МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ

"ЗАТВЕРДЖУЮ"
Проректор з навчально-методичної роботи
_____
Каріна НЕМАШКАЛО

Дизайн мислення в рекламі

робоча програма навчальної дисципліни

Галузь знань	**усі**
Спеціальність	**усі**
Освітній рівень	**другий (магістерський)**
Освітня програма	**усі**

Статус дисципліни	**вибіркова**
Мова викладання, навчання та оцінювання	**українська**

Завідувач кафедри
управління соціальними комунікаціями Катерина ЯРЕСЬКО

Харків
2021

ЗАТВЕРДЖЕНО
на засіданні кафедри управління соціальними комунікаціями.
Протокол № 6 від 05.01.2021 р.

Розробник:
Чекштуріна В.М. д-р. наук соц.ком., доц., проф. кафедри управління соціальними комунікаціями.

Лист оновлення та перезатвердження
робочої програми навчальної дисципліни

Навчальний рік	Дата засідання кафедри – розробника РПНД	Номер протоколу	Підпис завідувача кафедри

Анотація навчальної дисципліни

Дизайн мислення у рекламі кваліфікується як практичний ефективний засіб створення унікального інноваційного рекламного продукту. Предметом вивчення навчальної дисципліни «Дизайн мислення в рекламі» є технології креативного мислення при створенні комунікаційних повідомлень різних типів. Основними завданнями вивчення дисципліни є виокремлення основних етапів дизайн мислення, їх інноваційних функцій; дослідження потенціалу дизайн мислення для удосконалення рекламного контенту.

Мета навчальної дисципліни: формування усвідомленого осмислення етапів дизайн мислення, навичок опанування технологіями дизайн мислення, вмінь застосовувати їх під час аналізу та створення рекламних продуктів.

У процесі навчання студенти отримують необхідні знання під час лекційних занять та виконання практичних завдань. Вагоме значення в процесі вивчення та закріплення знань має самостійна робота студентів.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент буде знати: сутність етапів дизайн мислення, основні їх характеристики та умови ефективного застосування у рекламі; зміст основних тенденцій розвитку креативних технологій мислення; особливості процесу розробки інноваційних рекламних продуктів. Результатом вивчення навчальної дисципліни будуть вміння студента: впроваджувати дизайн мислення у процес розробки рекламних засобів комунікації..

Характеристика навчальної дисципліни

Курс	**1М**
Семестр	**1**
Кількість кредитів ECTS	**5**
Форма підсумкового контролю	**Залік**

Структурно-логічна схема вивчення дисципліни

Пререквізити	Постреквізити
Основи маркетингу	Міждисциплінарні комплексні курсові роботи
Соціологія	Магістерські дипломні роботи
Психологія	

Компетентності та результати навчання за дисципліною

Компетентності	Результати навчання
1	2
здатність засвоювати різні типи інформаційних контентів	Володіння креативним мисленням, засобами узагальнення
здатність аналізувати потреби інших	Аналізувати результати спостережень за

	людською природою
здатність розробляти інноваційні рекламні продукти	уміння розробляти гуманно спрямовані концепції рекламних повідомлень
вміти використовувати засоби моніторингу в процесі розробки реклами	оволодіння креативними технологіями створення рекламних меседжів

Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Дизайн мислення як новітня технологія створення інноваційних продуктів

Тема 1. Процесуальність дизайн мислення.
1.1. Особливості креативного мислення.
1.2. Дизайн мислення як процес.
Тема 2. Етапи дизайн мислення.
2.1. Передумови ефективного дизайн мислення.
2.2. Особливості етапів дизайн мислення.
Тема 3. Agile VS Design thinking у рекламній сфері.
3.1. Особливості запровадження Agile підходу в рекламній діяльності
3.2. Інтегрування Agile методів у рекламну діяльність.
Тема 4. Де починаються інновації?
4.1. Концептуальні інновації у рекламі.
4.2. Технологічні та технічні інновації в рекламі.
Тема 5. Емпатія у дизайн мисленні.
5.1. Картки емпатії.
5.2. Дизайн мислення у соціальній сфері.

Змістовий модуль 2. Дизайн мислення у рекламній діяльності

Тема 6. Пошук інсайтів.
6.1. Інсайт та його функції.
6.2. Методи пошуку інсайтів.
Тема 7. Інструменти дизайн мислення.
7.1. Моніторингові інструменти дизайн мислення.
7.2. Інструменти аналізу якості запропонованих ідей. Вау-ефекти.
Тема 8. Розробка рекламного продукту за технологією дизайн мислення.
8.1. Відбір актуальної соціально-комерційної проблематики.
8.2. Підготовка сценарію рекламного відео, розробленого за методикою дизайн мислення.

