

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Ястребов Олег Александрович

Должность: Ректор

Дата подписания: 13.05.2024 17:08:03

Уникальный программный ключ:

ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования

«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»

Институт мировой экономики и бизнеса

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

РАЗВИТИЕ КРЕАТИВНОГО МЫШЛЕНИЯ

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:

42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):

СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2024 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Развитие креативного мышления» входит в программу бакалавриата «Связи с общественностью» по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и изучается в 3 семестре 2 курса. Дисциплину реализует Кафедра рекламы и бизнес-коммуникаций. Дисциплина состоит из 3 разделов и 8 тем и направлена на изучение сущности мышления как психического процесса, представление о креативности и креативном мышлении; характеристик творческой личности, принципы и приемы творческого мышления, этапы работы над творческой идеей; формы организации креативного процесса, классификацию креативных техник в соответствии со способами мышления, базовую классификацию методик в решении изобретательских задач, обратную зависимость качества и количества идей в жестко структурированных технологиях; основных методик активизации поиска идей в рекламной деятельности, схему работы креативного отдела, возможности и проблемы использования методик активизации поиска идей в деятельности рекламных агентств и творческих подразделений компаний, а также понимать творчество как процесс решения проблем и нестандартных задач и креатив как инструмент рекламы.

Целью освоения дисциплины является представление студентам возможности креативного мышления, а также обучение будущих специалистов в сфере «Рекламы и связей с общественностью» использовать творческие методы в практической деятельности.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Развитие креативного мышления» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)

| Шифр | Компетенция | Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины) |
|------|--|--|
| УК-4 | Способен к коммуникации в межличностном и межкультурном взаимодействии на русском (как иностранном) и иностранном(ых) языке(ах) на основе владения взаимосвязанными и взаимозависимыми видами репродуктивной и продуктивной иноязычной речевой деятельности, такими как аудирование, говорение, чтение, письмо и перевод в повседневной, социокультурной, учебно-профессиональной, официально-деловой и научной сферах общения | УК-4.1 Выбирает стиль делового общения, в зависимости от языка общения, цели и условий партнерства; УК-4.2 Адаптирует речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям взаимодействия; УК-4.3 Осуществляет поиск необходимой информации для решения стандартных коммуникационных задач на русском и иностранном языках; УК-4.4 Выполняет перевод профессиональных текстов с иностранного языка на русский и обратно; УК-4.5 Ведет деловую переписку на русском и иностранном языках с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем и социокультурных различий в формате корреспонденции; УК-4.6 Использует диалог для сотрудничества в академической коммуникации общения с учетом личности собеседников, их коммуникативно-речевой стратегии и тактики, степени официальности обстановки; УК-4.7 Формирует и аргументирует собственную оценку основных идей участников диалога (дискуссии) в соответствии с потребностями совместной деятельности; |
| ПК-4 | Способен применять типовые алгоритмы проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, готовить основные документы по ее сопровождению, | ПК-4.1 Знает типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; особенности документооборота по ее сопровождению; результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта; особенности, методы и технологии обеспечения информационной и |

| Шифр | Компетенция | Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины) |
|------|---|---|
| | использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании | коммуникационной поддержки проекта; тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.; ПК-4.2 Умеет реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта; анализировать поведение участников на различных этапах осуществления коммуникационного проекта; обеспечивать информационную и коммуникационную поддержку участников проекта и партнеров; вести документооборот проекта; осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии; ПК-4.3 Владеет методами выбора типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; методами использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта; методами подготовки и анализа основных документов по проекту; методами информационного и коммуникационного обеспечения проекта; методами тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.; |

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Развитие креативного мышления» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы высшего образования.

В рамках образовательной программы высшего образования обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Развитие креативного мышления».

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

| Шифр | Наименование компетенции | Предшествующие дисциплины/модули, практики* | Последующие дисциплины/модули, практики* |
|------|--|---|--|
| УК-4 | Способен к коммуникации в межличностном и межкультурном взаимодействии на русском (как иностранном) и иностранном(ых) языке(ах) на основе владения взаимосвязанными и взаимозависимыми видами репродуктивной и продуктивной иноязычной речевой деятельности, такими как аудирование, говорение, чтение, письмо и перевод | <i>Русский язык как иностранный**;</i> Иностранный язык (второй); Русский язык и культура речи; <i>Иностранный язык**;</i> | <i>Профессиональный русский язык (как иностранный)**;</i> <i>Русский язык как иностранный**;</i> <i>Основы контент-маркетинга**;</i> <i>HR-коммуникации в PR**;</i> <i>Авторское право**;</i> <i>Современные форматы Sales Promotion**;</i> <i>Нейминг**;</i> <i>Введение в лингвомаркетинг**;</i> <i>Иностранный язык**;</i> Иностранный язык (второй); <i>Профессиональный иностранный язык**;</i> |

