

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Юров Сергей Серафимович Автономная некоммерческая организация высшего образования

Должность: ректор

Дата подписания: 29.04.2021 14:44:46

Уникальный программный ключ:

3cba11a39f7f7fadc578ee5ed1f72a427b45709d10da52f2f414bf9bf44b8f14

**“ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА”**

Факультет управления бизнесом  
Кафедра менеджмента и маркетинга



## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

дисциплины

### **Б1.В.ДВ.04.01 «КРЕАТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И УПРАВЛЕНИЕ ТВОРЧЕСКИМ ПРОЦЕССОМ»**

**Для направления подготовки:**

54.03.01 “Дизайн”

(уровень бакалавриата)

Программа прикладного бакалавриата

**Виды профессиональной деятельности:**

Организационно-управленческая

Проектная

**Профиль:**

Менеджмент в дизайн-бизнесе


**Форма обучения:**

(очная, очно-заочная)

**Москва – 2020**

Разработчик (и): Матюшкин Вадим Сергеевич, кандидат психологических наук, доцент кафедры менеджмента и маркетинга АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».


«04» марта 2020 г.

  
\_\_\_\_\_ /В.С. Матюшкин /  
(подпись)


Рабочая программа разработана в соответствии с ФГОС ВО 54.03.01 «Дизайн» (уровень бакалавриата), утв. Приказом Министерства образования и науки РФ №1004 от 11.08.2016г.

СОГЛАСОВАНО:

Декан ФУБ

  
\_\_\_\_\_ /Н.Е. Козырева /  
(подпись)

Заведующий кафедрой  
разработчика РПД

  
\_\_\_\_\_ /Е.С. Мальцева /  
(подпись)

Протокол заседания кафедры № 7 от «06» марта 2020 г.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Наименование дисциплины (модуля) и место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), необходимых для освоения дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

## 1. Наименование дисциплины (модуля) и место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Креативные технологии и управление творческим процессом» относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» основной профессиональной образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки 54.03.01 «Дизайн». Преподавание этой дисциплины осуществляется на третьем курсе, в пятом семестре. Дисциплина «Креативные технологии и управление творческим процессом» является необходимым элементом профессиональной подготовки менеджеров в сфере дизайна.

Специальные требования к входным знаниям, умениям и компетенциям обучающегося не предусматриваются. При изучении данного курса могут использоваться знания и умения, полученные при освоении предшествующих дисциплин, таких как: «Основы бизнеса в графическом дизайне», «Основы бизнеса в архитектурном и средовом дизайне», «Основы бизнеса в цифровом дизайне», «Основы бизнеса в fashion-индустрии».

**Цель дисциплины** – формирование у обучающихся системы знаний о креативных технологиях, развитие творческого потенциала обучающихся и их возможности управления творческим процессом в малых группах.

### **Задачи дисциплины:**

- изучение методологических основ разработки и технологий создания креативной концепции как способа продвижения брендов;
- ознакомление с основными видами вербальных и визуальных креативных решений;
- формирование представлений о процессе разработки и внедрения основных видов креативных стратегий;
- обучение практическим навыкам управления творческим процессом.

## 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 54.03.01 «Дизайн», квалификация (степень) «бакалавр».

Выпускник должен обладать следующими компетенциями:

- способностью применять современные технологии, требуемые при реализации дизайн-проекта на практике (ПК-6);
- готовностью руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности и принимать управленческие решения на основе нормативных правовых актов (ПК-11).

Код и содержание компетенции	Результаты обучения (знания, умения, навыки и опыт деятельности)
<b>ПК-6</b> Способность применять современные технологии, требуемые	<u>Знать:</u> - технологии создания креативной концепции - технологии поиска креативных решений <u>Уметь:</u>

при реализации дизайн-проекта на практике	- совершенствовать творческие процессы, используя креативные приёмы выработки идей - использовать технологии и приемы креативных решений в профессиональной деятельности <u>Владеть:</u> - приёмами создания креативных концепций - навыками управления этапами креативного процесса
<b>ПК-11</b> Готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности и принимать управленческие решения на основе нормативных правовых актов	<u>Знать:</u> - особенности управления творческим коллективом в процессе создания креативных стратегий <u>Уметь:</u> - принимать управленческие решения в процессе создания креативных стратегий <u>Владеть:</u> - навыками принятия управленческих решений в процессе создания креативных стратегий

#### **Формы контроля:**

- *текущий контроль успеваемости (ТКУ)* для проверки знаний, умений и навыков студентов может проводиться в форме контрольной работы, содержащей открытые вопросы, тестовые задания и задачи по темам учебной дисциплины, подготовки студентами презентаций, в ходе проведения деловых игр, дискуссий;
- *промежуточная аттестация (ПА)* – проводится в форме экзамена по окончании изучения курса.

### **3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.**

В процессе освоения дисциплины «Креативные технологии и управление творческим процессом» используются как классические методы обучения (лекция), так и различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя, которые направлены на развитие творческих качеств обучающихся и на поощрение их интеллектуальных инициатив.

В рамках данного курса используются такие активные формы работы, как:

#### ***активные формы обучения:***

- практические занятия;

#### ***интерактивные формы обучения:***

- ситуационный анализ

Общая трудоемкость дисциплины «Креативные технологии и управление творческим процессом» для всех форм обучения реализуемых в АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» по направлению подготовки 54.03.01 «Дизайн» составляет 4 зачетные единицы (144 часа).