Перелік практичних занять, а також питань та завдань до самостійної роботи наведено у таблиці "Рейтинг-план навчальної дисципліни".

Методи навчання та викладання

Методи навчання, спрямовані на активізацію та стимулювання навчально-пізнавальної діяльності здобувачів вищої освіти: лекції проблемного характеру (теми 3, 7) міні-лекції (теми 2, 5), робота в малих групах (тема 3), дискусії (тема 2, 4), індивідуальна дослідницька робота (теми 3, 4, 6, 7) під час виконання творчого завдання (теми 2-8), презентації (теми 3, 4, 6, 7, 8).

Порядок оцінювання результатів навчання

Система оцінювання сформованих компетентностей у студентів враховує види занять, які згідно з програмою навчальної дисципліни передбачають лекційні, практичні заняття, а також виконання самостійної роботи. Оцінювання сформованих компетентностей у студентів здійснюється за накопичувальною 100-бальною системою. Контрольні заходи включають:

поточний контроль, що здійснюється протягом семестру під час проведення лекційних, практичних (семінарських) занять і оцінюється сумою набраних балів (максимальна сума – 100 балів; мінімальна сума, що дозволяє студенту отримати залік, дорівнює 60 балам);

підсумковий/семестровий контроль, що проводиться у формі семестрового заліку. Залік виставляється як сума балів за результатами успішності студента при поточному контролі.

Поточний контроль включає оцінювання студентів під час:

Лекцій – активна робота на парі, що включає реакцію студента на лекційний матеріал у вигляді відповідей на запитання та обговорення проблемних питань за темою. За кожне заняття студент отримує 1 бал, максимальна кількість балів – 8.

Практичні та семінарські заняття – активна робота на парі, що включає обговорення лекційного матеріалу, відповіді на запитання, розгляд проблемних ситуацій у рамках теми заняття. За кожне заняття студент отримує 1 бал, максимальна кількість балів – 7.

Під час проведення практичних і семінарських занять також використовуються такі форми поточного контролю як:

Есе, що включає розкриття теми, яка сформульована відповідно до проблем, які розглядаються в рамках теми лекції. За кожне заняття студент отримує 2 бали, протягом семестру студенти пишуть одно есе, максимальна кількість балів – 2;

Письмова контрольна робота, що включає теми 1 – 5 і вимагає від студентів охарактеризувати етапи дизайн мислення. Максимальна оцінка дорівнює 3,5 бали. Друга контрольна робота включає теми 6 – 8 і вимагає від студентів розробку ідеї арт-засобів для креативної реклами. Максимальна оцінка дорівнює 3,5 бали. Протягом семестру студенти виконують дві контрольні роботи, максимальна оцінка складає 7 балів;

Презентація. Протягом семестру студенти виконують п'ять презентацій. Кожна презентація має максимальну оцінку у 6 балів. Максимальна кількість балів, яку студенти отримують за три презентації складає 30;

Творче завдання. Протягом семестру студенти виконують сім завдань. Кожне завдання потребує від студента креативного підходу до його виконання, можливість виконання у фото та відеоформатах. Кожне творче завдання має максимальну оцінку у 6 балів. Максимальна кількість балів, яку студенти отримують за шість завдань складає 42.

Самостійна робота щодо отримання компетентностей за дисципліною “Дизайн мислення в рекламі” включає опрацювання теоретичних основ лекційного матеріалу; виконання домашніх завдань; підготовку до контрольних робіт; пошук джерел для підготовки презентацій та творчих завдань за заданими темами. Кожна самостійна робота має максимальну оцінку у 0,5 балів. Максимальна кількість балів, яку студенти отримують за вісім самостійних робіт складає 4.

Залік охоплює суму балів від виконання сукупності завдань і передбачає визначення рівня знань та ступеня опанування студентами компетентностей. Результат семестрового заліку оцінюється в балах (максимальна кількість – 100 балів, мінімальна кількість, що зараховується, – 60 балів) і проставляється у відповідній графі екзаменаційної "Відомості обліку успішності".

