



Креативне мислення у видавничо-поліграфічному бізнесі

Робоча програма навчальної дисципліни (Силабус)

Реквізити навчальної дисципліни

Рівень вищої освіти	<i>Другий (магістерський)</i>
Галузь знань	<i>18 Виробництво та технології</i>
Спеціальність	<i>186 Видавництво та поліграфія</i>
Освітня програма	<i>Технології друкованих і електронних видань</i>
Статус дисципліни	<i>Вибіркова</i>
Форма навчання	<i>Заочна</i>
Рік підготовки, семестр	<i>1 курс, весняний семестр</i>
Обсяг дисципліни	<i>4 кредити / 120 годин (6 годин лекцій, 8 годин практичних, СРС – 106 годин)</i>
Семестровий контроль/ контрольні заходи	<i>Залік</i>
Розклад занять	<i>http://roz.kpi.ua/</i>
Мова викладання	<i>Українська</i>
Інформація про керівника курсу	<i>Лектор: д. т. н., проф. Палюх Олександр Олександрович, alekspalyuh@gmail.com, 063-500-86-84</i>
Розміщення курсу	<i>Платформа дистанційного навчання Сікорський: https://do.ipk.kpi.ua/course/view.php?id=6901#section-1</i>

Програма навчальної дисципліни

1. Опис навчальної дисципліни, її мета, предмет вивчення та результати навчання

Основне завдання викладення дисципліни полягає у розвитку та поглибленні навичок студентів у сфері творчого підходу до видавничої діяльності, вивченні сучасних методів та практик стимулювання креативності, а також інтеграції інноваційних ідей у поліграфічну продукцію та стратегію бізнесу.

Метою дисципліни є поглиблення у студентів здатностей:

- до генерації інноваційних та креативних ідей у сфері видавничо-поліграфічної діяльності;
- аналізу сучасного ринку видавничо-поліграфічної продукції та визначення актуальних трендів та потреб споживачів;
- розроблення стратегій та концепцій, які забезпечують креативний підхід до створення та реалізації видавничої продукції;
- використання практичних інструментів та методик для стимулювання креативності в команді та оптимізації творчого процесу у видавничому бізнесі.

Предмет дисципліни — методи та техніки стимулювання креативності, розробка та реалізація інноваційних концепцій у видавничо-поліграфічній сфері, а також адаптація сучасних тенденцій та творчих підходів до специфіки поліграфічного бізнесу.

Результати навчання:

знання: основних методів та технік стимулювання креативності; сучасних трендів у видавничо-поліграфічній сфері; психологічних особливостей творчого процесу та динаміки творчих команд; інструментів і методик аналізу ринку для виявлення потреб споживачів;

вміння: застосовувати творчі методики для генерації нових ідей у видавничо-поліграфічній діяльності; аналізувати та адаптувати світові тенденції до специфіки поліграфічного бізнесу; формувати та реалізовувати креативні проекти від концепції до втілення у видавничу

продукцію; оцінювати ефективність та вплив креативних рішень на розвиток видавничо-поліграфічного бізнесу;

досвід: участі в командних творчих процесах, реалізації проєктів, що вимагають застосування креативних підходів; використання практичних інструментів для стимулювання креативності в команді; розробки та презентації інноваційних рішень у видавничо-поліграфічному бізнесі.

2. Пререквізити та постреквізити дисципліни (місце в структурно-логічній схемі навчання за відповідною освітньою програмою)

Для вивчення дисципліни необхідні знання основ видавничої діяльності, принципів поліграфічного дизайну, методів маркетингової комунікації та психологічних особливостей сприйняття інформації споживачами.

Знання отриманні при вивченні дисципліни можуть бути використані при виконанні магістерської дисертації та подальшій професійній діяльності.

3. Зміст навчальної дисципліни

Лекційний матеріал:

Розділ 1. Основи креативного мислення та психологічні аспекти творчості.