Вид учебной работы	Всего число часов и (или) зачетных единиц (по формам обучения)	
	Очная	Очно-заочная
<b>Аудиторные занятия (всего)</b>	54	26

Вид учебной работы	Всего число часов и (или) зачетных единиц (по формам обучения)	
	Очная	Очно-заочная
В том числе:	18	8
Лекции	36	18
Практические занятия	х	х
Семинары	х	х
Лабораторные работы	х	х
<b>Самостоятельная работа (всего)</b>	63	91
Промежуточная аттестация, в том числе:		
Вид	Экзамен – 5 семестр	Экзамен – 5 семестр
Трудоемкость (час.)	27	27
<b>Общая трудоемкость ЗЕТ / часов</b>	4 ЗЕТ / 144 часа	4 ЗЕТ / 144 часа

**4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий.**

Наименование тем	Виды учебной деятельности, включая самостоятельную работу (в часах)							Код формируемых компетенций	Форма ТКУ Форма ПА	
	Лекции	Самостоятельная работа	Активные занятия		Интерактивные занятия					
			Семинары	Практические занятия	Ситуационный анализ	Мастер-класс	Дебаты, дискуссии			Тренинг
<b>Очная форма</b>										
<b>Первый этап формирования компетенции</b>										
Тема 1. Методы поиска креативной концепции	3	10		2	3				ПК-6	
Тема 2. Технологии создания креативной концепции	3	10		2	3				ПК-6	
Тема 3. Вербальные креативные решения	3	10		2	3				ПК-6	
Текущий контроль уровня сформированности компетенции				2						Кейс
<b>Второй этап формирования компетенции</b>										
Тема 4. Визуальные креативные решения	3	11		2	3				ПК-6	
Тема 5. Виды креативных стратегий	3	11		2	3				ПК-6 ПК-11	
Тема 6. Управление творческим процессом	3	11		2	3				ПК-6 ПК-11	
Текущий контроль уровня сформированности компетенции				2						Контрольная работа/ тест
<b>Всего:</b>	<b>18</b>	<b>63</b>		<b>18</b>	<b>18</b>					
<b>Общая трудоемкость дисциплины (в часах)</b>	<b>144</b>									<b>Экзамен, 27 часов</b>

Наименование тем	Виды учебной деятельности, включая самостоятельную работу (в часах)								Код формируемых компетенций	Форма ТКУ Форма ПА
	Лекции	Самостоятельная работа	Активные занятия		Интерактивные занятия					
			Семинары	Практические занятия	Ситуационный анализ	Мастер-класс	Дебаты, дискуссии	Тренинг		
Общая трудоемкость дисциплины (в зачетных единицах)	4									
<b>Очно-заочная форма</b>										
<b>Первый этап формирования компетенции</b>										
Тема 1. Методы поиска креативной концепции	1	15		1	1				ПК-6	
Тема 2. Технологии создания креативной концепции	2	15		1	1				ПК-6	
Тема 3. Вербальные креативные решения	1	15		1	1				ПК-6	
Текущий контроль уровня сформированности компетенции				2						Кейс
<b>Второй этап формирования компетенции</b>										
Тема 4. Визуальные креативные решения	1	15		1	1				ПК-6	
Тема 5. Виды креативных стратегий	1	16		1	1				ПК-6 ПК-11	
Тема 6. Управление творческим процессом	2	15		1	1				ПК-6 ПК-11	
Текущий контроль уровня сформированности компетенции				2						Контрольная работа/ тест
<b>Всего:</b>	<b>8</b>	<b>91</b>		<b>12</b>	<b>6</b>					
Общая трудоемкость дисциплины (в часах)	144									
Общая трудоемкость дисциплины (в зачетных единицах)	4									Экзамен, 27 часов

### Содержание тем учебной дисциплины

#### **Тема 1. Методы поиска креативной концепции**

Понятие креатива. Методы раскрепощения творческого сознания и генерации творческих идей, креативные тактики. Метод Mind map, метод мозгового штурма, синектика, метод ТРИЗ, метод морфологического анализа, метод ролевой игры McSann-Erickson, метод латерального мышления Э. де Боно. Критика и совершенствование креативного процесса. Критерии отбора творческих решений.

#### **Тема 2. Технологии создания креативной концепции**

Маркетинговая стратегия, рекламная стратегия, креативная стратегия (креативная концепция): взаимосвязь и соотношение терминов. Креативная концепция как способ продвижения бренда. Концепция креатива Leo Burnett 7+. Понятие креативного брифа, принципы его создания. Бриф и дебриф. Типы креативных продуктов. Основные этапы разработки креативной концепции и других типов креативных продуктов.

### ***Тема 3. Вербальные креативные решения***

Креативные решения на уровне вербальных разработок ключевых фраз рекламного сообщения и коммерческих названий торговых марок. Важнейшие риторические характеристики названий и слоганов. Понятие игровых техник и языковой игры. Приемы языковой игры при создании названия и рекламного слогана. Эффект скрытого диалога и его использование при создании названия и рекламного слогана.

### ***Тема 4. Визуальные креативные решения***

Основы визуальной риторики. Визуальные повторы, визуальное сходство, визуальное противопоставление. Игровые приемы компрессии и преобразования смысла. Визуальные искажения, визуальные парадоксы, визуальные гиперболы и литоты, визуальные метафоры и метонимии, визуальные каламбуры, замены и смещения в ролевой структуре. Визуальные приемы диалогизации и интимизации сообщений.

### ***Тема 5. Виды креативных стратегий***

Стратегии коммуникативного воздействия. Стратегии позиционирующего, оптимизирующего и корректирующего типа. Рационалистические и проекционные стратегии. Концепции рекламных стратегий как основа креативных разработок. Рационалистические, трансформационные и холистические стратегии как основа креатива. Концепция Engagement и ее отношение к креативным разработкам.

### ***Тема 6. Управление творческим процессом***

Креативная работа в структуре различных субъектов: рекламных агентств, медиахолдингов, компаний-рекламодателей, СМИ. Профессиональные обязанности креативных директоров, копирайтеров и арт-директоров в рекламных и коммуникационных агентствах различных типов. Особенности их взаимодействия с другими сотрудниками. Особенности управления творческим коллективом.

