НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ КЕРІВНИХ КАДРІВ КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ
ІНСТИТУТ ПРАКТИЧНОЇ КУЛЬТУРОЛОГІЇ ТА АРТ-МЕНЕДЖМЕНТУ
КАФЕДРА АРТ-МЕНЕДЖМЕНТУ ТА ІВЕНТ-ТЕХНОЛОГІЙ

«ЗАТВЕРДЖУЮ»
Перший проректор
з науково-педагогічної роботи
Людмила СТЕПАНЕНКО
«30» серпня 2023 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА КРЕАТИВНОСТІ

для здобувачів вищої освіти

Галузь знань	**02 «Культура і мистецтво»**
Спеціальність	**025 «Музичне мистецтво»**
Освітній рівень	**перший (бакалаврський)**
Освітня програма	**«Музичний продакшн»**
Спеціалізація	(за наявності)
Вид дисципліни	**обов'язкова**

Форма навчання	денна, заочна
Навчальний рік	2023/2024
Кількість кредитів ECTS	4/120
Мова викладання, навчання й оцінювання	українська
Форма підсумкового контролю	екзамен

Викладачі: Копієвська Ольга Рафаілівна,
Васильченко Людмила Леонідівна

Пролонгація за рішенням науково-методичної ради НАКККіМ

Київ – 2023

УДК 371.2(075.8)

Розробник:
КОПІЄВСЬКА Ольга Рафаілівна, доктор культурології, професор, професор кафедри арт менеджменту та івент-технологій.

ПОГОДЖЕНО:
Директор інституту практичної культурології та арт-менеджменту
Степан ДИЧКОВСЬКИЙ

ЗАТВЕРДЖЕНО:
В.о. зав. кафедри арт-менеджменту та івент-технологій
Вікторія ДОБРОВОЛЬСЬКА

Протокол № 10 від «29» червня 2023 р. Протокол № 11 від «12» червня 2023 р.

ЗАТВЕРДЖЕНО:
В.о. зав. кафедри академічного і естрадного вокалу та звукорежисури
Світлана САДОВЕНКО

Погоджено з гарантом освітньої програми «Музичний продакшн»

Гарант освітньої програми Михайло КУЛИНЯК

Схвалено науково-методичною радою Академії
Протокол № 6 від «28» серпня 2023 р.

Голова науково-методичної ради Людмила СТЕПАНЕНКО

© Копієвська О. Р., 2023
© НАКККіМ, 2023

1. ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

1. Анотація (опис) навчальної дисципліни (зокрема міждисциплінарні зв'язки).

Навчальна дисципліна «Теорія і практика креативності» передбачена ОПП «Музичний продакшн», спеціальність 025 «Музичне мистецтво», першого (бакалаврського) рівня. Відповідно до навчального плану навчальна дисципліна є обов'язковою і вивчається здобувачами вищої освіти на першому курсі в першому семестрі. Формою підсумкового контролю є екзамен.

Навчальна дисципліна «Теорія і практика креативності» має міждисциплінарний зв'язок із такими дисциплінами, як «Креативна економіка», «Стартапи в галузі культури і мистецтв».

2. Мета дисципліни – ознайомлення здобувачів із теоретичними концепціями креативності, практичними формами та методами виявлення, розвитку і впровадження індивідуальної та колективної форм креативності в культурні індустрії.

3. Завдання:

- опанувати теоретичні засади з теорій креативності;
- набути знань і вмінь із виявлення та розвитку індивідуальної та колективної креативності;
- оволодіти практиками креативного лідерства та мотивації;
- опанувати методи та техніки формування креативного простору застосовуючи практики графічного дизайну з урахуванням індивідуальних і колективних потреб усіх зацікавлених стейкхолдерів культурних, мистецьких трансформацій;
- набути знань з організаційно-правових форм функціонування креативних індустрій у сфері культури і мистецтва.

4. Компетентності, яких набуває здобувач при вивченні дисципліни відповідно до освітньої програми:

Загальні компетентності (ЗК):

ЗК2. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК4. Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми.

ЗК6. Навички міжособистісної взаємодії.

ЗК8. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК11. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.

ЗК13. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.

ЗК15. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

ЗК18. Впроваджувати інноваційні ідеї для створення актуальних соціокультурних товарів та послуг з урахуванням тенденцій розвитку креативних індустрій.

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності (СК):

СК 1. Здатність демонструвати достатньо високий рівень виконавської майстерності вокаліста.

СК2. Здатність створювати, аранжувати та реалізовувати власні творчі ідеї та концепції у композиторській діяльності.

СК6. Здатність використовувати професійні знання та навички в процесі творчої діяльності.

СК8. Здатність здійснювати креативну діяльність в галузі музичного бізнесу

СК10. Здатність застосовувати базові знання провідних музично-теоретичних систем та креативних концепцій.

СК11. Здатність оперувати професійною термінологією.

СК13. Здатність використовувати широкий спектр міждисциплінарних зв'язків.

СК15. Здатність здійснювати редакторську, менеджерську та продюсерську діяльність в сфері музичного мистецтва.

СК16. Здатність використовувати засоби масової інформації для просвітництва і популяризації досягнень музичної культури та просування продуктів музичної творчості.

СК17. Здатність застосовувати традиційні і альтернативні інноваційні технології в музичному виробництві.

СК18. Здатність свідомо поєднувати інновації з усталеними вітчизняними та світовими традиціями у композиторській практиці.

5. Програмні результати навчання:

ПРН3. Демонструвати різні методики удосконалення креативно-творчої діяльності.

ПРН6. Демонструвати спроможність до самостійного пошуку та дослідження креативно-творчих проблем в галузі музичного мистецтва, готовність дискутувати і аргументувати власну позицію.

ПРН7. Володіти методами опрацювання музикознавчої літератури та інформаційного простору, узагальнення та аналізу музичного матеріалу та розуміння подальших перспектив розвитку даної проблематики в різних дослідницьких жанрах.

ПРН10. Володіти базовими знаннями, практичними навичками організаційної, креативної та творчої роботи в колективі.

ПРН12. Володіти термінологією музичного мистецтва, його понятійно-категоріальним апаратом.

ПРН13. Володіти здатністю виконувати творчо-креативну діяльність у сфері сучасного шоу-бізнесу.

ПРН14. Виявляти розуміння фінансово-адміністративних принципів організації мистецьких заходів, закладів культури та музичної освіти.

ПРН16. Виявляти, генерувати і впроваджувати креативні ідеї в професійну діяльність.