Розділ 2. Сучасні тренди та креативні підходи до дизайну у видавничій діяльності.

Розділ 3. Стратегії креативного брендингу та ефективна комунікація.

Розділ 4. Управління креативними ресурсами та стратегічне планування в бізнесі.

Розділ 5. Практичний аспект креативності: від ідеї до втілення.

Розділ 6. Технологічні процеси та оцінка якості в видавничо-поліграфічному виробництві.

Практичні завдання:

Практичне завдання 1. Методики стимулювання креативності.

Практичне завдання 2. Розробка творчого концепту видавничого продукту.

Практичне завдання 3. Прототипування та візуалізація ідей.

Практичне завдання 4. Творчі підходи до маркетингу та просування видавничої продукції.

Практичне завдання 5. Кейс-студія: аналіз успішних креативних проєктів у видавництві.

Практичне завдання 6. Практичний аналіз якості друкованої продукції.

Практичне завдання 7. Бренд-стратегія та креативне позиціонування видавничої продукції.

Практичне завдання 8. Технологічні інновації у виробництві та їх вплив на креативні процеси

4. Навчальні матеріали та ресурси

Основна література:

1. Креативний менеджмент: підручник / В.Я. Брич, М.М. Корман. Тернопіль: ТНЕУ, 2018. 220 с. <https://kmaesm.edu.ua/wp-content/uploads/2021/06/brych-v.ya.-korman-m.m.-2018-kreatyvnyj-menedzhment.pdf>
2. Самокиш О.В. Креативний менеджмент: навчальний посібник. К.: Кондор, 2018. 204 с. <https://condor-books.com.ua/ekonomika/kreativnyj-menedzhment-navch-posib.html>
3. Гріффітс Кріс. Посібник із креативного мислення / пер. з англ. У. Курганової. Харків: Вид-во «Ранок», 2020. 288 с. <https://chytomo.com/book/posibnyk-iz-kreatyvnoho-myslennia/>
4. Джозеф О'Конор, Ієн Макдермотт. Система мислення. Пошук неординарних творчих рішень / переклад Н. Сисюк. Вид-во: Наш форма. 2018. 240 с. <https://knigogo.com.ua/knigi/systemne-myslennya/>

Додаткова література:

5. Stephen R. Covey. The 8th Habit: From Effectiveness to Greatness. Simon & Schuster. 2019. 352 p. <https://icrrd.com/media/21-05-2021-1246508th-Habit.pdf>

6. Калюжна О.В. Креативний менеджмент: конспект лекцій. Миколаївський національний аграрний університет. 2018. 63 с. <https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/5010/1/Kreatyvnyy%20menedzhment.pdf>
7. Вартанова О. В. Креативний менеджмент як підґрунтя розвитку креативних працівників підприємства / О. В. Вартанова, І. В. Шестер // *Соціально-трудова відносина: теорія та практика*. - 2013. - № 2. - С. 30-34. http://nbuv.gov.ua/UJRN/stvttp_2013_2_6
8. Бажал Ю. М. Інноваційне підприємництво: креативність, комерціалізація, екосистема : навч. посібник / ред. Ю. М. Бажал. – Київ : Пульсари, 2015. – 278 с. <https://repository.kpi.kharkov.ua/items/12e0fc0d-6b75-4962-a32b-52b8ff0d5061>
9. Довгань Л.Є., Ситник Н.І. Креативний менеджмент: навч. посібник. – К:ВД «Винниченко», 2014. – 248 с. https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/32133/1/Dovgan_Sytни_%20Kreat_men-t.pdf
10. Кірсанов К. Креативний та евристичний менеджмент / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ovsem.com>
11. Корисний посібник для креативного підприємництва. [Електронний ресурс].–Режим доступу: https://platformamsb.org/wpcontent/uploads/2017/05/nesta_toolkit_ukrainian_version_-_full_book.pdf
12. Khazanchi, Shalini; Slay, Holly; and Sheep, Mathew, "Creativity in the printing industry: The Context of organizational change" A Research Monograph of the Printing Industry Center at RIT No. PICRM-2008-02. <https://scholarworks.rit.edu/books/29>