## **Практические занятия**

<b>№ п/п</b>	<b>№ и название темы дисциплины</b>	<b>Тематика практических занятий</b>	<b>Вид контрольного мероприятия</b>
1.	<b>Тема 1.</b> Методы поиска креативной концепции	1. Методы раскрепощения творческого сознания и генерации творческих идей, креативные тактики 2. Метод Mind map, метод мозгового штурма, синектика, метод ТРИЗ, метод морфологического анализа, метод ролевой игры McCann-Erickson, метод латерального мышления Э. де Боно. 3. Критика и совершенствование креативного процесса. 4. Критерии отбора творческих решений.	Ситуационный анализ
2.	<b>Тема 2.</b> Технологии создания креативной концепции	1. Маркетинговая стратегия, рекламная стратегия, креативная стратегия (концепция): взаимосвязь и соотношение терминов. 2. Креативная концепция как способ продвижения бренда. 3. Понятие креативного брифа, принципы его создания. 4. Основные этапы разработки креативной концепции.	Ситуационный анализ
3.	<b>Тема 3.</b>	1. Креативные решения на уровне вербальных	Ситуационный



	Вербальные креативные решения	разработок ключевых фраз рекламного сообщения и коммерческих названий торговых марок. 2. Важнейшие риторические характеристики названий и слоганов. 3. Понятие игровых техник и языковой игры. 4. Приемы языковой игры при создании названия и рекламного слогана.	анализ
4.	<b>Тема 4.</b> Визуальные креативные решения	1. Основы визуальной риторики. 2. Визуальные повторы, визуальное сходство, визуальное противопоставление. 3. Игровые приемы компрессии и преобразования смысла. 4. Визуальные приемы диалогизации и интимизации сообщений	Ситуационный анализ
5.	<b>Тема 5.</b> Виды креативных стратегий	1. Стратегии коммуникативного воздействия. Стратегии позиционирующего, оптимизирующего и корректирующего типа. 2. Рационалистические и проекционные стратегии. 3. Концепции рекламных стратегий как основа креативных разработок. 4. Рационалистические, трансформационные и холистические стратегии как основа креатива.	Ситуационный анализ
6.	<b>Тема 6.</b> Управление творческим процессом	1. Креативная работа в структуре различных субъектов: рекламных агентств, медиахолдингов, компаний-рекламодателей, СМИ. 2. Профессиональные обязанности креативных директоров, копирайтеров и арт-директоров в рекламных и коммуникационных агентствах различных типов. Особенности их взаимодействия с другими сотрудниками. 3. Особенности управления творческим коллективом	Ситуационный анализ

### 5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю).

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся в АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» используются учебно-методические пособия разработанные преподавателями вуза, а также учебная литература по дисциплине «Креативные технологии и управление творческим процессом», размещенная в электронной библиотечной системе biblioclub.ru и библиотеке Института.

1. Беликова И. П. Управление проектами: краткий курс лекций. Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет, 2014.  
Режим доступа: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=277473&sr=1](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=277473&sr=1)
2. Владимиров И. Ю., Корнилов Ю. К., Коровкин С. Ю. Современные теории мышления: учебное пособие - Москва|Берлин: Директ-Медиа, 2016.  
Режим доступа: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=441286](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=441286)
3. Сурова Н. Ю. Проектный менеджмент в социальной сфере и дизайн-мышление: учебное пособие - Москва: Юнити-Дана, 2015.

- Режим доступа: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=446441](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=446441)
4. Тарасова О. П. Организация проектной деятельности дизайнера: учебное пособие - Оренбург: Оренбургский государственный университет, 2013.  
Режим доступа: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=270309](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=270309)

## 6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

### 6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

В учебной дисциплине компетенции ПК-6, ПК-11 формируются в 5 семестре на третьем этапе освоения образовательной программы (ОПОП).

В рамках учебной дисциплины «Креативные технологии и управление творческим процессом» выделяются два этапа формирования указанных компетенций в результате последовательного изучения содержательно связанных между собой разделов (тем) учебных занятий. Изучение каждого раздела (темы) предполагает формирование компонентов компетенций с использованием различных форм контактной (аудиторной) и самостоятельной работы:

Компоненты компетенции «знать» формируются преимущественно на занятиях лекционного типа и самостоятельной работы обучающихся с учебной литературой

Компоненты компетенции «уметь» и «владеть» формируются преимущественно на практических занятиях

Результат текущей аттестации обучающихся на этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций.

Таблица 6.1 Этапы и планируемые результаты освоения компетенций в процессе изучения учебной дисциплины

Компетенция по ФГОС ВО	Этапы в процессе освоения дисциплины	Компоненты компетенции, осваиваемые на каждом этапе		
		Знать	Уметь	Владеть
ПК-6 Способность применять современные технологии, требуемые при реализации дизайн-проекта на практике	Этап 1: Темы: 1-3	основные этапы разработки креативной концепции	создавать креативные концепции	навыком поэтапного создания креативной концепции
	Этап 2: Темы: 4-6	виды поиска креативных решений; виды креативных стратегий	применять креативные решения; подбирать виды креативных стратегий	способами применения креативных решений; навыком отбора креативных стратегий
ПК-11 Готовность руководить коллективом в сфере своей	Этап 1: Темы: 1-3	-	-	-

профессиональной деятельности и принимать управленческие решения на основе нормативных правовых актов	Этап 2: <b>Темы: 4-6</b>	методы и средства управления творческим коллективом в процессе создания креативных стратегий	использовать методы и техники принятия управленческих решений в процессе создания креативных стратегий	навыками принятия управленческих решений в процессе создания креативных стратегий
---	-----------------------------	--	--	---

Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования в процессе изучения учебной дисциплины представлены в таблице 6.2

Таблица 6.2 - Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Этапы	РЕЗУЛЬТАТ ОБУЧЕНИЯ <b>ПК-6, ПК-11</b> (описание результатов представлено в таблице 1)	КРИТЕРИИ И ПОКАЗАТЕЛИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТА ОБУЧЕНИЯ по дисциплине (модулю) <i>(критерии и показатели определены соответствующими картами компетенций, при этом пользуются традиционной системой оценивания)</i>				Контрольные задания, для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций
		2 (неуд)	3 (уд)	4 (хор)	5 (отл)	
<b>1 этап</b>	ЗНАНИЯ	Отсутствие знаний	Неполные знания	Полные знания с небольшими пробелами	Системные и глубокие знания	<b>Кейс</b>
	УМЕНИЯ	Отсутствие умений	Частичные умения	Умения с частичными пробелами	Полностью сформированные умения	
	НАВЫКИ	Отсутствие навыков	Частичные навыки	Отдельные пробелы в навыках	Полностью сформированные навыки	
<b>2 этап</b>	ЗНАНИЯ	Отсутствие знаний	Неполные знания	Полные знания с небольшими пробелами	Системные и глубокие знания	<b>Контрольная работа в форме теста</b>
	УМЕНИЯ	Отсутствие умений	Частичные умения	Умения с частичными пробелами	Полностью сформированные умения	
	НАВЫКИ	Отсутствие навыков	Частичные навыки	Отдельные пробелы в навыках	Полностью сформированные навыки	

