



СИЛАБУС ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА «КРЕАТИВНІ СТУДІЇ»

Компонент освітньої програми – вибірковий (3 кредити)

Освітньо-професійна програма	Маркетинг
Спеціальність	D5 Маркетинг
Галузь знань	D «Бізнес, адміністрування та право»
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Мова навчання	українська
Профайл викладача	Юрій Тетяна Петрівна, кандидат економічних наук, асистент кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку https://mmix.chnu.edu.ua/kafedra/spivrobitnyky/yurii-tetiana-petrivna/
Контактний тел.	+38 0501078224
E-mail:	t.yuriy@chnu.edu.ua
Сторінка курсу в Moodle	https://moodle.chnu.edu.ua/course/view.php?id=8661
Консультації	Понеділок та середа з 13.00 до 15.00

АНОТАЦІЯ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА

Характеристика навчальної дисципліни (спрямованість, роль навчальної дисципліни, її місце в структурі професійної підготовки майбутніх фахівців).

Спрямованість дисципліни. Навчальна дисципліна «Креативні студії» спрямована на опанування економіки ідей – сектору господарства, у якому вартість створює не матеріальний ресурс, а творчий задум, захищений правом інтелектуальної власності. Освітній компонент охоплює три взаємопов'язані площини: теоретико-методологічну (генеза та економічна природа креативних індустрій, моделі їх класифікації та вимірювання, інтелектуальна власність як базовий актив креативного бізнесу); середовищну (креативність і креативний клас, креативне середовище міста, кластери, хаби та ревіталізація промислової спадщини); та підприємницьку (бізнес-моделі креативного бізнесу, маркетинг креативного продукту, джерела фінансування, регіональна стратегія розвитку сектору). Особливу увагу приділено викликам, що постали перед креативними індустріями останніми роками: впливу генеративного штучного інтелекту на виробничі процеси й зайнятість, авторсько-правовим дискусіям навколо навчання генеративних моделей, платформізації дистрибуції контенту та розвитку сектору в умовах війни й повоєнного відновлення України.

Роль навчальної дисципліни. Дисципліна виконує світоглядно-формувальну та практико-орієнтовану роль. З одного боку, вона формує в здобувачів вищої освіти розуміння того, що креативність є економічним ресурсом, а не лише мистецькою категорією: за даними ЮНКТАД, світовий експорт креативних послуг у 2022 році сягнув 1,4 трлн дол. США, а їхня частка в експорті послуг за десятиліття зросла з 12 % до 19 %; в Україні креативні індустрії законодавчо визнані окремим сектором економіки з потенціалом до 10 % ВВП. З іншого боку, дисципліна забезпечує здобувачів практичними навичками, яких потребує ринок праці у секторах з нематеріальним продуктом: уміння генерувати й відбирати ідеї за формалізованими методиками, оцінювати місткість ринку за відкритими даними, ідентифікувати та монетизувати об'єкти інтелектуальної власності, будувати бізнес-модель креативного проєкту й захищати її у форматі пітчінгу. Курс побудовано навколо наскрізного командного проєкту, який команди розробляють з першого заняття і захищають на останньому.

Місце дисципліни в структурі професійної підготовки. Дисципліна є вибіркоким компонентом освітньо-професійної програми «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти. Вона створює концептуальне та проєктне підґрунтя для подальшого опанування фахових маркетингових дисциплін: набуті компетентності реалізуються під час вивчення маркетингових досліджень, поведінки споживача, брендингу, цифрового маркетингу та рекламного менеджменту, а також під час проходження практики, участі в командних проєктах і підготовки кваліфікаційної роботи.

Метою навчальної дисципліни є формування у здобувачів вищої освіти системи знань про креативну економіку та креативні індустрії як сектор національного і світового господарства, засвоєння моделей класифікації та вимірювання креативних індустрій, розуміння ролі інтелектуальної власності як базового активу креативного бізнесу, а також вироблення практичних навичок генерування та відбору ідей, аналізу ринків креативного продукту, оцінювання креативного середовища міста і регіону, розроблення бізнес-моделі та маркетингового обґрунтування креативного проєкту і його публічного захисту, що в сукупності дозволяє маркетологу ефективно працювати в секторах економіки, побудованих на створенні продукту інтелектуальної діяльності.

Максимальна кількість студентів, які можуть записати на курс – 15 осіб.