Студента слід **вважати атестованим**, якщо сума балів, одержаних за результатами підсумкової/семестрової перевірки успішності, дорівнює або перевищує 60. Підсумкова

оцінка з навчальної дисципліни розраховується з урахуванням балів, отриманих під час поточного контролю за накопичувальною системою. Сумарний результат у балах за семестр складає: "60 і більше балів – зараховано", "59 і менше балів – не зараховано" та заноситься у залікову "Відомість обліку успішності" навчальної дисципліни.

Виставлення підсумкової оцінки здійснюється за шкалою, наведено в таблиці "Шкала оцінювання: національна та ЄКТС".

Форми оцінювання та розподіл балів наведено у таблиці "Рейтинг-план навчальної дисципліни".

Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
82 – 89	B	добре	
74 – 81	C		
64 – 73	D	задовільно	
60 – 63	E		
35 – 59	FX	незадовільно	не зараховано
1 – 34	F		

Рейтинг-план навчальної дисципліни

Тема	Форми та види навчання		Форми оцінювання	Max бал
Тема 1. Процесуальність дизайн мислення	***Аудиторна робота***			
	Лекція	Лекція за питаннями: 1. Особливості креативного мислення. 2. Дизайн мислення як процес.	Аудиторна групова робота	1
	Самостійна робота			
	Питання та завдання до самостійного опрацювання	Опрацювання лекційного матеріалу. Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою темою	Перевірка домашніх завдань	0,5
Тема 2. Етапи дизайн мислення.	***Аудиторна робота***			
	Лекція	Лекція за питаннями: 2. Передумови ефективного дизайн мислення. 2. Особливості етапів дизайн мислення.	Аудиторна групова робота	1
	Практичне заняття	Практичне заняття за темою: Етапи дизайн мислення.	Активна робота на заняттях	1
		Написання есе на тему “Креативне	Есе	2

		мислення”		
		Творче завдання. Пошук, підбір та огляд статей за заданою темою. Підготовка та презентація на тему “Креативна реклама”	Творче завдання	6
	Самостійна робота			
	Питання та завдання до самостійного опрацювання	Опрацювання лекційного матеріалу. Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою темою. Підготовка до практичного заняття щодо написання есе та виконання творчого завдання щодо презентації фото-колажу на тему “Креативна реклама”	Перевірка домашніх завдань	0,5
Тема 3. Agile VS Design thinking у рекламній сфері	***Аудиторна робота***			
	Лекція	Лекція за питаннями: 1. Особливості запровадження Agile підходу в рекламній діяльності 2. Інтегрування Agile методів у рекламну діяльність.	Аудиторна групова робота	1
	Практичне заняття	**Практичне заняття за темою** “Agile VS Design thinking у рекламній сфері **”**	Активна робота на заняттях	1
		Представити презентацію на тему: “Agile метод”	Презентація	6
		Творче завдання. Провести аналіз реклам з використанням технік agile.	Творче завдання	6
	Самостійна робота			
	Питання та завдання до самостійного опрацювання	Опрацювання лекційного матеріалу. Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою темою. Підготовка до практичного заняття щодо створення презентації і творчого завдання	Перевірка домашніх завдань	0,5
Тема 4. Де починаються інновації?	***Аудиторна робота***			
	Лекція	Лекція за питаннями: 1. Концептуальні інновації у рекламі. 2. Технологічні та технічні інновації в рекламі.	Аудиторна групова робота	1
	Практичне заняття	Практичне заняття за темою “Де починаються інновації?”	Активна робота на заняттях	1
		Підготувати презентацію на тему: “Інновації у рекламі: історичний аналіз”	Презентація	6
		Творче завдання: Розробити рекламний постер з інноваційною ідеєю.	Творче завдання	6
	Самостійна робота			