Изучение дисциплины заканчивается промежуточной аттестацией, проводимой в форме экзамена

### 6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

#### 6.3.1. Пример контрольного задания, необходимого для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующего 1 этап формирования компетенций

##### Пример кейса

##### Креативная концепция «В гостях у сказки»

Рождественские Ярмарки — традиционный фестиваль, проводящийся в столице в канун новогодних праздников при поддержке Правительства Москвы. В этом году темой Рождественского фестиваля стали сказки народов мира.

##### Основные задачи:

- помочь организаторам рождественских ярмарок создать праздничное настроение для москвичей и гостей столицы;
- разработать вербальные и визуальные креативные решения;
- создать ключевой имидж рекламной кампании и систему визуальной коммуникации;
- предложить оригинальный стиль оформления торговых шале и малых архитектурных форм;
- создать образы главных персонажей Ярмарки.

**Задание:** в рамках рекламной кампании «Путешествие в Рождество» необходимо разработать, используя современные креативные технологии (на выбор):

- дизайн рекламных билбордов и брендмауэров;
- дизайн сити-формата и постеров;
- дизайн новогодних подарочных пакетов: больших и маленьких;
- дизайн листовок, буклетов и лифлетов;
- дизайн бумажных стаканчиков и тарелочек;
- дизайн упаковки для печенья с предсказаниями.

Оценка проводится матричным методом:

Критерии оценки	БАЛЛЫ
Ясность, четкость изложения	0-5 баллов
Аргументированность выводов	0-5 баллов
Креативность подходов	0-5 баллов
Качество ответов на вопросы	0-5 баллов
Итоговая оценка	0 -20 баллов

Посткейсовое моделирование. После завершения кейса преподаватель выясняет, согласны ли студенты на самом деле с презентуемыми идеями, закрепляя навыки отстаивать свою позицию, применяя знания в области креативных технологий.

Оценка за контрольное задание рубежного контроля 2 этапа освоения компетенций формируется следующим образом:

Кейс – оценивание производится по пятибалльной шкале оценивания, основываясь на полученных баллах в кейсе.

- оценка «отлично» - 16-20 баллов;

- оценка «хорошо» - 11-15 баллов;
- оценка «удовлетворительно» - 6 - 10 баллов;
- оценка «неудовлетворительно» - менее 0-5 баллов.

**6.3.2. Пример контрольного задания, необходимого для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующего 2 этап формирования компетенций**

**Пример теста**

1. На этапе целеполагания в ходе работы с проектной командой использование креативных технологий поможет:
  - а) решить проблемы с коммуникацией внутри команды и добиться общего понимания проблемы и цели работы;
  - б) создать атмосферу ненавязчивости творческого процесса;
  - в) переключить внимание команды на более интересный формат взаимодействия;
  - г) нет верного ответа.
  
2. Мозговой штурм пройдет эффективней, если:
  - а) у участников команды будет много времени;
  - б) задача, над решением которой работают члены команды, будет четко зафиксирована;
  - в) участники будут строго выполнять все правила проведения мозгового штурма;
  - г) все ответы верны.
  
3. Суть метода фокальных объектов заключается:
  - а) в присвоении целевому объекту свойств других объектов;
  - б) в присоединении инновационных технологий к уже существующим устройствам;
  - в) в присоединении к целевому объекту принципов, методов и алгоритмов, заложенных в другие объекты;
  - г) нет верного ответа.
  
4. ТРИЗ – это:
  - а) теория решения инженерных задач;
  - б) теория решения изобретательских задач;
  - в) теория реализации инженерных знаний;
  - г) нет верного ответа.
  
5. Инструменты ТРИЗ используются:
  - а) только в инженерной отрасли;
  - б) как в науке, бизнесе, так и в инженерии;
  - в) сертифицированными специалистами на узкопрофильных задачах;
  - г) все ответы верны.
  
6. Укажите функции, которые выполняет рефлексия:
  - а) позволяет снять напряжение в команде;
  - б) позволяет снять обратную связь в эмоционально пережитом за день;
  - в) позволяет восстановить способ действия, который привёл к полученному результату;
  - г) все ответы верны.

7. Укажите признаки, характерные только для рефлексии:
- а) позволяет выявить способ действия;
  - б) направлена на выявление причин эмоционального состояния;
  - в) требует остановки деятельности;
  - г) нет верного ответа.
8. Укажите верные действия при подготовке и/или проведении презентации:
- а) любой вопрос надо воспринимать как подозрение в некомпетентности участников;
  - б) высказывая спорный тезис, полезно подкрепить свои домыслы авторитетным мнением/источником;
  - в) необходимо использовать много фактов и сложных слов в презентации, чтобы выступающий казался умнее в глазах аудитории;
  - г) все ответы верны.
9. Использование инструментов развития креативного мышления при работе с проектом способствует:
- а) уходу команды от «продуктивности» к «фантазийности» и нереализуемым решениям;
  - б) выходу за рамки привычного образа мыслей, поиску нестандартных решений задач;
  - в) мотивации членов команды к дальнейшей работе по реализации идеи;
  - г) нет верного ответа.
10. Креативные технологии оценки принятия решений и работы проектной команды, это:
- а) scum покер, метод шести шляп, метод Диснея;
  - б) мастерская будущего, глубинное интервью;
  - в) мультиперекрёстные творческие группы;
  - г) все ответы верны.
11. Хорошим результатом проведения мозгового штурма можно считать:
- а) большой список нестандартных идей и решений;
  - б) сплочение команды и общекомандный настрой на работу;
  - в) конструктивный анализ и выбор идей, с которыми можно продолжать работу;
  - г) нет верного ответа.
12. Укажите ситуации, в которых использование метода фокальных объектов неприемлемо:
- а) когда нужно максимально быстро придумать необычную идею;
  - б) когда необходимо универсальное средство для формирования идей;
  - в) когда нужно решить сложную и комплексную задачу;
  - г) нет верного ответа.
13. Выберите ложное утверждение:
- а) по ТРИЗ противоречие - это ситуация, когда улучшение одной характеристики ведет ухудшению другой;
  - б) идеальный конечный результат – это инструмент целеполагания, помогающий сформулировать желанный итог;
  - в) идеальный конечный результат всегда достижим в обозримом будущем;
  - г) нет верного ответа.
14. Укажите приемы, которыми не следует пользоваться при подготовке презентации:
- а) понятный язык, отсутствие сложной терминологии без пояснений;
  - б) использование для выделения не менее 4 цветов;
  - в) использование крупного шрифта, не более 30 слов на слайде;