Програма навчальної дисципліни складається з чотирьох модулів:

1. Теоретичні концепції креативності
2. Індивідуальний і колективний феномен креативності
3. Креативне мислення: методи та техніки
4. Креативні практики в культурно-мистецькому просторі

2. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

(для денної форми навчання)

№ з/п	Назва розділу і теми	кількість годин							
		денна форма							
		усього	у тому числі						
			л	с	п	лаб	інд	м.к.	с.р.
МОДУЛЬ 1. ТЕОРЕТИЧНІ КОНЦЕПЦІЇ КРЕАТИВНОСТІ									
1.1.	Компетентнісна актуальність навчальної дисципліни	8	2		2				4
1.2.	Креативність у дискурсі теорій і концепцій	8	2	2					4
1.3.	Креативність як стратегічна перспектива розвитку сфери культури	12	2		4				6
	Модульний контроль	2						2	
	Разом за модуль 1	**30**	**6**	**2**	**6**			**2**	**14**
МОДУЛЬ 2. ІНДИВІДУАЛЬНИЙ І КОЛЕКТИВНИЙ ФЕНОМЕН КРЕАТИВНОСТІ									
2.1.	Індивідуальний феномен креативності	12	2		4				6
2.2.	Колективна креативність як феномен перспективного бізнес розвитку	16	2	2	4				8
Модульний контроль		2						2	
Разом за 2 модуль		**30**	**4**	**2**	**8**			**2**	**14**
МОДУЛЬ 3. КРЕАТИВНЕ МИСЛЕННЯ: МЕТОДИ ТА ТЕХНІКИ									
3.1.	Методи розвитку креативності	14	2	2	4				6
3.2.	Техніки креативного мислення, лідерства і мотивації	14	2		4				8
Модульний контроль		2						2	
Разом за 3 модуль		**30**	**4**	**2**	**8**			**2**	**14**
МОДУЛЬ 4. КРЕАТИВНІ ПРАКТИКИ В КУЛЬТУРНО-МИСТЕЦЬКОМУ ПРОСТОРІ									
4.1.	Креативне картування: практика створення та репрезентації культурно-мистецького продукту, послуги	15	4		4				7
4.2.	Креативні практики в системі глобальних, локальних проєктних ініціатив	13	2		4				7
Модульний контроль		2						2	
Разом за 4 модуль		**30**	**6**		**8**			**2**	**14**
Разом із дисципліни		**120**	**20**	**6**	**30**			**8**	**56**

(для заочної форми навчання)

№ з/п	Назва розділу і теми	кількість годин							
		заочна форма							
		Усього	у тому числі						
			Л	С	п	лаб	інд	м.к.	с.р.
МОДУЛЬ 1. ТЕОРЕТИЧНІ КОНЦЕПЦІЇ КРЕАТИВНОСТІ									
1.1.	Компетентнісна актуальність навчальної дисципліни.	8							8
1.2.	Креативність у дискурсі теорій і концепцій	10							10
1.3.	Креативність як стратегічна перспектива розвитку сфери культури	12	1		2				9
Разом за модуль 1		**30**	**1**		**2**				**27**
МОДУЛЬ 2. ІНДИВІДУАЛЬНИЙ І КОЛЕКТИВНИЙ ФЕНОМЕН КРЕАТИВНОСТІ									
2.1.	Індивідуальний феномен креативності	14							14
2.2.	Колективна креативність як феномен перспективного бізнес розвитку	16	1	1	2				12
Разом за 2 модуль		**30**	**1**	**1**	**2**				**26**
МОДУЛЬ 3. КРЕАТИВНЕ МИСЛЕННЯ: МЕТОДИ ТА ТЕХНІКИ									
3.1.	Методи розвитку креативності	15		1					14
3.2	Техніки креативного мислення, лідерства і мотивації	15	1		2				12
Разом за 3 модуль		**30**	**1**	**1**	**2**				**26**
МОДУЛЬ 4. КРЕАТИВНІ ПРАКТИКИ В КУЛЬТУРНО-МИСТЕЦЬКОМУ ПРОСТОРІ									
4.1.	Креативне картування: практика створення та репрезентації культурно-мистецького продукту, послуги	14	1		2				11
4.2.	Креативні практики в системі глобальних, локальних проєктних ініціатив	14							14
Модульний контроль		**2**						**2**	
Разом за 4 модуль		**30**	**1**		**2**			**2**	**24**
Разом з дисципліни		**120**	**4**	**2**	**8**			**2**	**104**

3. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

МОДУЛЬ 1. ТЕОРЕТИЧНІ КОНЦЕПЦІЇ КРЕАТИВНОСТІ

ТЕМА 1.1. КОМПЕТЕНТНІСНА АКТУАЛЬНІСТЬ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Анотація до лекції 1.1.

Актуальність навчальної дисципліни «Теорія і практика креативності», її роль і значення в професійному становленні. Мета й основні завдання навчальної дисципліни. Навчальна дисципліна в процесі формування інтегральних, загальних і спеціальних (фахових) компетентностей. Програмні результати навчання.

Змістовні модулі, тематичний план лекційних занять, завдання для семінарських, практичних занять і самостійної роботи. Методика виконання та презентації навчальних завдань, індивідуального креативного проєкту.

Система оцінювання запропонованих у дисципліні видів навчальної та практичної роботи.

План

1. Актуальність навчальної дисципліни «Теорія і практика креативності», її роль, місце в набутті професійних компетентностей.
2. Мета, завдання, змістовні модулі навчальної дисципліни.
3. Методика та система оцінювання виконаних навчальних завдань.

Практичне заняття № 1 до теми 1.1.
Тема: Креативність як спеціальна(фахова) компетентність

Заняття

Мета: навчити здобувачів визначати й аналізувати креативність через призму компетентності підходу у здобутті професії. Застосовувати виявлені та самостійно осмислені знання на практиці.

Практичне завдання:

1. На основі запропонованого тематичного плану сформулювати власне бачення щодо спеціальних (фахових) компетентностей, які формує дисципліна «Теорія і практика креативності».
2. Обґрунтувати сформульовані компетентності.
   - Результати практичного завдання оформити у вигляді доповіді.
   - Практичне заняття виконується індивідуально кожним здобувачем.

Завдання для самостійної роботи до теми 1.1.

Практичні завдання

1. Обґрунтувати самостійно актуальність навчальної дисципліни «Теорія і практика креативності».
2. Робота над творчим щоденником «Кради як митець». Мій творчий псевдонім.

Література: 2, 9, 10, 11, 12, 17, 22, 36, 42, 43, 48.

ТЕМА 1.2. КРЕАТИВНІСТЬ У ДИСКУРСІ ТЕОРІЙ І КОНЦЕПЦІЙ

Анотація до лекції 1.2.

Креативність як теоретична категорія, основні теоретичні підходи до вивчення природи, сутності феномену «креативність». Міждисциплінарна інтерпретація до розуміння змісту креативності. Креативність як психологічна ознака людини. Креативність як форма виразу обдарованості. Креативність як набута професійна риса. Креативність й інтелект: спільне та відмінне. Креативність як вираз емоційно-мотиваційного розвитку.

Креативний менеджмент у системі управлінського знання. Креативний менеджмент як інноваційна організаційно-управлінська діяльність. Генерація ідей як головна інтенція сучасного креативного менеджменту. Тематизація креативного менеджменту у світових бестселерах.