Навчальний контент

5. Методика опанування навчальної дисципліни (освітнього компонента)

Основні методи навчання для лекційних занять — пояснювально-ілюстративний метод чи інформаційно-рецептивний — одержання знань з електронних презентацій, навчально-методичної літератури, сприйняття та осмислення наведеної інформації, фактів, оцінок, висновків. Також наочний метод, де джерелом знань є ілюстраційні презентації спостережуваних наочних прикладів, демонстрація відео креативних розробок у видавничо-поліграфічному бізнесі. Репродуктивний метод застосовується у процесі виконання практичних завдань, які виконуються за рекомендаціями наведеними у навчальному для засвоєння і відпрацювання опанованих теоретичних знань.

Студенту на першому занятті видається весь перелік тем теоретичного матеріалу та практичних робіт, методика їх виконання, захисту та оцінювання робіт.

Рівень опанування матеріалу (як практичного, так і теоретичного) визначається викладачем за результатами захисту кожної практичної роботи.

Назва теми лекції та перелік основних питань

Розділ 1. Основи креативного мислення та психологічні аспекти творчості.

Тема 1.1. Основи креативного мислення: поняття, методика та історичний контекст у видавничо-поліграфічній сфері.

Креативне мислення в основі сучасного видавничо-поліграфічного бізнесу: визначення та ключові поняття. Методики стимулювання та розвитку креативності: інструменти та підходи для формування інноваційних рішень. Історичний контекст креативного мислення: як еволюція творчих підходів впливала на дизайн, зміст та естетику видавничої продукції. Виклики та перспективи в застосуванні креативного мислення у видавничо-поліграфічній індустрії: практичні аспекти та стратегії вдосконалення.

Тема 1.2. Психологія творчості: механізми генерації ідей та бар'єри креативного мислення.

Психологічні аспекти творчості: від особливостей мислення до стимуляції креативності. Механізми генерації ідей: підходи та техніки для сприяння потоці творчих думок. Бар'єри

креативного мислення: психологічні та соціальні обмеження, що стримують творчий потенціал. Стратегії подолання перешкод у творчості: методи для преодолення блокувань та стимулювання інноваційного мислення.

Розділ 2. Сучасні тренди та креативні підходи до дизайну у видавницькій діяльності.

Тема 2.2. Творчі підходи до дизайну видавничої продукції.

Сучасний дизайн видавничої продукції: від класичних канонів до авангардних рішень. Інтеграція арт-дирекції і творчого мислення у формуванні унікального візуального образу. Використання технічних інновацій у дизайні: як новітні технології перетворюють традиційний підхід. Адаптивність дизайну: реагування на зміни ринкових трендів і споживчих вимог.

Розділ 3. Стратегії креативного брендингу та ефективна комунікація.

Тема 3.1. Креативний брендинг та маркетинг у видавництві.

Особливості створення яскравого видавничого бренду, що відрізняється на ринку. Ефективність креативних маркетингових кампаній для просування книг та авторів. Використання інноваційних медіа-каналів та соціальних мереж для залучення читачів. Роль сторітелінгу в сучасних стратегіях брендингу видавничої продукції.

Розділ 4. Управління креативними ресурсами та стратегічне планування в бізнесі.

Тема 4.1. Управління креативними командами у видавничому бізнесі.

Основні принципи управління командами, які працюють над творчими проектами у видавництві. Методи мотивації та стимулювання креативності співробітників у процесі розробки видавничої продукції. Застосування гнучких методологій у керуванні проектами для забезпечення ефективної роботи команди. Роль лідерства у формуванні позитивної творчої атмосфери та культури внутрішньої інноваційності.