| Шифр | Наименование компетенции | Предшествующие дисциплины/модули, практики* | Последующие дисциплины/модули, практики* |
|------|--|---|--|
| | в повседневно-бытовой, социокультурной, учебно-профессиональной, официально-деловой и научной сферах общения | | <p><i>Контент цифровых медиа**;</i> <i>Юридическое сопровождение в рекламе и PR**;</i> <i>Социальный маркетинг**;</i> <i>Внутренние коммуникации**;</i> <i>Практикум ведения переговоров**;</i> Преддипломная практика;</p> |
| ПК-4 | Способен применять типовые алгоритмы проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, готовить основные документы по ее сопровождению, использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании | Учебная практика; Социология; | <p><i>Основы дизайна;</i> <i>Технологии производства в рекламе и связях с общественностью;</i> <i>Основы интегрированных коммуникаций в рекламе;</i> <i>Основы интегрированных коммуникаций в PR;</i> <i>Управление человеческими ресурсами;</i> <i>Информационные технологии в рекламе и PR;</i> <i>Теория и практика массовой информации;</i> <i>Психология рекламы и PR;</i> <i>Правовое регулирование деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью;</i> <i>Основы брендинга;</i> <i>Технологии PR-мероприятий;</i> <i>Творческие аспекты PR-деятельности;</i> <i>Практика цифровых коммуникаций**;</i> <i>Менеджмент цифровых коммуникаций**;</i> <i>Разработка коммуникационного проекта**;</i> <i>Технологии создания рекламного образа**;</i> <i>Медиапланирование;</i> <i>Введение в политические коммуникации**;</i> <i>PR: бизнес-стратегии и бизнес-процессы**;</i> <i>Сторителлинг**;</i> <i>Современная инфографика**;</i> 2-я производственная практика; 1-я производственная практика; Преддипломная практика; Политический PR; Кризисные коммуникации;</p> |

| Шифр | Наименование компетенции | Предшествующие дисциплины/модули, практики* | Последующие дисциплины/модули, практики* |
|------|--------------------------|---|---|
| | | | <i>Организация работы отделов рекламы**; Организация работы PR-отделов**; Практика мультимедийного контента**; Продакт плейсмент**; Знаковые системы в дизайне**; Индустрия маркетинговых услуг**; Практика социальной рекламы**;</i> |

* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

** - элективные дисциплины /практики

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Развитие креативного мышления» составляет «3» зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очной формы обучения.

| Вид учебной работы | ВСЕГО, ак.ч. | | Семестр(-ы) |
|--|----------------|------------|-------------|
| | | | 3 |
| <i>Контактная работа, ак.ч.</i> | 34 | | 34 |
| Лекции (ЛК) | 17 | | 17 |
| Лабораторные работы (ЛР) | 0 | | 0 |
| Практические/семинарские занятия (СЗ) | 17 | | 17 |
| <i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i> | 65 | | 65 |
| <i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i> | 9 | | 9 |
| Общая трудоемкость дисциплины | ак.ч. | 108 | 108 |
| | зач.ед. | 3 | 3 |