План

1. Креативність як теоретична категорія.
2. Міждисциплінарна сутність змісту креативності.
3. Креативний менеджмент у системі управлінського знання та практичного використання.
4. Креативність як об’єкт світового бестселера.

Семінарське заняття № 1 до теми 1.2.
Тема: Репрезентація креативності в теоретико-практичному дискурсі

Заняття

Мета: на теоретико-практичних матеріалах навчити здобувачів визначати й аналізувати підходи до розуміння змісту, сутності, методик і технік виявлення, розвитку та використання феномену креативності в професії. Застосовувати виявлені та самостійно осмислені теорії в їх практичному професійному використанні.

План семінарського заняття

1. Креативність як теоретична категорія.
2. Міждисциплінарні теорії (концепції), об’єктом яких є креативність: українські та світові інтерпретації.
3. Світові бестселери, об’єктом яких є креативність.

- Семінарське заняття виконується індивідуально кожним здобувачем.

Завдання для самостійної роботи до теми 1.2.

Практичні завдання

1. Запропонувати власне визначення таких понять, як: «креативність», «креативна практика», «креативний культурний продукт (послуга)».
2. Надати коротку анотацію розглянутого вами джерела через платформу Google Академія.
3. Робота над творчим щоденником «Кради як митець».

Література: 11, 12, 22, 26, 43, 48, 49.

ТЕМА 1.3. КРЕАТИВНІСТЬ ЯК СТРАТЕГІЧНА ПЕРСПЕКТИВА РОЗВИТКУ СФЕРИ КУЛЬТУРИ

Анотація до лекції 1.3.

Креативність через призму правових категорій і норм. Креативні індустрії як пріоритетний напрям державної культурної політики України.

Перелік видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій: народні художні промисли; візуальне мистецтво, зокрема живопис, графіка, скульптура, фотографія тощо; сценічне мистецтво, зокрема жива музика, театр, танець, опера, цирк, ляльковий театр тощо; література, видавнича діяльність і друковані засоби масової інформації; аудіальне мистецтво; аудіовізуальне мистецтво: кіно, телебачення, відео, анімація, мультиплікація тощо; дизайн; мода; нові медіа та інформаційно-комунікаційні технології: програмне забезпечення, відеоігри, цифрові технології в мистецтві (3D-друк; віртуальна, доповнена, змішана реальність тощо); архітектура й урбаністика; реклама, маркетинг, зв'язки з громадськістю й інші креативні послуги; бібліотеки, архіви та музеї. Застосування переліку видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій, нормативно-правові засади функціонування.

План

1. Креативність як правова категорія та норма.
2. Розвиток креативних індустрій як пріоритет державної культурної політики України.
3. Види економічної діяльності в креативних індустріях України.

Практичне заняття № 2 до теми 1.3.
Тема: Креативність у системі реалізації державної культурної політики

Заняття

Мета: навчити здобувачів користуватися у своєму професійному становленні нормативно-правовими актами, які регулюють функціонування креативних індустрій у культурі, реалізації державної культурної політики зокрема. Застосовувати виявлені й самостійно осмислені знання на практиці.

Практичне завдання:

На основі навчального відеоматеріалу, проаналізувати його з точки зору законодавчих категорій і норм:

- нормативного категоріального поняття;
- мета та завдання заходу з точки зору основних засад і пріоритетів державної культурної політики;
- з точки зору забезпечення культурних прав і свобод громадян.

- Результати практичного завдання презентуються малою групою і обговорюються колективно всіма учасниками практичного заняття.
- Практичне завдання виконується малими групами.

Практичне заняття № 3 до теми 1.3.
Тема: Види економічної діяльності в креативних індустріях України

Заняття

Мета: навчити здобувачів орієнтуватися в питаннях функціонування видів економічної діяльності, графічного дизайну зокрема, виявляти й аналізувати їх креативний потенціал, аналізувати креативність як унікальну професійну рису графічного дизайнера. Застосовувати теоретичні знання на практиці.

Практичне завдання

1. Перегляд навчального відеоматеріалу.
2. Визначити вид дизайну в креативних індустріях України, надати йому описову характеристику, аргументувати вибір.
3. Запропонувати креативну ідею щодо підвищення соціокультурної, економічної рентабельності.

- Результати практичного завдання оформити у вигляді презентації.
- Практичне заняття виконується малими групами.

Завдання для самостійної роботи до теми 1.3.

Практичні завдання

1. Розглянути основні поняття з глосарію креативних індустрій: https://uccs.org.ua/hlosarij-kreatyvnykh-industrij/
2. Використати розглянуті поняття у власному професійному, категоріально-понятійному апараті. (Скласти три запитання, використовуючи поняття з глосарію).
3. Робота над творчим щоденником «Кради як митець».

Література: 1, 3, 16, 32, 37, 39, 43, 45.

МОДУЛЬНИЙ КОНТРОЛЬ № 1

Модульний контроль є результатом вивчення кожного модуля, який містить підсумок усіх форм поточного контролю та виконання модульної контрольної роботи.

Модульні контрольні завдання № 1 оцінюються від 0 до 3-х балів; передбачено виконання таких контрольних форм:

- відповідь на тести (8 запитань по 0,25 бали за одну правильну відповідь. Оціночний результат – від 0 до 2 балів);
- формулювання власного розуміння визначеного в модульному контрольному завданні поняття. (Оціночний результат – від 0 до 1 бала).

МОДУЛЬ 2. ІНДИВІДУАЛЬНИЙ І КОЛЕКТИВНИЙ ФЕНОМЕН КРЕАТИВНОСТІ

ТЕМА 2.1. ІНДИВІДУАЛЬНИЙ ФЕНОМЕН КРЕАТИВНОСТІ

Анотація до лекції 2.1.

Індивідуальна креативність як теоретична категорія: українські та світові підходи до осмислення. Розвиток індивідуальної креативності як виклик часу. Індивідуальна креативність і культурна практика: питання взаємозалежності та перспективності.

Креативність як індивідуальна відмінність творчого (інноваційного) мислення. Індивідуальна креативність, її прояв через: ступінь естетичного почуття; різнобічність інтересів; рівень енергійності; автономність; інтуїцію; самовпевненість тощо. Талант і здібності, мотивація та соціальні впливи як характеристики виразу індивідуальної креативності.

Диференціальна специфіка феномену креативності. Творчість як характерна риса індивідуальної креативності: природа креативності; особистісні риси, якими наділені творчі люди; можливість розвитку талантів; співвідношення інтелектуальних і творчих здібностей; процесуальні та змістові аспекти творчості.

Тест як спосіб визначення рівня креативності. Тести для вимірювання креативних здібностей, практика психологів Джо Пола Гілфорда та Елліса Пола Торренса. Обдарованість, шаленість: питання взаємозв'язку та виявлення креативного потенціалу.

Освіта проти таланту. Сила творчості Кена Робінса. Індекс креативності Річарда Флоріда: теоретичні підходи до визначення та практичного застосування.