г) все ответы верны.

15. Выберите ложное утверждение:

- а) подготовка к презентации обязательно включает самонастрой;
- б) правильнее полагаться на “проверенного оратора” среди участников команды;
- в) подготовка площадки - дело рук самих выступающих (“все свое ношу с собой”);
- г) нет верного ответа.

16. С чего начинается подготовка креативного проекта:

- а) постановка цели мероприятия;
- б) формулировка проблемы;
- в) определение тематики;
- г) организация творческой команды.

17. К какому спектру деятельности арт-менеджера относится концептуальная разработка креативного проекта:

- а) юридически-правовой;
- б) проектно-технологической;
- в) организационно-управленческой;
- г) маркетинговой.

18. Основная базовая характеристика профессиональной компетенции арт-менеджера:

- а) стимулирование творческой деятельности;
- б) осуществление контроля за производством;
- в) способность доверять членам команды;
- г) совмещение творческих и управленческих функций в одном лице;

19. С чего начинается составление плана-графика подготовки мероприятия:

- а) определение целей, результатов и общего перечня работ проекта;
- б) определение ресурсов и ответственности рабочей группы;
- в) создание системы комплексного планирования и параметров проекта;
- г) создание команды проекта.

20. Наиболее важный критерий оценки арт-проекта — это:

- а) реалистичность бюджета, обоснованность запрашиваемых средств;
- б) привлекательность проекта для потенциальных партнеров;
- в) яркость и оригинальность проекта;
- г) способность проекта оказать существенное влияние на качество общекультурного развития личности.

Оценка за контрольное задание рубежного контроля 3 этапа освоения компетенций формируется следующим образом:

Тест:

- оценка «отлично» - 85-100% правильных ответов;
- оценка «хорошо» - 70-84% правильных ответов;
- оценка «удовлетворительно» - 40-69% правильных ответов;
- оценка «неудовлетворительно» - менее 39% правильных ответов.

**6.3.3. Пример контрольного задания, необходимого для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности для проведения промежуточной аттестации**

**Примерные вопросы к экзамену**

1. Понятие креатива.
2. Методы раскрепощения творческого сознания и генерации творческих идей.
3. Креативные тактики.
4. Критика и совершенствование креативного процесса.
5. Критерии отбора творческих решений.
6. Маркетинговая стратегия, рекламная стратегия, креативная стратегия: взаимосвязь и соотношение терминов.
7. Креативная концепция как способ продвижения бренда.
8. Понятие креативного брифа, принципы его создания. Бриф и дебриф.
9. Типы креативных продуктов.
10. Основные этапы разработки креативной концепции.
11. Креативные решения на уровне вербальных разработок ключевых фраз рекламного сообщения и коммерческих названий торговых марок.
12. Важнейшие риторические характеристики названий и слоганов.
13. Понятие игровых техник и языковой игры.
14. Приемы языковой игры при создании названия и рекламного слогана.
15. Эффект скрытого диалога при создании названия и рекламного слогана.
16. Основы визуальной риторики.
17. Визуальные повторы, визуальное сходство, визуальное противопоставление.
18. Игровые приемы компрессии и преобразования смысла.
19. Визуальные искажения, визуальные парадоксы, визуальные гиперболы и литоты.
20. Визуальные метафоры и метонимии, визуальные каламбуры.
21. Визуальные приемы диалогизации и интимизации сообщений.
22. Стратегии коммуникативного воздействия.
23. Стратегии позиционирующего, оптимизирующего и корректирующего типа.
24. Рационалистические и проекционные стратегии.
25. Концепции рекламных стратегий как основа креативных разработок.
26. Рационалистические, трансформационные и холистические стратегии как основа креатива.
27. Концепция Engagement и ее отношение к креативным разработкам.
28. Креативная работа в структуре различных субъектов: рекламных агентств, медиахолдингов, компаний-рекламодателей, СМИ.
29. Профессиональные обязанности креативных директоров, копирайтеров и арт-директоров в рекламных и коммуникационных агентствах различных типов.
30. Особенности управления творческим коллективом.

#### **6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

Оценка знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности по дисциплине проводится с целью определения уровня освоения предмета, включает

– текущий контроль (осуществление контроля за всеми видами аудиторной и внеаудиторной деятельности студента с целью получения первичной информации о ходе усвоения отдельных элементов содержания дисциплины);

- рубежный контроль – оценка результатов освоения дисциплины, степени сформированности компетенций на каждом из этапов освоения учебной дисциплины.

– промежуточная аттестация (оценивается уровень и качество подготовки по учебной дисциплине в целом). Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена.

Для оценки качества подготовки студента по дисциплине в целом составляется рейтинг – интегральная оценка результатов всех видов деятельности студента, осуществляемых в процессе ее изучения.

Проработка конспекта лекций и учебной литературы осуществляется обучающимися в течение всего семестра, после изучения новой темы.

Тематическим планом предусмотрен рубежный контроль в виде контрольных заданий и итоговая аттестация в виде экзамена. К экзамену допускаются обучающиеся, выполнившие все виды текущей аттестации – практические работы, задание для самостоятельной работы и контрольные опросы.