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

| Номер раздела | Наименование раздела дисциплины | Содержание раздела (темы) | | Вид учебной работы* |
|---------------|--|---------------------------|--|---------------------|
| Раздел 1 | ПРИНЦИПЫ И ПРИЕМЫ ТВОРЧЕСКОГО МЫШЛЕНИЯ. | 1.1 | Сущность мышления как психического процесса: особенности протекания, формы мышления, мыслительные операции. Сложность исследования физиологических основ мышления. Представление о креативности и креативном мышлении. Характеристики творческой личности. | ЛК, СЗ |
| | | 1.2 | Принципы и приемы творческого мышления. Этапы работы над творческой идеей. Формы организации креативного процесса. Способы организации и структурирования информации с помощью ментальных карт. | ЛК, СЗ |
| Раздел 2 | ОСНОВНЫЕ МЕТОДИКИ АКТИВИЗАЦИИ ПОИСКА ИДЕЙ | 2.1 | Понимание творчества как процесса решения проблем и нестандартных задач. Классификация креативных техник в соответствии со способами мышления: системность, функциональность, диалектичность, аналогия, ассоциация. | ЛК, СЗ |
| | | 2.2 | Базовая классификация методик в решении изобретательских задач. Обратная зависимость качества и количества идей в жестко структурированных технологиях. Системный поиск новых решений. Интуитивные методы поиска технических решений (методы случайного поиска). Индивидуальные методики организации креативного процесса. Групповые методы организации креативного процесса. Креативный прыжок. | ЛК, СЗ |
| | | 2.3 | Список контрольных вопросов Осборна. Методика разрыва Ж.-М. Дрю. Система стереотипов И.Л. Викентьева. Рекламный конструктор Н. Власовой. Морфологический анализ. | ЛК, СЗ |
| | | 2.4 | Этапность и управление креативным процессом в группе. Практика разработки креативных идей: планирование, сроки, документы, представление идеи заказчику. Мозговой штурм. Правила организации и проведения. Синектика. Условия применения. Непрямые стратегии поиска. | ЛК, СЗ |
| Раздел 3 | ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ КРЕАТИВНЫМИ РАЗРАБОТКАМИ В РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ | 3.1 | Креатив как инструмент рекламы. Основные методики активизации поиска идей в рекламной деятельности. Генерация креативных образов. Ключевые понятия. Язык выгод и язык отличий. Классификация товаров на основе FCB-матрицы. Рациональная и эмоциональная мотивация. Низкое и высокое вовлечение при принятии решения о покупке. Роль креатива при продвижении товаров различных групп. | ЛК, СЗ |
| | | 3.2 | Управление креативным процессом в группе. Организация работы в креативном отделе рекламного агентства. Схема работы креативного отдела. Целеполагание. Накопление рабочего материала. Креативный бриф. Алгоритм работы с брифом. Дебриф. Дебрифинг. Защита концепции. Оформление предложения заказчику. Возможности и проблемы использования методик активизации | ЛК, СЗ |

| Номер раздела | Наименование раздела дисциплины | Содержание раздела (темы) | | Вид учебной работы* |
|---------------|---------------------------------|---------------------------|--|---------------------|
| | | | поиска идей в деятельности рекламных агентств и творческих подразделений компаний. | |

* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – практические/семинарские занятия.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

| Тип аудитории | Оснащение аудитории | Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости) |
|----------------------------|---|--|
| Лекционная | Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций. | |
| Семинарская | Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций. | |
| Для самостоятельной работы | Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС. | |

* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается **ОБЯЗАТЕЛЬНО!**

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Ворошилов Валентин Васильевич. Теория и практика массовой информации [Текст/электронный ресурс] : Учебник / В.В. Ворошилов. - 2-е изд., перераб. и доп. ; Электронные текстовые данные. - М. : КНОРУС, 2017. - 464 с. - (Бакалавриат). - ISBN 978-5-406-05842-8 : 908.49.¶<http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/6268>¶

Дополнительная литература:

1. Бос Э. Как развивать креативность. Ростов-на-Дону: Феникс, 2008 г.¶
2. Гин А., Кавтрев А. Креатив-бой. Как его провести. М.: Вита-Пресс, 2012 г.
3. Горев П.М., Утемов В.В. Научное творчество. Практическое руководство по развитию креативного мышления. Знакомство с элементами. М.: ТРИЗ Книжный дом "Либроком", 2013.¶
4. Креативное мышление в бизнесе. Антология. М.: Юнайтед Пресс, 2009 г. ¶
5. Прикен М. Гейзер в голове. Креативные техники и мыслительные стратегии для

рекламы, маркетинга и СМИ. М.: Дитон, 2012.¶

6. Роу А.Дж. Креативное мышление. М.: НТ Пресс; 2007 г.¶

7. Торп С. Учебник креативного мышления. М.: Попурри, 2010 г. ¶

8. Юдина Е. Креативное мышление в PR (в системе формирования социокультурных связей и отношений). М.: РИП-Холдинг, 2007 г. ¶

9. Ядин Д. Маркетинговые коммуникации. Современная креативная реклама. М.: ФАИР-ПРЕСС, 2003.¶¶

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН

<http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>

- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>

- ЭБС «Консультант студента» www.studentlibrary.ru

- ЭБС «Троицкий мост»

2. Базы данных и поисковые системы

- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации

<http://docs.cntd.ru/>

- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>

- поисковая система Google <https://www.google.ru/>

- реферативная база данных SCOPUS

<http://www.elsevierscience.ru/products/scopus/>

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля:*

1. Курс лекций по дисциплине «Развитие креативного мышления».

* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система* оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам освоения дисциплины «Развитие креативного мышления» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

* - ОМ и БРС формируются на основании требований соответствующего локального нормативного акта РУДН.

РАЗРАБОТЧИК:

Доцент

Должность, БУП

Подпись

Осмоловская Анна
Васильевна

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

Заведующий кафедрой

Должность БУП

Подпись

Трубникова Нина
Вадимовна

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

Заведующий кафедрой

Должность, БУП

Подпись

Трубникова Нина
Вадимовна

Фамилия И.О.