Практичні роботи

Практичне завдання 1. Методики стимулювання креативності. Ознайомлення з методиками активації креативного потенціалу в видавництві. Засвоєння технік та практик для стимулювання новаторських ідей у поліграфічному дизайні.

Практичне завдання 2. Розробка творчого концепту видавничого продукту. Вивчення процесів формування творчого концепту для видавничої продукції. Освоєння методик та інструментів для реалізації інноваційних ідей у дизайні та контенті видань.

Практичне завдання 3. Прототипування та візуалізація ідей. Вдосконалення навичок створення прототипів для відтворення концепту видавничої продукції. Опанування техніками візуалізації для ефективного представлення та обговорення ідей у команді.

Практичне завдання 4. Творчі підходи до маркетингу та просування видавничої продукції. Освоєння інноваційних методів маркетингу для ефективного просування видавничої продукції. Застосування творчих підходів для виокремлення книжкової продукції на ринку та залучення аудиторії.

Практичне завдання 5. Кейс-студія: аналіз успішних креативних проєктів у видавництві. Вивчення конкретних прикладів вдало реалізованих креативних проєктів у видавничій сфері. Аналіз стратегій, інновацій та творчих рішень, які призвели до успіху видавничих ініціатив.

Практичне завдання 6. Експериментальний підхід до аналізу візуальної та тактильної якості друкованої продукції. Дослідження новаторських методів оцінки візуального зображення та текстурності друкованого матеріалу. Вивчення практичних методик для експериментального тестування відчуттів при дотику до друкованих виробів.

Практичне завдання 7. Бренд-стратегія та креативне позиціонування видавничої продукції. Вивчення основних принципів формування ефективної бренд-стратегії в контексті видавничо-поліграфічного бізнесу. Розробка креативного позиціонування для видавничого продукту з метою виділення його на ринку та створення унікального образу в очах споживачів.

Практичне завдання 8. Технологічні інновації у виробництві та їх вплив на креативні процеси. Дослідження сучасних технологічних новацій у поліграфії та їх вплив на дизайн та розробку видавничої продукції. Аналіз можливостей застосування цих інновацій для підвищення креативного потенціалу команди та вдосконалення процесу створення друкованих виробів.

6. Самостійна робота студента

Студенти самостійно поглиблюють теоретичні знання за тематикою лекційного матеріалу, а також в рамках самостійної роботи доопрацьовують завдання лабораторних робіт, що розпочаті на аудиторних заняттях.

Теоретичний матеріал	
<p>Розділ 1. Основи креативного мислення та психологічні аспекти творчості. Тема 1.1. Основи креативного мислення: поняття, методика та історичний контекст у видавничо-поліграфічній сфері. Креативне мислення в основі сучасного видавничо-поліграфічного бізнесу: визначення та ключові поняття. Методика стимулювання та розвитку креативності: інструменти та підходи для формування інноваційних рішень. Історичний контекст креативного мислення: як еволюція творчих підходів впливала на дизайн, зміст та естетику видавничої продукції. Виклики та перспективи в застосуванні креативного мислення у видавничо-поліграфічній індустрії: практичні аспекти та стратегії вдосконалення. Тема 1.2. Психологія творчості: механізми генерації ідей та бар'єри креативного мислення. Психологічні аспекти творчості: від особливостей мислення до стимуляції креативності. Механізми генерації ідей: підходи та техніки для сприяння потоці творчих думок. Бар'єри креативного мислення: психологічні та соціальні обмеження, що стримують творчий потенціал. Стратегії подолання перешкод у творчості: методи для преодолення блокувань та стимулювання інноваційного мислення.</p>	10
<p>Розділ 2. Сучасні тренди та креативні підходи до дизайну у видавницькій діяльності. Тема 2.1. Тренди і інновації у видавничо-поліграфічному бізнесі. Сучасні тенденції у видавничо-поліграфічній галузі: від цифрової трансформації до нових матеріалів. Інноваційні технології друку: прориви у виготовленні та дизайні продукції. Адаптація до змінюваних споживчих вимог: як інновації формують вимоги ринку видавництва. Стратегічне використання трендів: інтеграція нововведень для підвищення конкурентоспроможності видавничого бізнесу. Тема 2.2. Творчі підходи до дизайну видавничої продукції. Сучасний дизайн видавничої продукції: від класичних канонів до авангардних рішень. Інтеграція арт-дирекції і творчого мислення у формуванні унікального візуального образу. Використання технічних інновацій у дизайні: як новітні технології перетворюють традиційний підхід. Адаптивність дизайну: реагування на зміни ринкових трендів і споживчих вимог.</p>	10
<p>Розділ 3. Стратегії креативного брендингу та ефективна комунікація. Тема 3.1. Креативний брендинг та маркетинг у видавництві. Особливості створення яскравого видавничого бренду, що відрізняється на ринку. Ефективність креативних маркетингових кампаній для просування книг та авторів. Використання інноваційних медіа-каналів та соціальних мереж для залучення читачів. Роль сторітелінгу в сучасних стратегіях брендингу видавничої продукції. Тема 3.2. Технології та інструменти стимулювання креативності. Сучасні технічні рішення для підвищення креативної продуктивності: від цифрових платформ до AI. Інструменти для групової креативної роботи: методика</p>	10