**Контрольная работа** проводится в учебной аудитории. Обучающиеся получают бланк заданий. Обучающемуся сообщается время, отведенное на выполнение контрольной работы, способы допустимых исправлений и другая информация (ответы на возникающие вопросы со стороны обучающихся)

При выполнении контрольной работы обучающимся запрещается консультироваться с однокурсниками, использовать телефон, информацию на бумажных и других носителях. По окончании работы, выполняемой в самом бланке задания, обучающийся подписывает работу и сдает ее преподавателю на проверку. Результаты работы, типичные ошибки разбираются на следующем занятии. Обучающимся сообщается оценка, которая заносится в соответствующую ведомость. Ведомость рубежного контроля предоставляется преподавателем в деканат соответствующего факультета.

**Тест** - является одним из основным средством формального контроля качества обучения. Тестированием называется метод, основанный на стандартизированных заданиях, которые позволяют измерить знания, умения и навыки студента характеризующих определенный этап формирования компетенций.

Тесты построены по методике, обеспечивающей выполнение требований соответствующего федерального государственного образовательного стандарта высшего образования. Набор тестовых заданий должен соответствовать цели контроля знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы на определенном этапе их освоения.

С помощью тестирования можно оценить уровень знаний студента о предметной области дисциплины и понимания основных ее положений и терминов, а так же умение и навыки студента применять полученные при освоении учебной дисциплины практические знания для решения конкретных задач. Тесты для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих различные этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы бывают следующих видов:

*Закрытая форма* является наиболее распространенной и предлагает несколько альтернативных ответов на поставленный вопрос. Тестовое задание, содержащее вопрос в закрытой форме, включает в себя один или несколько правильных ответов. Закрытую форму вопросов используют также в тестах-задачах с выборочными ответами. В тестовом задании в этом случае формулируют условие задачи и все необходимые исходные данные, а в ответах представляют несколько вариантов результата решения в числовом или буквенном виде. Студент должен решить задачу и показать, какой из представленных ответов он получил.

*Открытая форма.* Вопрос в открытой форме представляет собой утверждение, которое необходимо дополнить. Данная форма может быть представлена в тестовом задании, например, в виде словесного текста, формулы (уравнения), чертежа (схемы), графика, в которых пропущены существенные составляющие - слова, условные обозначения, линии или изображения элементов схемы и графика. Студент должен вставить соответствующие элементы в указанные места («пропуски»).

*Установление соответствия.* Студенту предлагают два списка, между элементами которых следует установить соответствие.

*Установление последовательности* предполагает необходимость установить правильную последовательность предлагаемого списка слов, фраз, дат и т.п.

Оценка результатов тестирования предполагает использование количественной шкалы оценивания.

**Кейс-метод** (Case study) — это техника обучения, использующая описание реальных экономических и социальных ситуаций (от англ. case — «случай»). Под ситуацией (кейсом) понимается письменное описание какой-либо конкретной реальной ситуации. Отличительной особенностью метода case-study является создание проблемной ситуации на основе фактов из реальной жизни. Цель технологии – развитие навыков анализа и критического мышления, соединение теории и практики; представление примеров принимаемых решений; демонстрация возможности различных точек зрения.

Кейс-технология позволяет более успешно по сравнению с традиционной методикой обучения развивать творческие способности обучающихся, формирует навыки выполнения сложных заданий в составе небольших групп, помогает успешно овладеть способностями анализа непредвиденной ситуации, самостоятельно разрабатывать алгоритмы принятия решения. Этот метод также способствует развитию технического мышления, формированию таких качеств, как инициативность и самостоятельность.

К кейс-технологиям относятся: метод ситуационного анализа; ситуационные задачи и упражнения; анализ конкретных ситуаций (кейс-стади); метод кейсов; метод инцидента; метод разбора деловой корреспонденции; игровое проектирование; метод ситуационно-ролевых игр. Требования к кейсу: четкое соответствие цели, поставленной при создании; наличие соответствующего уровня трудности; актуальность на сегодняшний день; иллюстрирование типичных ситуаций; развитие аналитического мышления; провоцирование дискуссии; наличие нескольких решений. Студентам предлагается проанализировать конкретную ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные варианты решения и выбрать лучший из них. В процессе поиска решения студенты используют свой опыт и полученные знания, применяют в учебной аудитории те способы, средства и критерии анализа, которые были приобретены ими в процессе предшествующего обучения. Этапы работы с кейсом: этап введения в кейс; анализ ситуации; этап презентации; этап общей дискуссии; этап подведения итогов.

*Критерии оценивания студентов:* Профессиональное, грамотное решение проблемы. Новизна и неординарность решения проблемы. Краткость и четкость изложения теоретической части решения проблемы. Качество графической части оформления решения проблемы. Этика ведения дискуссии. Активность работы всех членов микрогруппы. Штрафные баллы (нарушение правил ведения дискуссии, и т.д.).

Наилучшему усвоению материала способствуют: повышение сложности кейсов, визуализация данных, наличие текстовой информации, временная последовательность материала, тщательная проработка стратегии обсуждения, установление временных рамок в зависимости от сложности кейса, создание условий для коммуникации внутри микрогрупп, возможность высказывания собственного мнения, помощь преподавателя.

**Экзамен - промежуточная аттестация (контроль по окончании изучения учебной дисциплины или ее части).** Промежуточная аттестация в форме экзамена проводится в период зачетно-экзаменационной сессии в соответствии с расписанием. Студенты допускаются к сдаче экзамена при условии прохождения всех контрольных рубежей. Студенты заранее получают экзаменационные вопросы и задания.

**Экзаменационный билет** может включать в себя:

- три вопроса, из которых 2 вопроса - теоретические и 1 вопрос – задача или проблемная ситуация.

- 2 вопроса – оба из которых теоретические.

При оценке ответа обучающегося на вопрос билета преподаватель руководствуется следующими критериями:

- полнота и правильность ответа;
- степень осознанности, понимания изученного;
- правильность, способы и методы решения задачи или проблемной ситуации
- языковое оформление ответа.

Оценка **«отлично»** ставится, если обучающийся полно излагает изученный материал, обнаруживает понимание специфики вопроса, дает правильное определение основных понятий и категорий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры, самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно. Ответ не содержит фактические ошибки.