План

1. Креативність як індивідуальна властивість людини.
2. Диференціальна специфіка креативності.
3. Тест як спосіб визначення рівня креативності.
4. Креативність як об'єкт психологічного аналізу.

Практичне заняття № 4 до теми 2.1.
Тема: Креативність як інтегральна творча властивість

Заняття

Мета: навчити здобувачів виявляти індивідуальну креативність, осмислювати її потенціал, використовуючи професійний практичний інструментарій. Застосовувати теоретичні знання на практиці.

Практичні завдання

1. Запропонувати й апробувати власну інтерпретацію вивчених під час лекційного матеріалу засобів виявлення індивідуального креативного потенціалу.

2. Проаналізувати отриманий результат у контексті осмислення індивідуальної професійної перспективи.

- Результати практичного завдання презентуються індивідуально у визначений самостійно спосіб.
- Практичне заняття виконується індивідуально кожним здобувачем.

Практичне заняття № 5 до теми 2.1.
Тема: Творча шаленість як форма виразу індивідуальної креативності

Мета: навчити здобувачів виявляти, розрізняти та професійно осмислювати прояви творчої шаленості як індивідуальну форму виразу креативності. Застосовувати теоретичні знання на практиці.

Практичні завдання

1. Переглянути навчальний відеоматеріал.
2. Охарактеризувати індивідуальну креативність через призму творчої шаленості Сальвадора Далі та Гали Далі.

- Результати практичного завдання презентуються у вигляді публічної доповіді.
- Практичне заняття виконується індивідуально кожним здобувачем.

Завдання для самостійної роботи до теми 2.1.

Практичні завдання

1. Охарактеризувати одну з психологічних ознак власної творчої шаленості. Завдання виконується самостійно і публічно презентується.
2. Робота над творчим щоденником «Кради як митець».

Література: 7, 10, 12, 22, 24, 46, 48.

ТЕМА 2.2. КОЛЕКТИВНА КРЕАТИВНІСТЬ ЯК ФЕНОМЕН ПЕРСПЕКТИВНОГО БІЗНЕС РОЗВИТКУ

Анотація до лекції 2.2.

Колективна (групова) креативність як теоретична категорія: українські та світові підходи до осмислення. Колективна креативність як об’єкт світових бестселерів (теорія «креативного класу» Річард Флорід, «паралельне мислення» Едвард де Боно, «креативне місто» Чарльз Лендрі). Колективна творчість і креативність через призму здібностей, результатів, наслідків, проблем, діяльності тощо.

Колективна креативність як сума креативних даних її учасників і контекстуальних впливів (організаційної культури, ресурсного забезпечення, потенціалу тощо). Лідерство, згуртованість, стійкість і структура групи як виключні умови для групової креативності й інновацій. Креативні кластери та інтелектуальний капітал.

Когнітивна система креативного колективу. Когнітивний стиль і розвиток організації креативного бізнесу, його оцінка. Когнітивний дисонанс і маркери в колективній креативності.

Демократичність, реальність, енергетичність і сміливість як визначальні принципи перспективності колективної творчості бізнес розвитку креативних індустрій у культурі. «Шість міфів про креативність» Терези Амабіліє в системі формування креативного бізнесу та управлінні творчим колективом.

План

1. Колективна (групова) креативність як теоретична категорія.
2. Колективна креативність як системоутворююча компонента бізнес розвитку.
3. Когнітивна система креативного колективу: від теорії до практики.
4. Визначальні принципи колективної творчості.

Практичне заняття № 6 до теми 2.2.
Тема: Ідея паралельного мислення в креативній творчості

Заняття

Мета: ознайомити здобувачів із теорією паралельного мислення британського психолога Едварда де Боно. Навчити здобувачів застосовувати теорію паралельного мислення при колективній творчості, осмислювати практичне значення теорії при створенні креативного продукту та прийнятті колективних рішень. Застосовувати теоретичні знання на практиці.

Практичні завдання

1. Вивчити теоретичну частину ідеї паралельного мислення британського психолога Едварда де Боно.
2. Під час перегляду навчального відеоматеріалу практично застосувати отримані теоретичні знання відповідно до визначених ролей.

- Результати практичного завдання обговорюються колективно.
- Практичне заняття виконується індивідуально залежно від обраної ролі.

Практичне заняття № 7 до теми 2.2.
Тема: Геймифікація як колективна бізнес креативність

Заняття

Мета: ознайомити здобувачів із якісним потенціалом використання геймифікації у вирішенні креативних бізнес завдань. Навчити здобувачів застосовувати отримані теоретичні знання на практиці під час виконання поставлених завдань засобами геймифікації.

Практичні завдання

1. Ознайомитися з умовами колективної бізнес гри «Острів».
2. Презентація результатів гри.
3. Визначення колективного індексу креативності.
4. Виявлення й обґрунтування кращих ідей для кінцевої бізнес ідеї.

- Результати практичного завдання презентуються у вигляді публічного представлення.
- Практичне заняття виконують малими групами.

Семінарське заняття № 2 до теми 2.2.

Тема: Шість міфів про креативність у системі функціонування колективної творчості

Заняття

Мета: на матеріалах теоретичної концепції Терези Амабіліє «Шість міфів про креативність» навчити здобувачів виявляти, аналізувати і передбачувати ризики колективної творчості. Застосовувати виявлені й самостійно осмислені теорії в їх практичному професійному використанні.

План семінарського заняття

1. Тереза Амабіліє, автобіографічна довідка.
2. Шість міфів про креативність: зміст, доказовий експеримент, перспективне використання результатів і висновку.
3. Обґрунтування власного прикладу в застосуванні теорії Терези Амабіліє.

- Семінарське заняття може бути виконано як індивідуально кожним здобувачем, так і малими групами.

Завдання для самостійної роботи до теми 2.2.

Практичні завдання

1. Описати власне розуміння ролі й значення когнітивного знання в колективній креативності.
2. Навести приклад застосування когнітивного стилю в бізнес організації (до 10 речень).
3. Робота над творчим щоденником «Кради як митець».

Література: 4, 12, 13, 14, 17, 18, 19, 26, 34, 41, 45.

МОДУЛЬНИЙ КОНТРОЛЬ № 2

Модульний контроль є результатом вивчення кожного модуля, який містить підсумок усіх форм поточного контролю та виконання модульної контрольної роботи.

Модульний контроль № 2 передбачає виконання практичного завдання за однією з тем, визначених у модулі. (Оціночний результат практичного завдання – від 0 до 3-х балів).

МОДУЛЬ 3. КРЕАТИВНЕ МИСЛЕННЯ: МЕТОДИ ТА ТЕХНІКИ

ТЕМА 3.1. МЕТОДИ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОСТІ

Анотація до лекції 3.1.

