АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«Креативний маркетинг» / «Creative Marketing»

Розробник	*Корчинська О. А., доктор економічних наук, професор*
Кафедра	*Маркетингу*
Спеціальність	*D5 «Маркетинг»*
Освітня програма	*«Маркетинг»*
Освітній рівень	*Другий (магістерський)*
Категорія дисципліни	*Вибіркова*
Обсяг	*3 кредити ЄКТС / 90 годин*
Рік і семестр	*1-й рік навчання, 2-й семестр*
Форма навчання	*Денна / заочна*
Мова викладання	*англійська*
Форма підсумкового контролю	*Диференційований залік*
Основні форми контролю	*Усне та письмове опитування, практичні, аналітичні та ситуаційні завдання, аналіз кейсів, модульний контроль (МК1, МК2), підготовка та захист індивідуального завдання (креативного маркетингового проєкту), диференційований залік*

Мета навчальної дисципліни

Формування у здобувачів системи сучасних теоретичних знань, практичних умінь і навичок щодо застосування креативного підходу в маркетинговій діяльності, розроблення споживчих інсайтів, маркетингових ідей, креативних концепцій і комунікаційних рішень та оцінювання їх ефективності.

Міждисциплінарні зв'язки

Пререквізити: знання, уміння та навички з маркетингу, менеджменту, маркетингових досліджень, поведінки споживачів, реклами та комунікацій, набуті на бакалаврському рівні; взаємозв'язок з освітніми компонентами першого семестру «Паблік рілейшинз», «Бренд-менеджмент», «Рекламний менеджмент».

Постреквізити: знання та навички використовуються під час вивчення дисциплін «Методологія наукових досліджень», «Стратегічний маркетинг», «Цифровий маркетинг і електронна комерція», «Маркетинговий менеджмент», а також у виробничій практиці та підготовці кваліфікаційної магістерської роботи.

Очікувані результати навчання

За результатами вивчення дисципліни здобувачі вищої освіти повинні бути здатними:

- пояснювати сутність, принципи та сучасні концепції креативного маркетингу, його місце в системі маркетингового управління;
- аналізувати маркетингову проблему та визначати можливості для креативного рішення;
- виявляти споживчі інсайти та формулювати креативні маркетингові ідеї, застосовуючи методи їх генерації, відбору й розвитку;
- розробляти креативну стратегію, creative brief, Big Idea, концепцію та ключове повідомлення маркетингової кампанії;
- створювати та презентувати рекламні, контентні, цифрові та бренд-комунікаційні рішення, використовувати сторітелінг;

- розробляти інтегровані кампанії з урахуванням особливостей digital-, experiential- та guerilla-маркетингу;
- використовувати цифрові інструменти та технології штучного інтелекту для пошуку, генерації й тестування ідей;
- працювати в креативній команді, розподіляти ролі, аргументовано презентувати й захищати запропоновані рішення;
- оцінювати ефективність креативних рішень та виявляти етичні й правові ризики креативних маркетингових комунікацій.

Короткий зміст дисципліни

Дисципліна спрямована на формування системного розуміння сучасних концепцій креативного маркетингу, механізмів пошуку споживчих інсайтів, генерації маркетингових ідей, розроблення креативних стратегій і концепцій та оцінювання результативності маркетингових комунікацій. Навчальний матеріал об'єднано у два змістові модулі.

Змістовий модуль 1. Теоретичні та стратегічні засади креативного маркетингу

Сутність, еволюція та сучасні концепції креативного маркетингу; креативне мислення та технології генерації маркетингових ідей (brainstorming, mind mapping, SCAMPER, six thinking hats); споживчий інсайт та формування креативної ідеї; креативна маркетингова стратегія та концепція (creative brief, Big Idea, креативна платформа бренду); бренд-сторітелінг, контент і креативні маркетингові комунікації.

Змістовий модуль 2. Прикладні інструменти та оцінювання креативного маркетингу

Рекламний креатив та інтегровані маркетингові кампанії; digital-креатив, соціальні медіа та генеративний штучний інтелект у маркетингу; experiential-, guerilla- та соціальний креатив; креативна команда, управління креативним процесом і реалізація кампанії; оцінювання ефективності креативних рішень, етичні та правові аспекти, тренди креативного маркетингу.

Методи та технології навчання

Проблемні лекції, кейс-метод (case study), творчі та ситуаційні завдання, вправи з генерації ідей, командна та проєктна робота, моделювання роботи креативного агентства (брифінги, презентації), семінари-дискусії, робота з генеративним штучним інтелектом, підготовка та захист креативного маркетингового проєкту.