НАВЧАЛЬНИЙ КОНТЕНТ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА

Змістовий модуль 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ
Тема 1. Креативна економіка та креативні індустрії: генеза, сутність, економічна природа
Тема 2. Класифікація, моделі та вимірювання креативних індустрій. Інтелектуальна власність як актив
Тема 3. Креативність, креативний клас і креативне суспільство. Методи генерування ідей
Тема 4. Креативне середовище, креативні міста, кластери та хаби
Змістовий модуль 2. СВІТОВІ ТРЕНДИ, ВІТЧИЗНЯНІ ПРАКТИКИ ТА

ПІДПРИЄМНИЦТВО У КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЯХ
Тема 5. Світові тренди розвитку креативних індустрій. Цифровізація та генеративний штучний інтелект
Тема 6. Креативні індустрії України: правове поле, стан, регіональний вимір, повоєнне відновлення
Тема 7. Креативне підприємництво: бізнес-моделі, маркетинг креативного продукту, стартапи та фінансування
Тема 8. Регіональна стратегія розвитку креативних індустрій. Креативний капітал і KPI

ФОРМИ, МЕТОДИ ТА ОСВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ НАВЧАННЯ

Форми навчання: лекції; практичні заняття тренінгового та проєктного формату; консультації для поглиблення теоретичних знань; самостійна робота для виконання індивідуальних завдань; наскрізний командний проєкт із поетапним захистом; дебати та розігрування ситуацій у ролях; виїзні заняття до креативних просторів міста; участь у тренінгах і майстер-класах від запрошених практиків креативних індустрій (стейкхолдерів); публічний пітчінг проєктів перед аудиторією; інші види індивідуальних та групових завдань.

Методи навчання: словесні методи (проблемна лекція, лекція-візуалізація, дискусія, бесіда, консультація); кейс-метод (індивідуальні та командні бізнес-кейси креативних індустрій); тренінг креативності та воркшопи з формалізованими методиками генерування ідей (мозковий штурм, SCAMPER, метод шести капелюхів, дизайн-мислення); проєктне навчання з менторськими сесіями; кабінетне дослідження та робота з відкритими даними (UNCTADstat, Держстат, галузеві й аналітичні звіти); робота з нормативно-правовими актами, грантовими програмами та реєстрами інтелектуальної власності; вебквести; практикум із генеративними інструментами штучного інтелекту з подальшим критичним аналізом результату; методи візуалізації результатів (презентації, інфографіка, відеоматеріали); написання аналітичних есе; взаємооцінювання (peer review) за чек-листами; самодіагностика й рефлексія; аналіз вітчизняних і міжнародних практик розвитку креативних індустрій та їх адаптація до національного й регіонального контексту.

Освітні технології навчання: інтерактивні технології навчання (мозковий штурм, SCAMPER, розігрування ситуацій у ролях, елементи дизайн-мислення); технології студентоцентрованого навчання та проєктна діяльність; гейміфікація (квізи, командні челенджі, вправи на розвиток дивергентного мислення); використання системи електронного навчання Moodle для організації освітнього процесу, розміщення навчально-методичних матеріалів, виконання й перевірки завдань і забезпечення зворотного зв'язку зі здобувачами вищої освіти.

ФОРМИ Й МЕТОДИ КОНТРОЛЮ ТА ОЦІНЮВАННЯ

Поточний контроль:

– оцінювання роботи на практичних заняттях: усні відповіді, участь у кейсах, вправах і дебатах;

- оцінювання результатів аналізу бізнес-кейсів креативних індустрій, включно з обґрунтуванням ухвалених маркетингових рішень;
- оцінка письмових робіт (аналітичних есе, аналітичних довідок, порівняльних таблиць);
- тестування за змістовими модулями в системі Moodle;
- презентація та захист етапів наскрізного командного проєкту (аналітична записка, SWOT-аналіз, бенчмаркінг, бізнес-модель, система KPI);
- підсумковий пітчинг командного проєкту перед аудиторією та запрошеними експертами;
- взаємооцінювання за чек-листами та результати самодіагностики;
- зарахування результатів неформальної освіти, оцінювання сертифікатів онлайн-курсів, участі у вебінарах, хакатонах чи інших формах неформального навчання, пов'язаних із креативною економікою, культурним менеджментом та підприємництвом.

Підсумковий контроль – залік.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Оцінювання програмних результатів навчання здобувачів освіти здійснюється за шкалою європейської кредитно-трансферної системи (ECTS).

Критерієм успішного оцінювання є досягнення здобувачем вищої освіти мінімальних порогових рівнів (балів) за кожним запланованим результатом навчання.

Загальна кількість балів за дисципліну становить 100, з яких 60 балів здобувач набирає за поточними видами контролю (робота на практичних заняттях – 16 балів, аналітичні есе – 10, тестування за змістовими модулями – 12, наскрізний командний проєкт – 22) і 40 балів – у процесі підсумкового контролю (заліку). Здобувач, який набрав 60 балів поточного контролю, має право отримати підсумкову оцінку без складання заліку або скласти залік з метою підвищення рейтингу.