Метод як спосіб пізнання і дослідження креативності та практичного використання креативних ідей. Метод як система дисципліни думок та ідей у творчому колективі. Креативні методи в системі створення креативних продуктів як засіб, що сприяє творчому процесу генерації оригінальних ідей, винайдення неординарних рішень і підходів при виконанні професійних завдань. Методи розвитку креативності як системоутворювальні компоненти управлінських рішень, мотиваційних стимулів та призупинення професійних і особистісних блокад.

Основні завдання методів креативного мислення. Класифікація методів: «мозкова атака», емпатії, придумування, синектики, інверсії, морфологічного аналізу, гіперболізації, аглютинації, евристичного методу тощо.

Дизайн-мислення – метод створення інновацій для активного використання в процесах виразу та просування товарів і послуг як засіб формування креативного продукту. Релевантність у дизайні-мислення. Місія та ключові фактори дизайну-мислення. Головні моделі та концентрація дизайн-мислення в креативному середовищі. Дизайн-мислення як засіб у прийнятті нестандартного рішення. Інструментарій дизайн-мислення. Трансформаційні процеси дизайн-мислення: результати і перспективи.

ТРВЗ – набір методів вирішення задач і удосконалення систем, в основі яких лежить креативний підхід. Ефект Медичі – феномен поєднання звичайного, креативного й інноваційного. Друдли в системі розвитку навичок творчого та візуального мислення. Scamper як метод генерації креативних ідей. Нейробіка – фітнес для творчих мізків.

Методи діагностики креативності. Модель Дж.Гілфорда та теорія «інтелектуального порога» П.Торренса.

План

1. Метод як спосіб пізнання і дослідження креативності та практичного впровадження.
2. Класифікація методів.
3. Методи діагностики креативності.

Практичне заняття № 8 до теми 3.1.
Тема: Дизайн-мислення як метод створення креативного продукту

Заняття

Мета: навчити здобувачів використовувати Стенфордську модель дизайн-мислення для роботи в команді та створення дизайнерського креативного продукту. Застосовувати теоретичні знання на практиці.

Практичне завдання

1. Ознайомитись з основними етапами Стенфордської моделі дизайн-мислення.
2. На основі запропонованої тематики створити дизайнерський креативний продукт, використовуючи Стенфордську модель дизайн-мислення.
3. Представити результат, визначити плюси та мінуси моделі.
   - Результати практичного завдання презентувати командно.
   - Практичне заняття виконують малими групами.

Практичне заняття № 9 до теми 3.1.
Тема: ТВРЗ: протиріччя, конфлікти та компроміси у творчості

Заняття

Мета: навчити здобувачів використовувати теорію розв’язання винахідницьких завдань для роботи у творчій команді та створення креативного продукту. Застосовувати теоретичні знання на практиці.

Практичне завдання

1. Переглянути навчальний відеоматеріал.

2. Прийняти участь у мотиваційній грі, яка заснована на теорії розв'язання винахідницьких завдань.

- Результати практичного завдання обговорюються групою.
- Практичне заняття виконується індивідуально за розподіленими ролями.

Семінарське заняття № 3 до теми 3.1.
Тема: Методи креативного мислення: теоретичні концепції та практичне використання

Заняття

Мета: навчити здобувачів виявляти методи креативного мислення та навчання, осмілювати їх потенціал, результативність і перспективність. Застосовувати виявлені й самостійно осмислені теорії в їх практичному професійному використанні.

План семінарського заняття

1. Ефект Медичі – феномен поєднання звичайного, креативного й інноваційного.
2. Друдли в системі розвитку навичок творчого та візуального мислення.
3. Scamper як метод генерації креативних ідей.
4. Нейробіка – фітнес для творчих мізків.
5. «Мозкова атака» як стимулюючий метод творчого мислення.
6. Карта емпатії як креативний метод створення унікального продукту.
7. Гіперболізація, феномен креативного виразу.
8. Метод аглютинації, виклики для креативних ідей з непоєднуваних елементів.

- Семінарське заняття передбачає підготовку матеріалів самостійного вибору здобувача за темою (розкрити інший, не зазначений у плані метод).
- Семінарське заняття може виконуватися як індивідуально кожним здобувачем, так і малими групами.

Завдання для самостійної роботи до теми 3.1.

Практичні завдання

1. Продовжити думку: «знати методи креативного мислення мені потрібно для…»

2. Намалювати сімейний герб. Проаналізувати його.

3. Робота над творчим щоденником «Кради як митець».

Література: 7, 12, 24, 25, 27, 28, 31, 33, 40, 42.

ТЕМА 3.2. ТЕХНІКИ КРЕАТИВНОГО МИСЛЕННЯ, ЛІДЕРСТВА ТА МОТИВАЦІЇ

Анотація до лекції 3.1.

Теоретичні концепції критичного мислення. Техніки креативного мислення як сукупність прийомів і навичок для змін та розвитку. Техніки створення креативних ідей (ігрові, інтерактивні, мультимедійні, проблемного навчання тощо). Брейшторм, метод Волта Діснея, фрірайтинг, розумові мапи в системі розвитку індивідуальної та колективної креативності.

Креативне лідерство як основа ефективного менеджменту, як здатність діяти і думати поза рамками. Креативне лідерство в забезпеченні інноваційного потенціалу команди, утримання та залучення інтелектуальних ресурсів, оптимізації фундаментальних фінансових показників, рухливості організації, здатності організації реагувати швидко на ринкові зміни. Креативне лідерство як рушійна сила розвитку, який ґрунтується на результатах. Якості та пріоритетність креативного лідерства. Гегемонія і креативне лідерство: питання якісних відмінностей.

Мотивація як теоретична категорія. Мотиваційний меседж успішних. Мотивація як засіб задоволення потреб. Мотивація як процес спонукання задля досягнення особистих цілей і цілей організації. Особливості мотивації в стимулюванні та розвитку креативного потенціалу. Мотиваційні техніки для досягнення стимулів до праці, впливу на працівника з метою зміни його ціннісних орієнтацій, утворення мотиваційного ядра організації. Внутрішні та зовнішні фактори мотивації у творчому колективі. Успіх як результат мотивації.

План

1. Теоретичне осмислення технік креативного мислення.
2. Креативне лідерство, техніки забезпечення та розвитку.
3. Мотивація як фундамент креативного розвитку.

Практичне заняття № 10 до теми 3.2.
Тема: Якості креативного лідерства: техніки виявлення та практичне застосування

Заняття

Мета: навчити здобувачів використовувати техніки з виявляння якостей креативного лідерства. Застосовувати теоретичні знання на практиці.

Практичне завдання

Визначити самостійно техніку виявлення якостей креативного лідерства. Використати на практиці визначену техніку в групі, проаналізувати результат.

- Результати практичного завдання презентуються в групі.
- Практичне заняття виконується індивідуально кожним здобувачем.

Практичне заняття № 11 до теми 3.2.
Тема: Модель мотивації через потреби»

Заняття

Мета: навчити здобувачів класифікувати потреби людей у різних видах дизайн практик, застосовувати моделі мотивації для забезпечення різних потреб,

розглядати потреби через мотиваційні стадії. Використовувати теоретичні знання на практиці.