Оценка **«хорошо»** ставится за правильное и глубокое усвоение программного материала, однако в ответе допускаются неточности и незначительные ошибки, как в содержании, так и форме построения ответа.

Оценка **«удовлетворительно»** свидетельствует о том, что студент знает основные, существенные положения учебного материала, но не умеет их разъяснять, допускает отдельные ошибки и неточности в содержании знаний и форме построения ответа.

Оценка **«неудовлетворительно»** ставится, если студент обнаруживает незнание большей части материала, неверно отвечает на вопрос, даёт ответ, который содержательно не соотносится с поставленной задачей, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно излагает материал.

## **7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля).**

### ***Основная литература:***

1. Беликова И. П. Управление проектами: краткий курс лекций. Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет, 2014.  
Режим доступа: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=277473&sr=1](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=277473&sr=1)
2. Владимиров И. Ю., Корнилов Ю. К., Коровкин С. Ю. Современные теории мышления: учебное пособие - Москва|Берлин: Директ-Медиа, 2016.  
Режим доступа: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=441286](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=441286)
3. Сурова Н. Ю. Проектный менеджмент в социальной сфере и дизайн-мышление: учебное пособие - Москва: Юнити-Дана, 2015.  
Режим доступа: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=446441](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=446441)
4. Тарасова О. П. Организация проектной деятельности дизайнера: учебное пособие - Оренбург: Оренбургский государственный университет, 2013.  
Режим доступа: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=270309](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=270309)

### ***Дополнительная литература:***

1. Алексеев А. Г. Проектирование: предметный дизайн: учебное наглядное пособие - Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры, 2017  
Режим доступа: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=487646](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=487646)
2. Аньшин В. М., Алешин А. В., Багратиони К. А. Управление проектами: фундаментальный курс: учебник - Москва: Издательский дом Высшей школы экономики, 2013.  
Режим доступа: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=227270](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=227270)

3. Вылегжанина А. О. Организационный инструментарий управления проектом: учебное пособие. М., Берлин: Директ-Медиа, 2015.  
Режим доступа: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=275276&sr=1](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=275276&sr=1)
4. Горбовцов Г. Я. Системы управления проектом: учебное пособие. М.: Евразийский открытый институт, 2011.  
Режим доступа: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=93147&sr=1](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=93147&sr=1)

#### **8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), необходимых для освоения дисциплины (модуля).**

1. Biblioclub.ru – университетская библиотечная система online
2. Window.edu.ru – единое окно доступа к образовательным ресурсам
3. <http://netology.ru/> - «Нетология» — университет по подготовке и дополнительному обучению специалистов в области интернет-маркетинга, управления проектами, дизайна, проектирования интерфейсов и веб-разработки.
4. <https://www.cfin.ru/business-plan/> - База данных «Библиотека управления» - бизнес-планирование
5. <https://uisrussia.msu.ru/> - база данных и аналитических публикаций университетской информационной системы Россия
6. [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru) – справочно-правовая система Консультант Плюс
7. [www.aup.ru](http://www.aup.ru) - Административно-управленческий портал
8. [www.eur.ru](http://www.eur.ru) - Библиотека экономической и управленческой литературы
9. <http://xn--90agcbacgim.xn--p1ai/standart-iso-10668/> - международный стандарт ISO 10668 «Оценка бренда»
10. <http://www.brandz.com/> - база данных о мировых брендах. Она содержит данные от более чем 650 000 потребителей и специалистов в 31 стране. Сравнивает более 23 000 брендов. База данных используется для оценки бренда, и каждый год, начиная с 2006 года, используется для создания списка из 100 лучших мировых брендов.
11. <https://www.interbrand.com/> - сайт консалтингового агентства Interbrand - одного из мировых лидеров в области брендинга (ребрендинга, нейминга).
12. <http://www.popairussia.com/analytics/research> - база исследовательских данных ассоциации POPAI GLOBAL
13. <http://xn--90agcbacgim.xn--p1ai/> - сайт «Корпорация оценки бренда».
14. <http://www.4p.ru/main/cnews/> - Интернет-журнал «Маркетинг 4p.ru»
15. <https://www.esomar.org/knowledge-center/reports-publications> - база данных European Society of Marketing Research Professionals одной из самых крупных исследовательской ассоциации в области маркетинга

#### **9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).**

Продуктивность усвоения учебного материала во многом определяется интенсивностью и качеством самостоятельной работы студента. Самостоятельная работа предполагает формирование культуры умственного труда, самостоятельности и инициативы в поиске и приобретении знаний; закрепление знаний и навыков, полученных на всех видах учебных занятий; подготовку к предстоящим занятиям, экзаменам; выполнение контрольных работ.

Самостоятельный труд развивает такие качества, как организованность, дисциплинированность, волю, упорство в достижении поставленной цели, вырабатывает умение анализировать факты и явления, учит самостоятельному мышлению, что приводит к развитию и созданию собственного мнения, своих взглядов. Умение работать самостоятельно необходимо не только для успешного усвоения содержания учебной

программы, но и для дальнейшей творческой деятельности.

Основу самостоятельной работы студента составляет работа с учебной и научной литературой. Из опыта работы с книгой следует определенная последовательность действий, которой целесообразно придерживаться. Сначала прочитать весь текст в быстром темпе. Цель такого чтения заключается в том, чтобы создать общее представление об изучаемом. Затем прочитать вторично, более медленно, чтобы в ходе чтения понять и запомнить смысл каждой фразы, каждого положения и вопроса в целом.

Чтение приносит пользу и становится продуктивным, когда сопровождается записями. Это может быть составление плана прочитанного текста, тезисы или выписки, конспектирование и др. Выбор вида записи зависит от характера изучаемого материала и целей работы с ним. Если содержание материала несложное, легко усваиваемое, можно ограничиться составлением плана. Если материал содержит новую и трудно усваиваемую информацию, целесообразно его законспектировать.

