



Przedmiot: Kreatywność w marketingu				
Forma zajęć: wykład	Semestr: 5	Rok: 3	Wymiar godzin: 18	Punkty ECTS: 3
Forma zaliczenia: zaliczenie na ocenę		Typ przedmiotu: do wyboru		Język nauczania: polski
Kierunek: Zarządzanie i Marketing			Tryb: niestacjonarne	Rodzaj: licencjackie
Specjalność: Komunikacja marketingowa				
Katedra: Katedra Zarządzania Marketingowego				
Stopień naukowy wykładowcy: dr		Imię i nazwisko wykładowcy: Monika Hajdas		

Wymagania wstępne (przedmioty wprowadzające):

Podstawy zarządzania, Podstawy marketingu

Program przedmiotu:

1. Epoka kreatywna, klasa kreatywna i nowe czynniki konkurencyjności
2. Istota i znaczenie kreatywności oraz proces kreatywny
3. Źródła kreatywności w marketingu:
 - insighty konsumenckie
 - trendy demograficzne i społeczne
 - grupy kreatywne
4. Kreatywność a współczesne koncepcje marketingowe
 - Storytelling
 - Marketing partyzancki
 - Marketing lateralny
 - Marketing sensoryczny
5. Strategie kreatywne i koncepcje kreatywne w reklamie.

Metody dydaktyczne:

Metoda podająca, wykład informacyjny, z wykorzystaniem techniki audiowizualnej (slajdy -projektor multimedialny)

Cele przedmiotu:

Przedstawienie i zrozumienie istoty kreatywności oraz jej znaczenia dla marketingu. Zapoznanie ze współczesnymi koncepcjami marketingowymi bazującymi na kreatywnym myśleniu. Przekazanie wiedzy na temat sposobów tworzenia strategii kreatywnych.

Warunki zaliczenia:

Kolokwium po zakończeniu wykładów

Literatura podstawowa (do 4 pozycji):

1. E. Jerzyk, G. Leszczyński, H. Mruk: Kreatywność w biznesie, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań 2006
2. Andy Green: Kreatywność w public relations, PWE Warszawa 2004
3. Edward de Bono: Kurs myślenia. Wydawnictwo Aha! BBC Active, Łódź 2008
4. Philip Kotler, Fernando de Bias: Marketing lateralny, PWE, Warszawa 2004

Literatura uzupełniająca (do 4 pozycji):

1. A. Ries, J. Trout: Marketing do góry nogami. IFC Press 1999
2. R. Kłeczek, M. Hajdas, M. Sobocińska: Krecja w reklamie, Wydawnictwo Wolters Kluwer, Kraków 2008
3. John Grant: The Brand Innovation Manifesto. John Wiley & Sons, Ltd 2006
4. Storytelling. Branding in practice. Springer 2005