ПОЛІТИКА ЩОДО АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ

Дотримання політики щодо академічної доброчесності учасниками освітнього процесу при вивченні освітнього компонента регламентовано чинними документами ЧНУ:

- «Кодекс академічної доброчесності та етики Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича»

<https://www.chnu.edu.ua/universytet/normatyvni-dokumenty/kodeks-akademichnoi-dobrochesnosti-ta-etyky-chernivetskoho-natsionalnoho-universytetu-imeni-yurii-fedkovycha/>

- «Положення про виявлення та запобігання академічного плагіату у Чернівецькому національному університеті імені Юрія Федьковича»

<https://www.chnu.edu.ua/universytet/normatyvni-dokumenty/polozhennia-pro-vyavlennia-ta-zapobihannia-akademichnomu-plahiatu-u-chernivetskomu-natsionalnomu-universyteti-imeni-yurii-fedkovycha/>

- «Політика використання штучного інтелекту в Чернівецькому національному університеті імені Юрія Федьковича»

<https://www.chnu.edu.ua/universytet/normatyvni-dokumenty/polityka-vykorystannia-shtuchnoho-intelektu-v-chernivetskomu-natsionalnomu-universyteti-imeni-yuriiia-fedkovycha-zi-zminamy-zatverdzhenymy-vchenoiu-radoiu-chnu-imeni-yuriiia-fedkovycha/>

Використання здобувачами освіти інструментів штучного інтелекту (ШІ) під час виконання навчальних завдань:

- допускається за умови дотримання принципів академічної доброчесності (здобувач освіти несе відповідальність за зміст, достовірність і результати поданої роботи, а у разі використання ШІ зобов'язаний зазначити факт і спосіб його застосування);

- не допускається використання ШІ як заміни самостійного виконання завдань або з метою порушення вимог академічної доброчесності;

- додаткові обмеження чи вимоги щодо використання ШІ можуть визначатися викладачем в освітньому процесі для конкретних видів навчальної діяльності відповідно до особливостей дисципліни.

Оскільки вплив генеративного штучного інтелекту на креативні індустрії є однією з тем цього освітнього компонента, здобувачі відпрацьовують прозоре та відповідальне застосування ШІ як окрему професійну навичку: до письмових робіт додається коротка декларація про використання ШІ, а всі згенеровані факти, цифри й покликання перевіряються за первинними джерелами.

ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

1. Міністерство культури та стратегічних комунікацій України (<https://mcsc.gov.ua/kreatyvni-industrii/>) – розділ «Креативні індустрії»: нормативно-правові акти, аналітика, державні програми підтримки сектору.

2. Український центр культурних досліджень (<https://ucsr.org.ua/>) – статистика та аналітика у сфері креативних індустрій, дослідження культурної політики.

3. Український культурний фонд (<https://ucf.in.ua/>) – грантові програми підтримки культурних і креативних проєктів, звіти про профінансовані ініціативи.

4. Креативна Європа в Україні (<https://creativeeurope.in.ua/>) – національне бюро програми ЄС «Креативна Європа»: конкурси, умови участі, кейси українських проєктів.

5. UNCTADstat – Creative economy (<https://unctadstat.unctad.org/>) – офіційна база даних ЮНКТАД щодо світової торгівлі креативними товарами та послугами.

6. UNCTAD Creative Economy Programme (<https://unctad.org/topic/trade-analysis/creative-economy-programme>) – аналітичні звіти Creative Economy Outlook, методологія вимірювання креативної економіки.

7. UNESCO Creative Cities Network (<https://www.unesco.org/en/creative-cities>) – мережа креативних міст ЮНЕСКО: критерії відбору, профілі міст, практики розвитку креативного середовища.

8. Culture and Creativity (<https://www.culturepartnership.eu/>) – платформа програми ЄС–Східне партнерство: онлайн-курси для менеджерів культури, дослідження, посібники.

9. Державна служба статистики України (<https://ukrstat.gov.ua/>) – офіційні статистичні дані за видами економічної діяльності, що належать до креативних індустрій.

10. Дія.Бізнес (<https://business.diia.gov.ua/>) – державні грантові та мікрогрантові програми, зокрема для суб'єктів креативних індустрій.

11. Київська школа економіки (KSE) (<https://kse.ua/>) – аналітичні дослідження впливу креативних індустрій на економіку України.

12. Міжнародний форум «Креативна Україна» (<http://creativeukraine.org.ua/uk/>) – щорічна платформа обговорення розвитку креативної економіки в Україні.

13. Prometheus (<https://prometheus.org.ua/>) – українська платформа онлайн-курсів з підприємництва, культурного менеджменту та креативного мислення.

14. Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського (<http://www.nbuv.gov.ua/>) – найбільший науковий інформаційний ресурс України, електронний архів фахових видань.

Покликання на робочу програму освітнього компонента

https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1PP8nsVIBUsOxZa3iAZ5Y15NaV_4RgTeq