<p>брейнштормінгу, mind mapping та інтерактивні сесії. Використання VR та AR технологій для створення занурювальних креативних середовищ. Адаптація класичних методик стимулювання креативності до вимог сучасного видавничо-поліграфічного бізнесу.</p>	
<p>Розділ 4. Управління креативними ресурсами та стратегічне планування в бізнесі. Тема 4.1. Управління креативними командами у видавничому бізнесі. Основні принципи управління командами, які працюють над творчими проектами у видавництві. Методи мотивації та стимулювання креативності співробітників у процесі розробки видавничої продукції. Застосування гнучких методологій у керуванні проектами для забезпечення ефективної роботи команди. Роль лідерства у формуванні позитивної творчої атмосфери та культури внутрішньої інноваційності. Тема 4.2. Інтеграція креативності у стратегічне планування. Способи включення творчого підходу до формування стратегічних цілей видавництва. Роль креативності у визначенні конкурентних переваг і нових ринкових можливостей. Методики адаптації креативних ідей до довгострокового планування та реалізації проектів. Використання творчого мислення для антиципації ринкових змін і гнучкої адаптації стратегій.</p>	12
<p>Розділ 5. Практичний аспект креативності: від ідеї до втілення. Тема 5.1. Кейс-студії креативних проектів у видавничо-поліграфічній сфері. Аналіз реальних прикладів творчих рішень відомих видавництв та їхній вплив на ринок. Методологія вивчення та адаптації креативних стратегій до власних видавничих проектів. Успішні приклади інтеграції дизайну, контенту та маркетингу у видачі видавничих продуктів. Роль інновацій та творчого підходу у вирішенні викликів і проблем видавничо-поліграфічного бізнесу.</p>	10
<p>Розділ 6. Інноваційні методики технологічних процесів та креативні підходи до оцінки якості у видавничо-поліграфічному виробництві. Тема 6.1. Експериментальні методики та креативні підходи до оцінювання якості друкованої продукції у видавництві. Методики та критерії визначення якості друку в сучасних видавничих рішеннях. Технічні аспекти та візуальний аналіз друкованої продукції для виявлення дефектів. Застосування стандартів та норм у видавничо-поліграфічному бізнесі для забезпечення високої якості. Інноваційні підходи та інструменти для покращення якості друку та задоволення вимог клієнтів. Тема 6.2. Оптимізація ресурсів через креативний підхід до розрахунку витратних та задруковуваних матеріалів у видавництві. Методологія розрахунку обсягів друкарських матеріалів на основі параметрів друкарського замовлення. Врахування специфікацій друкованої продукції для оптимізації використання ресурсів. Вплив технологічних факторів на ефективність використання витратних матеріалів. Аналіз і корекція розрахунків з метою економії та зменшення відходів у процесі друку.</p>	10
<p>Практичні роботи</p>	
<p>Практичне завдання 1. Методики стимулювання креативності. Ознайомлення з методиками активації креативного потенціалу в видавництві. Засвоєння технік та практик для стимулювання новаторських ідей у поліграфічному дизайні.</p>	4
<p>Практичне завдання 2. Розробка творчого концепту видавничого продукту. Вивчення процесів формування творчого концепту для видавничої продукції. Освоєння методик та інструментів для реалізації інноваційних ідей у дизайні та контенті видань.</p>	4

