60

Семестровий контроль:

Форма оцінювання	Максимальна кількість балів
Екзамен	40

5.3 Критерії оцінювання:

Критерії оцінювання знань здобувачів*	
Форма 1	
Бали	Критерій
5	<i>В повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно самостійно та аргументовано його викладає під час практичних занять та письмових відповідей, глибоко та всебічно розкриває зміст практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову та додаткову літературу. Надає власні аргументи щодо основних положень даної теми, виявив нові ідеї та положення, що не були розглянуті раніше.</i>
4	<i>Достатньо повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає під час практичних занять та письмових відповідей, в основному розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову літературу. Але при викладанні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки.</i>
3	<i>В цілому володіє навчальним матеріалом викладає його основний зміст під час практичних занять та письмових відповідей, але без глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, без використання необхідної літератури, допускаючи при цьому окремі суттєві неточності та помилки.</i>
2	<i>Не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом. Фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) викладає його під час практичних занять та письмових відповідей, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, допускаючи при цьому суттєві неточності.</i>
1	<i>Частково володіє навчальним матеріалом не в змозі викласти зміст більшості питань теми під час практичних занять та письмових відповідей, допускаючи при цьому суттєві помилки.</i>
0	<i>Не володіє навчальним матеріалом та не в змозі його викласти, не розуміє змісту практичних завдань.</i>

Форма 2	
Бали	Критерій
8-10	<i>В повному обсязі виокремлює з різних джерел основні положення, структурно об'єднує їх, коротко аналізує кожне з них та робить ґрунтовні узагальнюючі висновки. Складання глосарію з обраної теми. (у форматі есе – самостійне викладення здобувачем у вільній формі на підставі опрацьованого матеріалу теми, проблеми, питання; дайджест – системний аналіз будь-якого теоретичного положення, розкриття різних точок зору на будь-яку проблему, тему, питання та зроблені узагальнюючі висновки).</i>
5-7	<i>В цілому правильно виокремлені основні положення кожного з джерел, але не зроблено їх відповідного аналізу та узагальнюючих висновків.</i>
1-4	<i>Частково та поверхово розкрив лише окремі положення питання і допустив при цьому певні суттєві помилки, котрі значно вплинули на загальне розуміння питання.</i>
10	<i>Додаткові бали: проходження курсу навчання Mindshift: Break Through Obstacles to Learning and Discover Your Hidden Potential</i>
Форма 3	
Бали	Критерій
10	<i>Виконання тесту в онлайн форматі засобами Forms: 10 питань (кожна вірна відповідь – 1 бал).</i>

* (за кожною формою оцінювання, зазначеною у п. 5.2)

6. Методи навчання, інструменти, обладнання та програмне забезпечення, використання яких передбачає навчальна дисципліна:

Методи навчання: навчання передбачає використання словесних (лекція, бесіда), наочних (ілюстрація, демонстрація, спостереження) та практичних (практична робота, розв'язання задач, тренувальні і творчі вправи) методів навчання.

Під час лекційних занять використовуються презентації, які поєднують словесні та наочні методи навчання, що дає можливість здобувачам вищої освіти акумулювати знання.

Під час практичних занять застосовуються словесні та практичні методи навчання, які спрямовані на формування у здобувачів вищої освіти здібностей пізнання, а саме: інтерактивне обговорення тем, розв'язання практичних задач та розбір теоретичних вправ, дискусії, індивідуальна та командна форми роботи, вивчення готових кейсів.

Самостійна робота базується на наочних та практичних методах навчання і направлена на самостійне оволодіння здобувачами вищої освіти знаннями за темами навчальної дисципліни.

Інструменти та обладнання: онлайн-інструменти для навчання під час воєнного стану (усі функції Microsoft 365), за потреби – обладнання лабораторії «Сучасних медіа» факультету систем і засобів масової комунікації

Програмне забезпечення: за потреби здобувачі можуть користуватися програмним забезпеченням, встановленим на комп'ютерах лабораторії «Сучасних медіа» факультету систем і засобів масової комунікації.

