

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Ястребов Олег Александрович

Должность: Ректор

Дата подписания: 13.05.2024 16:11:35

Уникальный программный ключ:

sa953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

**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):**

#### **РЕКЛАМА**

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

**2024 г.**

## 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Развитие креативного мышления» входит в программу бакалавриата «Реклама» 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 представить студентам возможности креативного мышления, а также научить 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, использовать результаты	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 коммуникационной поддержки проекта; тактическое

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
	исследований для планирования рекламной или PR-кампании	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 в повседневно-бытовой,	Русский язык и культура речи; Иностранный язык**; Иностранный язык (второй); Русский язык как иностранный**;	Профессиональный русский язык (как иностранный)**; Русский язык как иностранный**; Основы контент-маркетинга**; HR-коммуникации в PR**; Авторское право**; Современные форматы Sales Promotion**; Контент цифровых медиа**; Юридическое сопровождение в рекламе и PR**; Социальный маркетинг**; Внутренние коммуникации**;

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
	социокультурной, учебно-профессиональной, официально-деловой и научной сферах общения		<i>Практикум ведения переговоров**;</i> <i>Иностранный язык (второй);</i> <i>Иностранный язык**;</i> <i>Профессиональный иностранный язык**;</i> <i>Нейминг**;</i> <i>Введение в лингвомаркетинг**;</i> <i>Преддипломная практика;</i>
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	Социология; Учебная практика;	<i>2-я производственная практика;</i> <i>1-я производственная практика;</i> <i>Преддипломная практика;</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> <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>VTL-технологии продвижения;</i> <i>Креатив в рекламе;</i> <i>Поведение потребителей;</i> <i>Теория и практика продаж в рекламе;</i> <i>Организация работы</i>

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
			<i>отделов рекламы**;</i> <i>Организация работы PR-отделов**;</i> <i>Практика мультимедийного контента**;</i> <i>Продакт плейсмент**;</i> <i>Знаковые системы в дизайне**;</i> <i>Индустрия маркетинговых услуг**;</i> <i>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
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	<b>ак.ч.</b>	<b>108</b>	<b>108</b>
	<b>зач.ед.</b>	<b>3</b>	<b>3</b>

## 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](http://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:**

<hr/> <i>Должность, БУП</i>	<hr/> <i>Подпись</i>	<hr/> Осмоловская Анна Васильевна <i>Фамилия И.О.</i>
-----------------------------	----------------------	---

**РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:**

<hr/> Заведующий кафедрой <i>Должность БУП</i>	<hr/> <i>Подпись</i>	<hr/> Трубникова Нина Вадимовна <i>Фамилия И.О.</i>
---	----------------------	---

**РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:**

<hr/> Заведующий кафедрой <i>Должность, БУП</i>	<hr/> <i>Подпись</i>	<hr/> Трубникова Нина Вадимовна <i>Фамилия И.О.</i>
--	----------------------	---