Результаты конспектирования могут быть представлены в различных формах:

- **План** – это схема прочитанного материала, краткий (или подробный) перечень вопросов, отражающих структуру и последовательность материала. Подробно составленный план вполне заменяет конспект.
- **Конспект** – это систематизированное, логичное изложение материала источника. Различаются четыре типа конспектов.
- **План-конспект** – это развернутый детализированный план, в котором достаточно подробные записи приводятся по тем пунктам плана, которые нуждаются в пояснении.
- **Текстуальный конспект** – это воспроизведение наиболее важных положений и фактов источника.
- **Свободный конспект** – это четко и кратко сформулированные (изложенные) основные положения в результате глубокого осмысливания материала. В нем могут присутствовать выписки, цитаты, тезисы; часть материала может быть представлена планом.
- **Тематический конспект** – составляется на основе изучения ряда источников и дает более или менее исчерпывающий ответ по какой-то схеме (вопросу).

В процессе изучения материала источника, составления конспекта нужно обязательно применять различные выделения, подзаголовки, создавая блочную структуру конспекта. Это делает конспект легко воспринимаемым, удобным для работы.

Подготовка к практическому занятию включает 2 этапа:

Первый этап – организационный;

Второй этап - закрепление и углубление теоретических знаний.

На первом этапе студент планирует свою самостоятельную работу, которая включает:

- уяснение задания на самостоятельную работу;
- подбор рекомендованной литературы;
- составление плана работы, в котором определяются основные пункты предстоящей подготовки.

Составление плана дисциплинирует и повышает организованность в работе.

Второй этап включает непосредственную подготовку студента к занятию. Начинать надо с изучения рекомендованной литературы. Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В

процессе этой работы студент должен стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, а также разобраться в иллюстративном материале.

Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В процессе подготовки к занятиям рекомендуется взаимное обсуждение материала, во время которого закрепляются знания, а также приобретается практика в изложении и разъяснении полученных знаний, развивается речь.

При необходимости следует обращаться за консультацией к преподавателю. Идя на консультацию, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения.

#### **10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения.**

При осуществлении образовательного процесса по учебной дисциплине «Креативные технологии и управление творческим процессом» предполагается использование сети Интернет, стандартных компьютерных программ Microsoft Windows. Использование специального программного обеспечения или справочных систем данная рабочая программа не предусматривает.

##### **Лицензионное программное обеспечение:**

1. Kaspersky Endpoint Security KL4863RAPFQ (Договор: Tr000459686, срок действия с 06.02.2020 г. по 13.02.2021 г.);

2. Windows 10 Pro Professional (Договор: Tr000391618, срок действия с 20.02.2020 г. по 28.02.2023 г., Лицензия: V8732726);

3. Microsoft Office Professional Plus 2019 (Договор: Tr000391618, срок действия с 20.02.2020 г. по 28.02.2023 г., Лицензия: V8732726).

##### **Свободно распространяемое программное обеспечение:**

1. Браузер Google Chrome;

2. Архиватор 7-Zip;

3. Adobe Reader - программа для просмотра, печати и комментирования документов в формате PDF;

4. ZOOM - программа для организации видеоконференций;

5. Медиаплеер VLC.

#### **11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю).**

Учебные занятия проводятся в учебных аудиториях для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Данные аудитории, а также помещения для самостоятельной работы студентов, укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения.

Аудитории для проведения занятий лекционного типа оборудованы наборами демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий.

Аудитории для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой подключенной к сети «Интернет» и с обеспечением доступа в электронную



информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

Учебное помещение № I-65, для проведения лекционных, семинарских занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования.

Кабинет № 424 – 139,1 м<sup>2</sup>

**Оборудование:**

1. стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41;
2. проекционный экран;
3. колонки;
4. блок управления проекционным оборудованием;
5. персональный компьютер преподавателя (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i5-2100) - 1 шт. Компьютер подключен к сети «Интернет» и с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»;
6. столы - 36 шт.;
7. стулья – 71 шт..

**Лицензионное программное обеспечение:**

1. Kaspersky Endpoint Securit KL4863RAPFQ (Договор: Tr000459686, срок действия с 06.02.2020 г. по 13.02.2021 г.);
2. Windows 10 Pro Professional (Договор: Tr000391618, срок действия с 20.02.2020 г. по 28.02.2023 г., Лицензия: V8732726);
3. Microsoft Office Professional Plus 2019 (Договор: Tr000391618, срок действия с 20.02.2020 г. по 28.02.2023 г., Лицензия: V8732726).

**Свободно распространяемое программное обеспечение:**

1. Браузер Google Chrome;
2. Архиватор 7-Zip;
3. Adobe Reader - программа для просмотра, печати и комментирования документов в формате PDF;
4. ZOOM - программа для организации видеоконференций;
5. Медиаплеер VLC.

Учебное помещение № I-14, для проведения лекционных, семинарских занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования, самостоятельной работы обучающихся. Компьютерный класс / Лаборатория информационных технологий.

Кабинет № 404 – 61,2 м<sup>2</sup>

**Оборудование:**

1. стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41;
2. проекционный экран;
3. колонки;
4. блок управления проекционным оборудованием;
5. персональный компьютер преподавателя (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i5-2100) - 1 шт.;
6. персональные компьютеры - 27 шт.;

Все компьютеры подключены к сети «Интернет» и с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

7. столы - 14 шт.;
8. стулья – 28 шт..

**Лицензионное программное обеспечение:**

1. Kaspersky Endpoint Security KL4863RAPFQ (Договор: Tr000459686, срок действия с 06.02.2020 г. по 13.02.2021 г.);

2. Windows 10 Pro Professional (Договор: Tr000391618, срок действия с 20.02.2020 г. по 28.02.2023 г., Лицензия: V8732726);

3. Microsoft Office Professional Plus 2019 (Договор: Tr000391618, срок действия с 20.02.2020 г. по 28.02.2023 г., Лицензия: V8732726).

**Свободно распространяемое программное обеспечение:**

1. Браузер Google Chrome;

2. Архиватор 7-Zip;

3. Adobe Reader - программа для просмотра, печати и комментирования документов в формате PDF;

4. ZOOM - программа для организации видеоконференций;

5. Медиаплеер VLC.