Практичне завдання

1. Переглянути навчальний відеоматеріал.
2. Визначити представлені в навчальному відеоматеріалі потреби.
3. Розглянути потребу через мотиваційні стадії.
   - Результати практичного завдання обговорюється групою.
   - Практичне заняття виконується індивідуально кожним здобувачем.

Завдання для самостійної роботи до теми 3.2.

Практичні завдання

1. Напишіть приклади власного досвіду досягнення успіху за цільовим спрямуванням: частковий, помірний, терапевтичний, очевидний.

2. Робота над творчим щоденником «Кради як митець» (30-денний план-виклик змін).

Література: 1, 3, 12, 16, 20, 26, 30, 35.

МОДУЛЬНИЙ КОНТРОЛЬ № 3

Модульний контроль є результатом вивчення кожного модуля, який містить підсумок усіх форм поточного контролю та виконання модульної контрольної роботи.

Модульний контроль № 3 передбачає виконання практичного завдання за однією з тем, визначених у модулі. (Оціночний результат практичного завдання – від 0 до 3-х балів).

МОДУЛЬ 4. КРЕАТИВНІ ПРАКТИКИ В КУЛЬТУРНО-МИСТЕЦЬКОМУ ПРОСТОРІ

ТЕМА 4.1. КРЕАТИВНЕ КАРТУВАННЯ: ПРАКТИКА СТВОРЕННЯ ТА РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ КУЛЬТУРНО-МИСТЕЦЬКОГО ПРОДУКТУ, ПОСЛУГИ

Анотація до лекції 4.1.

Креативне картування як теоретична категорія, як інструмент створення якісно нового продукту. Креативне картування в системі знакових показників як інформаційно-візуальна презентація культурної (творчої) одиниці (території, продукту, послуги тощо). Феномен креативного картування через призму соціокультурних, туристичних, економічних показників і перспектив. Практика креативного картування через ідею ідентифікації культурних потреб (бажань, уподобань, можливостей) людини, задоволення культурних потреб.

Креативне картування як професійний комунікаційний засіб, який дозволяє ефективно планувати, організовувати, конструктивно осмислювати й аналізувати, виявляти прогалини та визначати перспективи як індивідуально, так і професійною командою.

Якісні показники креативного картування: інноваційність і розвиток, рівень життя (якісна культурна послуга), показник задоволеності культурними послугами (якісний і кількісний,) споживча вартість і цінність культурної послуги, місце на культурному ринку.

Практики креативного картування як ресурс обміну сучасними знаннями та досвідом, командному осмисленню трендових трансформацій у культурі, орієнтація на якісні зміни ринку та розвиток бізнесу.

Результат практики креативного картування: культуротворчий потенціал закладу (заходу, послуги, продукту), наочність планування розвитку, креативні ідеї, якість культурних послуг, популярність, можливість виправляти помилки, показники рівня та якості, професійне зростання й задоволення.

План

1. Креативне картування як теоретична категорія.
2. Креативне картування як професійний комунікаційний засіб.
3. Креативний продукт: практика індивідуального картування.
4. Креативна послуга: практика командного картування.

Практичне заняття № 12 до теми 4.1.
Тема: Карта ідей як креативний засіб створення інноваційного продукту

Заняття

Мета: навчити здобувачів основам практики креативного картування для створення інноваційного дизайн продукту. Застосовувати теоретичні знання на практиці.

Практичне завдання

1. Ознайомитись з основними етапами індивідуального креативного картування.
2. На основі запропонованої тематики створити карту ідей для створення інноваційного дизайн продукту.
3. Представити результат, визначити плюси та мінуси застосованої практики креативного картування.

- Результати практичного завдання презентуються індивідуально.
- Практичне заняття виконується кожним здобувачем індивідуально.

Практичне заняття № 13 до теми 4.1.
Тема: Карта ідей як креативний засіб створення івенту

Заняття

Мета: навчити здобувачів основам практики креативного картування для створення принципово нового івенту з використанням графічного дизайну. Застосовувати теоретичні знання на практиці.

Практичне завдання

1. Ознайомитись з основними етапами креативного картування.
2. На основі запропонованої тематики створити карту ідей для організації івенту з використанням графічного дизайну.

3. Представити результат, визначити плюси та мінуси застосованої практики креативного картування.

- Результати практичного завдання презентуються командно.
- Практичне заняття виконується малими групами.

Завдання для самостійної роботи до теми 4.1.

Практичні завдання

1. Продовжити думку «карти креативних ідей у моєму професійному майбутньому потрібні для (або непотрібні)…».

2. Робота над творчим щоденником «Кради як митець». Карта-комікс.

Література: 1, 9, 14, 30, 32, 34, 43, 47.

ТЕМА 4.2. КРЕАТИВНІ ПРАКТИКИ В СИСТЕМІ ГЛОБАЛЬНИХ, ЛОКАЛЬНИХ ПРОЄКТНИХ ІНІЦІАТИВ

Анотація до лекції 4.2.

Теоретичні концепції глобального і локального в креативних індустріях. Стейкхолдери креативних трансформацій у культурі.

Міжнародний форум «Креативна Україна» – найбільша у Східній Європі платформа для обговорення напрямів державної політики у сфері культури та креативних індустрій. Головні фокус групи, матеріали форуму та результати.

Український культурний фонд (УКФ) як інструмент стратегічної підтримки сфери культури та мистецтва, розвитку креативних індустрій в Україні. Місія, візія, пріоритетні напрями УКФ. Грантові програми, експертне середовище УКФ у системі професійної реалізації.

Креативні практики в культурі: досвід найкращих.

План

1. Глобальне, локальне в креативних індустріях: теоретичні засади.
2. Міжнародний форум «Креативна Україна» як професійна платформа для розвитку культури України.
3. Український культурний фонд в системі підтримки та розвитку креативних ідей.
4. Креативні практики в культурі: досвід найкращих.

Практичне заняття № 14 до теми 4.2.
Тема: Фокус міжнародного форуму «Креативна Україна»

Заняття

Мета: ознайомити здобувачів із глобально-локальним потенціалом і ресурсом міжнародного форуму «Креативна Україна» (поточним). Застосовувати теоретичні знання на практиці.

Практичне завдання

1. Ознайомити здобувачів з інформаційними матеріалами міжнародного форуму «Креативна Україна» (головна або секторальна сцени).

2. Обговорити вивчений матеріал з точки зору його глобального і локального значення, а також практичного застосування отриманих знань у подальшому професійному становленні.

- Результати практичного завдання обговорюються під час практичного заняття всіма учасниками освітнього процесу.

Практичне заняття № 15 до теми 4.2.
Тема: Грантовий менеджмент у системі просування креативних ідей

Заняття

Мета: ознайомити здобувачів з освітнім ресурсом Українського культурного фонду «Грантовий менеджмент від УКФ» https://ucf.in.ua/p/management_lectures. Застосовувати теоретичні знання на практиці.