Практичне завдання 3. Прототипування та візуалізація ідей. Вдосконалення навичок створення прототипів для відтворення концепту видавничої продукції. Опанування техніками візуалізації для ефективного представлення та обговорення ідей у команді.	4
Практичне завдання 4. Творчі підходи до маркетингу та просування видавничої продукції. Освоєння інноваційних методів маркетингу для ефективного просування видавничої продукції. Застосування творчих підходів для виокремлення книжкової продукції на ринку та залучення аудиторії.	4
Практичне завдання 5. Кейс-студія: аналіз успішних креативних проєктів у видавництві. Вивчення конкретних прикладів вдало реалізованих креативних проєктів у видавничій сфері. Аналіз стратегій, інновацій та творчих рішень, які призвели до успіху видавничих ініціатив.	4
Практичне завдання 6. Експериментальний підхід до аналізу візуальної та тактильної якості друкованої продукції. Дослідження новаторських методів оцінки візуального зображення та текстурності друкованого матеріалу. Вивчення практичних методик для експериментального тестування відчуттів при дотику до друкованих виробів.	4
Практичне завдання 7. Бренд-стратегія та креативне позиціонування видавничої продукції. Вивчення основних принципів формування ефективної бренд-стратегії в контексті видавничо-поліграфічного бізнесу. Розробка креативного позиціонування для видавничого продукту з метою виділення його на ринку та створення унікального образу в очах споживачів.	4
Практичне завдання 8. Технологічні інновації у виробництві та їх вплив на креативні процеси. Дослідження сучасних технологічних новацій у поліграфії та їх вплив на дизайн та розробку видавничої продукції. Аналіз можливостей застосування цих інновацій для підвищення креативного потенціалу команди та вдосконалення процесу створення друкованих виробів.	4
Підготовка до заліку	6

Політика та контроль

7. Політика навчальної дисципліни (освітнього компонента)

Відвідування лекцій та практичних занять, а також відсутність на них, не оцінюється. Однак, студентам рекомендується відвідувати заняття, оскільки на них викладається теоретичний матеріал та розвиваються навички, необхідні для виконання практичних робіт.

При використанні чужих робіт і завдань, як своїх (плагіат), роботи студенту не зараховуються; за несвоєчасне виконання завдань, студенту можуть бути знижені бали. Студенту можуть бути нараховані заохочувальні бали (до 10 балів) за оригінальний підхід при виконанні практичних робіт.

Практичні роботи мають бути не лише виконані, а й захищені, шляхом відповіді на поставлені викладачем запитання щодо етапів виконання робіт, теоретичного матеріалу, отриманих результатів тощо.

Порушення строків виконання та захисту практичних робіт призводить до зменшення кількості балів, які студент може отримати за виконання та захист робіт. Всі практичні роботи мають бути виконані та захищені до семестрового контролю. Усі перескладання здійснюються відповідно до «Порядку ліквідації академічної заборгованості та повторного проходження заходів семестрового контролю з метою покращення позитивної оцінки», п. 8 «Положення про поточний, календарний та семестровий контроль результатів навчання в КПІ ім. Ігоря Сікорського» (<https://osvita.kpi.ua/node/32>).