	Питання та завдання до самостійного опрацювання	Опрацювання лекційного матеріалу. Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою темою. Підготовка до практичного заняття.	Перевірка домашніх завдань	0,5
Тема 5. Емпатія у дизайн мисленні	***Аудиторна робота***			
	Лекція	Лекція за питаннями: 1. Картки емпатії. Дизайн мислення у соціальній сфері.	Аудиторна групова робота	1
	Практичне заняття	Практичне заняття за темою: Емпатія у дизайн мисленні Рекламна стаття як вид інформаційного матеріалу	Активна робота на заняттях	1
		Творче завдання: створення сценарію відео-реклами за етапами дизайн мислення.	Творче завдання	6
	Самостійна робота			
	Питання та завдання до самостійного опрацювання	Опрацювання лекційного матеріалу. Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою темою. Підготовка до практичного заняття щодо розвитку емпатії у дизайн мисленні.	Перевірка домашніх завдань	0,5
	Модульний контроль	Проаналізувати етапи дизайн мислення	Письмова контрольна робота	3,5
Тема 6. Пошук інсайтів.	***Аудиторна робота***			
	Лекція	Лекція за питаннями: 1. Інсайт та його функції. 2. Методи пошуку інсайтів.	Аудиторна групова робота	1
	Практичне заняття	Практичне заняття за темою Пошук інсайтів.	Активна робота на заняттях	1
		Підготувати презентацію «Методи пошуку інсайтів»	Презентація	6
		Розробити ідею рекламного сюжету з використанням методів інсайту.	Творче завдання	6
	Самостійна робота			

	Питання та завдання до самостійного опрацювання	Опрацювання лекційного матеріалу. Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою темою. Підготовка до практичного заняття щодо виконання творчого завдання	Перевірка домашніх завдань	0,5
Тема 7. Інструменти дизайн мислення	***Аудиторна робота***			
	Лекція	Лекція за питаннями: 1. Моніторингові інструменти дизайн мислення. 2.Інструменти аналізу якості запропонованих ідей. Вау-ефекти.	Аудиторна групова робота	1
	Практичне заняття	Практичне заняття за темою: Інструменти дизайн мислення	Активна робота на заняттях	1
		Підготувати презентацію "Моніторингові інструменти у дизайн мисленні"	Презентація	6
		Розробити моніторинговий інструмент для перевірки влучності ідеї.	Творче завдання	6
	Самостійна робота			
	Питання та завдання до самостійного опрацювання	Опрацювання лекційного матеріалу. Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою темою. Підготовка до практичного заняття щодо підготовки презентації	Перевірка домашніх завдань	0,5
Тема 8. Розробка рекламного продукту за технологією дизайн мислення	***Аудиторна робота***			
	Лекція	Лекція за питаннями: 1. Відбір актуальної соціально-комерційної проблематики. 2. Підготовка сценарію рекламного відео, розробленого за методикою дизайн мислення.	Аудиторна групова робота	1
	Практичне заняття	**Практичне заняття за темою "**Розробка рекламного продукту за технологією дизайн мислення**"**	Активна робота на заняттях	1
		Підготувати презентацію "Етапи розробки креативної рекламної ідеї за технологією дизайн мислення".	Презентація	6
		Творча робота на тему "Рекламне відео на соціально-комерційну проблематику".	Творче завдання	6
	Самостійна робота			
	Питання та завдання до самостійного опрацювання	Опрацювання лекційного матеріалу. Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою темою. Підготовка до практичного заняття щодо підготовки презентації	Перевірка домашніх завдань	0,5

	Модульний контроль	Розробка ідеї арт-засобів для креативної реклами	Письмова контрольна робота	3,5

Рекомендована література

Основна

1. Ромат Е.В. Реклама: учеб. пособие. 2-е изд. СПб. : Питер, 2008. 207 с.

Додаткова

2. Іванова В. В. Роль дизайн мислення в освіті // Інтелект XXI. Випуск 4. 2019. С. 93-97
3. Професійна підготовка майбутніх менеджерів освіти на засадах компетентнісного підходу : колективна монографія / [В.В. Бойченко, О.В. Бялик, Н.В. Дудник та ін.] Умань : Візаві, 2018. – 330 с.
4. Удріс-Бородавко Н. Рекламна світлина як засіб проектування соціальної комунікації // International Scientific and Practical Conference World, 2018. Том 5 № 2 (30). С.8-13.
5. Чернявська Т. Креативне мислення менеджерів // Ринкова економіка: сучасна теорія і практика. 2021. Том 20 № 1(47) С. 146-157.
6. Wrigley C, Nusem E, Straker K. Implementing Design Thinking: Understanding Organizational Conditions. California Management Review. 2020. 62(2) P.125-143.

Інформаційні ресурси

7. Shute J.V. What Is Design Thinking and Why Is It Important? Режим доступу: https://www.researchgate.net/publication/258183173_What_Is_Design_Thinking_and_Why_Is_It_Important

8. Чекштуріна В.М. Дизайн мислення в рекламі[Електронний ресурс]. Режим доступу: https://pns.hneu.edu.ua/course/view.php?id=7612