7. Рекомендована література:

Основна:

1. Burnier M.-A., Rambaud P., Le journalism sans peine, P.: PLON, 1997.
2. Cornelissen J. Corporate Communications: A Guide to Theory and Practice. 2nd ed. London: SAGE Publications Ltd, 2008. 296 p.

3. Joannis H., De la stratégie marketing à la création publicitaire//La création publicitaire dans les magazines et les affiches, à la télévision et à la radio, P.: Dunod, 2021.
4. Howard Gardner (2013) Disciplined Mind
5. La publicité créative - Idées et techniques tirées des plus grandes campagnes - Booster votre créativité. Mario Pricken, édition PYRAMYD NTCV, France, 2008.
6. Lefeuvre J., S'entraîner a la process communication, P: InterEdition, 2018.
7. Présentation Zen Design, Principes simples de design pour des présentations plus efficaces, Garr Reynolds, Pearson, Paris, 2010. Traduit de l'américain par Nathalie Nicoletis - Presentation Zen Design : Simple Design Principles and Techniques to Enhance Your Presentations.
8. Slide:ologie - L'art de réaliser des présentations efficaces de Nancy Duarte, Pearson Education France, 2010.
9. Robinson K. (2014). Creative Schools Ken Robinson Creative Schools
10. Robinson K. (2013) Finding Your Element
11. Стратегія і тактика комунікацій із громадськістю для організацій третього сектора: Методичний посібник / За ред. В. Г. Королька. К.: 2003. 216 с.
12. Робінсон К, Ароніка Л. (2016). Книга Школа майбутнього.

Додаткова:

1. Encyclopedia of Communication Theory / ed. Stephen W. Littlejohn & Karen A. Foss. Thousand Oaks, Calif. : Sage, 2009. 1174 p.
2. Кім В. Чан, Моборн Р. Стратегія блакитного океану. Як створити безхмарний ринковий простір і позбутися конкуренції. Оновлене видання / пер. з англ. І. Андрущенко. - Харков: Клуб сімейного дозвілля, 2019
3. Маккі Р. Сторіноміка: маркетинг у пострекламну епоху / Роберт Маккі, Томас Джерас; пер. з англ. Є. Голобородько. Х. : Віват, 2019. 240 с.
4. Стопп Віл. Наука сторітелінгу. Чому історії впливають на нас і як ними впливати на інших / пер. з англ. Марта Госовська. – К.: Наш Формат, 2022. – 224 с.
5. Хит Р., Скрытая власть рекламы, К.: Из-во Алексея Капусты, 2006.

8. Інформаційні ресурси:

1. Презентації лекцій, робоча програма дисципліни
2. <http://repository.dnu.dp.ua>
3. https://www.researchgate.net/publication/332333681_Strategia_poiska_proektnoj_idei
4. https://www.researchgate.net/publication/346541512_Rabota_s_informaciej_sdvig_paradigmy
5. https://www.researchgate.net/publication/346545386_INFORMACIA_KAK_SOSTAVLAUS_AA_PROCESSA_KOMMUNIKACII
6. Marketing Media Review: вебсайт <https://mmr.ua/>
7. The International Advertising Association: <http://www.iaaglobal.org/>
8. Видання «PR Week» з PR та комунікацій: <https://www.prweek.com/uk>
9. Всеукраїнська рекламна коаліція: <http://vrk.org.ua/>
10. Длігач Андрій. Про війну брендів за формування культур. URL: https://trademaster.ua/marketing_i_prodazhi/312826?utm (дата звернення: 16.10.2022).
11. Міжнародна Рекламна Асоціація (IAA): <http://www.iaaglobal.org/>
12. Український сайт про PR, маркетинг і рекламу: <https://sostav.ua/>