8. Види контролю та рейтингова система оцінювання результатів навчання (PCO)

Поточний контроль: відбувається шляхом захисту практичних робіт.

Результати виконання та захисту практичних робіт оголошуються кожному студенту окремо у присутності або в дистанційній формі та супроводжуються позитивними коментарями та зауваженнями стосовно помилок.

Рейтинг студента з дисципліни (РД) формується як сума балів поточної успішності навчання: Розмір шкали рейтингу з дисципліни $R_D = \text{Практ.р.} + \text{К.О.} = 100$ балів. $R_D = 85 + 15 = 100$ балів.

Система оцінювання					
№ з/п	Контрольний захід	%	Ваговий бал	Кількість	Всього
1	Лабораторні роботи:	85			
	№ 1–3		10	3	30
	№ 4–6		15	3	45
	№ 7-8		5	2	10
	Контрольне опитування (К.О.)	15	20	1	15
	Разом:	100			100

Семестровий контроль: залік

Умови допуску до семестрового контролю: виконання всіх практичних робіт.

Рейтинг студента з кредитного модуля складається з балів, які він отримує за:

- 1) виконання та захист 8-ти практичних робіт;
- 2) контрольного опитування.

Максимальна сума балів за семестр 100. Необхідною умовою допуску до заліку є зарахування всіх практичних робіт і стартовий рейтинг не менше 60 балів.

Студенти, які виконали всі умови допуску до заліку та мають рейтингову оцінку 60 і більше балів, отримують відповідну до набраного рейтингу оцінку без додаткових випробувань «автоматом». Зі студентами, які виконали всі умови допуску до заліку та мають рейтингову оцінку менше 60 балів, а також з тими студентами, хто бажає підвищити свою рейтингову оцінку, на останньому за розкладом занятті з дисципліни в семестрі викладач проводить семестровий контроль у вигляді залікової контрольної роботи. В такому випадку бали, набрані протягом семестру анулюються, студент виконує завдання протягом 1,0 год, за результатами виконання якого формується залікова оцінка. На заліковій роботі студенти відповідають на три теоретичні питання та одне практичне.

Таблиця відповідності рейтингових балів оцінкам за університетською шкалою:

Кількість балів $R = r_{\text{сем}} + r_{\text{екз}}$	Оцінка
100-95	Відмінно
94-85	Дуже добре
84-75	Добре
74-65	Задовільно
64-60	Достатньо
Менше 60	Незадовільно
Не виконані умови допуску	Не допущено

9. Додаткова інформація з дисципліни (освітнього компонента)

Визнання результатів неформальної/інформальної освіти регулюється «Положенням про визнання в КПІ ім. І. Сікорського результатів навчання, набутих у неформальній/інформальній освіті» (<https://osvita.kpi.ua/node/179>), згідно з яким визнання результатів навчання проводиться, як правило, до початку семестру. Освітній компонент може бути зарахований частково або повністю за результатами подання документів (сертифікатів) про проходження професійних курсів/тренінгів, онлайн освіти тощо за тематикою освітнього компонента.

Опис матеріально-технічного та інформаційного забезпечення дисципліни

Дисципліна «Креативне мислення у видавничо-поліграфічному бізнесі» повністю забезпечена лекційними аудиторіями з сучасною технікою для проведення лекцій у формі презентацій; лабораторіями для проведення практичних робіт, бібліотекою з доступом до літератури з креативного мислення, дизайну, маркетингу та сучасних технологій у видавництві.

Робочу програму навчальної дисципліни (силабус):

Складено: професором, д.т.н., професором Палюхом Олександром Олександровичем

Ухвалено кафедрою репрографії (протокол № 16 від 20 червня 2023 року);

Погоджено Методичною комісією НН ВПІ (протокол №7 від 22 червня 2023 року);

Затверджено: Вченою радою НН ВПІ (протокол № 11 від 26 червня 2023 року).