Практичне завдання

1. Ознайомитися з освітнім ресурсом Українського культурного фонду «Грантовий менеджмент від УКФ» https://ucf.in.ua/p/management_lectures
2. Переглянути презентації № 2, 3 https://ucf.in.ua/p/management_lectures.
3. Представити ідею локального проєкту за тематичним переліком грантових програм УКФ для просування авторського креативного дизайн продукту.

- Результати практичного завдання презентуються командно.
- Практичне заняття виконується малими групами.

Завдання для самостійної роботи до теми 4.2.

Практичні завдання

1. Ознайомитися з умовами конкурсу з добору кандидатів до експертних рад УКФ https://ucf.in.ua/p/become_an_expert.
2. Написати мотиваційний лист для участі в конкурсному відборі.
3. Підвести підсумки роботи над творчим щоденником «Кради як митець» (кількість виконаних завдань, результативний висновок).

Література: 3, 4, 12, 36, 45, 46, 47.

МОДУЛЬНИЙ КОНТРОЛЬ № 4

Модульний контроль є результатом вивчення кожного модуля, який містить підсумок усіх форм поточного контролю та виконання модульної контрольної роботи.

Модульний контроль № 4 передбачає виконання творчого завдання (есе, до 10 речень) на тему «Креативність у моєму професійному житті». (Оціночний результат завдання – від 0 до 3-х балів).

4. РОЗПОДІЛ БАЛІВ, ЯКІ ОТРИМУЮТЬ ЗДОБУВАЧІ

(за формами контролю)

№ з/п	Назви виду роботи, способи набуття знань	Бали за 1 заняття	Бали за всі заняття (максимальні)	Бали за всі заняття (максимальні)	Бали за всі заняття (максимальні)	Бали за всі заняття (максимальні)
			1 модуль	**2 модуль**	**3 модуль**	**4 модуль**
1	Відвідування лекцій і участь в аудиторній роботі	1	3x1=3	2x1=2	2x1=2	3x1=3
2	Участь у семінарських заняттях	3	1x2=3	1x3=3	1x3=3	
3	Практичні заняття	3	3x3=9	4x3=12	4x3=12	4x3=12
4	Самостійна робота	1	3x1=3	2x1=2	2x1=2	3x1=3
5	Модульна контрольна робота	3	1x3=3	1x3=3	1x3=3	1x3=3
	Усього за модуль		**21**	**22**	**22**	**21**
Екзамен		**14**				
Разом з дисципліни		**21+22+22+21+154 = 100 балів**				

5. ТЕСТИ ДО ЕКЗАМЕНУ *(зразок)*

1) Автором світового бестселеру «Креативний клас» є:

a) Девід Перріш
b) Річард Флорид
c) Скотт Торп

2) Креативні індустрії в Україні – це?

а) креативні індустрії – види економічної діяльності, метою яких є створення доданої вартості та робочих місць через культурне (мистецьке) та/або креативне вираження, а їх продукти і послуги є результатом індивідуальної творчості;

b) креативні індустрії – види соціокультурної, економічної діяльності, метою яких є креативне вираження продукту і послуг у сфері культури, які є результатом індивідуальної та групової творчості;
c) креативні індустрії – види економічної, творчої діяльності зі створення культурних товарів і послуг, у результаті якої забезпечуються робочі місця для індивідуальної та групової творчості.

Оцінювання екзамену (28 тестів по 0,5 балів за кожну правильну відповідь).

6. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ ЗДОБУВАЧА

Відповідь здобувача оцінюється на:

- **Оцінку A (90-100)** – якщо повно та глибоко, розгорнуто, правильно та обґрунтовано викладено матеріал:
  - здобувач виявляє глибокі знання усієї програми навчальної дисципліни;
  - відображає чітке знання термінів, правильно формулює відповідь, робить власні висновки та узагальнення;
  - застосовує теоретичні знання на практиці, робить власні висновки та узагальнення;
  - володіє навичками івент-аналізу масових і елітарних практик;
  - розуміє можливості сучасних наукових методів та володіє цими методами на рівні, необхідному для вирішення практичних завдань, що постають при виконанні професійних обов'язків.
- **Оцінку B (82-89)** – якщо правильно та обґрунтовано викладено матеріал:
  - здобувач виявляє знання усієї програми навчальної дисципліни;
  - відображає чітке знання термінів, правильно формулює відповідь, робить певні узагальнення;
  - але відповідь не містить усіх необхідних відомостей про предмет запитання;
  - наявні незначні неточності у виконанні практичних завдань.
- **Оцінку C (74-81)** – якщо правильно викладено матеріал:
  - відображає знання термінів, логічно формулює відповідь, але наявні незначні недоліки у розкритті змісту понять, категорій, закономірностей, нечіткі їхні характеристики;
  - наявні неточності у виконанні практичних завдань.
- **Оцінку D (64-73)** – якщо відповідь здобувач є поверхневою, недостатньо аргументованою:
  - є неповною, не містить усіх необхідних відомостей про предмет запитання;
  - є не зовсім правильною: наявні недоліки у розкритті змісту понять, категорій, закономірностей, нечіткі їх характеристики;
  - свідчить про наявність прогалин у знаннях, зокрема не засвідчує повною мірою знання основних понять, концепцій, категорій;
  - не містить посилань на літературу;
  - викладена з порушенням логіки подання матеріалу.

- містить багато граматичних, грубих стилістичних помилок та виправлень;

➢ **Оцінку E (60-63)** – якщо відповідь здобувача є поверхневою:

- свідчить про наявність прогалин у знаннях, зокрема не засвідчує повною мірою знання основних понять, концепцій, категорій;
- викладена з порушенням логіки подання матеріалу.

➢ **Оцінку FX (35-59)** – якщо здобувач не відповів на поставлене питання або відповідь є неправильною:

- не розкриває сутності питання, або ж допущено грубі змістовні помилки, які свідчать про відсутність відповідних знань у здобувача чи їх безсистемність та поверховість;
- не знає основних положень навчальної дисципліни та принципів аналізу ситуацій; не вміє сформулювати власну думку та викласти її.

➢ **Оцінку F (1-34)** – якщо здобувач не відвідував заняття, не відпрацював їх, не проявляв бажання пізнавати навчальну дисципліну.

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою для екзамену/заліку, курсового проєкту (роботи), практики
90–100	A	Відмінно
82–89	B	Добре
74–81	C	
64–73	D	Задовільно
60–63	E	
35–59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання
1–34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

7. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА

Публікації науково-педагогічного працівника за темою навчальної дисципліни:

1. Копієвська О. Р. Креативне місто: від теорії до практики // Креативні індустрії в сучасному культурному просторі : зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 26 травня 2016 р.). Київ : НАКККіМ, 2016. С. 102–104.
2. Копієвська О. Р. Креативність як фахова компетентність менеджера культури // Культурологічний альманах. Вінниця : ТОВ ТВОРИ, 2020. Вип. 14. С. 37–39.
3. Копієвська О. Р. Культурні практики в дискурсі Cultural Studies // Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв *:* наук. журнал. Київ : Міленіум, 2019. № 2. С. 49–53.
4. Копієвська О. Р. Поняття «локальне» в контексті сучасних культурних практик та креативних ініціатив // Культурні та креативні індустрії: історія, теорія та сучасні практики : зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 24 квітня 2017 р.). Київ : НАКККіМ, 2017. С. 76–78.
5. Копієвська О. Р. Теоретична концепція Девіда Перріша в підготовці

креативного для менеджера соціокультурної сфери // Національні культури в глобалізованому світі **:** зб. матеріалів Всеукр. наук.-практ. конф. (Київ, 6-7 квітня 2017 р.). Київ : КНУКіМ, 2017. С. 385–387.

6. Kopiyevska O. Creative Discourses of Educational Practices: Student Youth of Arta and Culture Proffessions // Youth Voice Journal. 2021. ISBN (ONLINE): 978-1-911634-21-8.

Основна література

7. Ґріффітс К. Посібник із креативного мислення. Харків : Фабула, 2020. 288 с.

8. Дакворт А. Крок за кроком. Як ентузіазм і наполегливість ведуть до мети. Київ : Наш Формат, 2018. 312 с.

9. Келлі Т., Келлі Д. Творча впевненість. Як розкрити свій потенціал. Київ : Основи, 2017. 304 с.

10. Клеон О. Дай жару: 10 кроків до креативної майстерності. Харків : Клуб сімейного дозвілля, 2018. 224 с.

11. Клеон О. Кради як митець. Креативні «фішки», про які тобі ніхто не розповість. Харків : Клуб сімейного дозвілля, 2016. 160 с.

12. Клеон О. Кради як митець. Творчий щоденник. Харків : Клуб сімейного дозвілля, 2018. 224 с.

13. Лайонс Д. Крах. Моя невдача в стартап-бульбашці. Київ : Наш Формат, 2018. 288 с.

14. Лендрі Ч. Креативне містотворення: його сила і можливості. Харків : Фоліо, 2020. 256 с.

15. Маккеонг. Г. Коротко і по суті. Мистецтво визначати пріоритети. Київ : Наш Формат, 2017. 224 с.

16. Перріш Д. Футболки і костюми. Поради для креативного бізнесу. Київ : ArtHuss, 2015. 112 с.

17. Флорида Р. Homo creativus. Як новий клас завойовує світ. Київ : Наш формат, 2018. 380 с.

18. Холопов Д. О. Концепція креативного класу Річарда Флориди // Південноукраїнські наукові студії : Матеріали IV Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів та молодих вчених з міжнародною участю, (Одеса, 15 грудня, 2021 р.). Одеса, 2022. С. 129–131.

Допоміжна література

19. Берґер Й. Заразливий. Психологія вірусного маркетингу. Київ : Наш формат, 2015. 200 с.

20. Вассерман Н. Дилема засновника бізнесу. Як попередити помилки й уникнути їх під час створення стартапу / пер. А. Климова. Харків : Vivat, 2017. 480 с.

21. Вікінг М. Маленька книга люке. Секрети найщасливіших людей світу / пер. І. А. Ємельянова. Харків : Клуб сімейного дозвілля, 2018. 288 с.

22. Гілен П. Креативність та інші фундаменталізми. Київ : IST Publishing, 2019. 112 с.

23. Голідей Р. Маркетинг майбутнього. Як ґроуз-хакери змінюють правила гри. Київ : Наш Формат, 2018. 130 с.

24. Грегори Д. Малювання на сніданок. Тисяча способів насолодитися життям, навіть якщо часу немає ні на що. Київ : ArtHuss, 2020. 160 с.

25. Двек К. Налаштуйся на зміни. Нова психологія успіху. Київ : Наш Формат, 2017. 296 с.
26. Елрод Г. Чудовий ранок. Як не проспати життя. Київ : Наш Формат, 2017. 176 с.
27. Еттінген Ґ. Перегляд позитивного мислення. Київ : Наш Формат, 2015. 184 с.
28. Канеман Д. Мислення швидке й повільне. Київ : Наш Формат, 2017. 480 с.
29. Кідд Ч. Перше враження. Харків :Vivat, 2017. 144 с.
30. Кішіловський М., Кішіловська І. Адміністратегія. Київ : Основа, 2017. 368 с.
31. Левітін Д. Структуроване мислення. Ясний розум в інформаційному хаосі. Київ : Наш формат, 2020. 456 с.
32. Муті І. Брендинг за 60 хвилин. Харків : Фабула, 2019. 256 с.
33. О'Конор Дж., Макдермотт І. Системне мислення. Пошук неординарних творчих рішень. Київ : Наш Формат, 2018. 240 с.
34. Педроса Л. Гнучкі бренди. Ловіть клієнтів, стимулюйте зростання та вирізняйтеся на ринку. Київ : Yakaboo Publishing, 2021. 272 с.
35. Пинк Д. Драйв. Дивовижна правда про те, що нас мотивує. Харків : Клуб сімейного дозвілля, 2016. 208 с.
36. Пітерс С. Менеджмент розуму. Київ : Форс, 2020. 432 с.
37. Стоун Б. Продається все. Джефф Безос та ера Amazon. Київ : Наш формат, 2017. 400 с.
38. Талер Р. Поведінкова економіка. Як емоції впливають на економічні рішення. Київ : Наш Формат, 2018. 464 с.
39. Тейлор К. Мистецтво під ключ. Менеджмент і маркетинг культури. Київ : ArtHuss, 2021. 228 с.
40. Тягло О. В. Критичне мислення: навч. посіб. Харків : Основа, 2008. 189 с.

Інформаційні ресурси в Інтернеті

41. Едвард де Боно. Шість капелюхів мислення: електронна книга. URL: Source: https://samoosvita.in.ua/edvard-de-bono-shist-kapelyuhiv-myslennya-korotkyj-zmist
42. Кроуфорд А., Саул В.,. Метьюз С., Макінстер Д. Технології розвитку критичного мислення учнів. URL: https://www.criticalthinking.expert/shop/tehnologiyi-rozvytku-krytychnogo-myslennya-uchniv/
43. Культура і Креативність : [сайт]. URL: https://www.culturepartnership.eu/ua/page/about
44. Міністр культури та інформаційної політики України : [сайт]. URL: https://mkip.gov.ua/
45. Сила стійкості. VI Міжнародний форум «Креативна Україна» 7–8 грудня, 2022. URL: https://creativeukraine.org.ua
46. Український культурний фонд : [сайт]. URL: https://ucf.in.ua/
47. Український центр культурних досліджень : [сайт]. URL: https://uccs.org.ua/
48. Курс з креативності : [сайт]. URL: http://gohigher.org/creativity-course .Google Академія. URL: https://scholar.google.com.ua/schhp?hl=uk