

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Юров Сергей Серафимович Автономная некоммерческая организация высшего образования

Должность: ректор

Дата подписания: 20.09.2022 11:57:23

Уникальный программный ключ:

3cba11a39f7f7fad578ee5ed1f72a427b45709d10da52f2f114bf9bf44b8f14

“ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА”

ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ



УТВЕРЖДАЮ

Ректор  С.С. Юров

«14» апреля 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.09 «КРЕАТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В УПРАВЛЕНИИ ТВОРЧЕСКИМ ПРОЦЕССОМ»

Для направления подготовки:

54.03.01 Дизайн

(уровень бакалавриата)

Тип задач профессиональной деятельности:

организационно-управленческий

Направленность (профиль):

«Менеджмент в дизайн-бизнесе»


Форма обучения:

очная

Москва – 2022

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

«01» марта 2022 г.


_____ /В.С. Матюшкин /
(подпись)

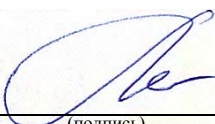
Рабочая программа разработана в соответствии с ФГОС ВО 54.03.01 Дизайн (уровень бакалавриата), утв. Приказом Министерства образования и науки РФ №1015 от 13.08.2020г.

СОГЛАСОВАНО:

Декан ФУБ


_____ /Н.Е. Козырева /
(подпись)

Заведующий кафедрой разработчика РПД


_____ /Е.С. Мальцева /
(подпись)

Протокол заседания кафедры № 8 от «04» марта 2022 г.

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Задачи:

- 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. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

2.1. Место дисциплины в учебном плане:

Блок: Блок 1. Дисциплины (модули).

Часть: Часть, формируемая участниками образовательных отношений.

Осваивается: 4 семестр.

3. КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-1 - осуществление управленческой деятельности и руководство бизнес-процессами организации

4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ОБУЧАЮЩИМСЯ

| Код и наименование компетенции | Индикаторы достижения компетенции | Результаты обучения |
|--|--|---|
| ПК-1 Осуществление управленческой деятельности и руководство бизнес-процессами организации | ПК-1.1. Способность использовать теории мотивации, лидерства и методы разрешения конфликтных ситуаций в процессе создания, оптимизации и руководства деятельностью и | Знает: теории мотивации, лидерства и методы разрешения конфликтных ситуаций в процессе создания, оптимизации и руководства деятельностью и бизнес-процессами в организации Умеет: использовать теории мотивации, лидерства и методы разрешения конфликтных ситуаций в процессе создания, оптимизации и руководства деятельностью и бизнес-процессами в |

| | | |
|--|--|---|
| | бизнес-процессами в организации | организации Владеет: навыком использования при осуществлении профессиональной деятельности теории мотивации, лидерства и методы разрешения конфликтных ситуаций в процессе создания, оптимизации и руководства деятельностью и бизнес-процессами в организации |
| | ПК-1.5. Применение знаний, навыков, практических инструментов и техник при выполнении проектной деятельности для достижения требований проекта и запланированных результатов | Знает: практические инструменты и техники, необходимые для достижения требований проекта и запланированных результатов Умеет: применять знания, навыки, практические инструменты и техники при выполнении проектной деятельности для достижения требований проекта и запланированных результатов Владеет: навыком применения, при выполнении проектной деятельности, практических инструментов и техник, необходимых для достижения требований проекта и запланированных результатов |

5. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ВИДОВ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ ПО СЕМЕСТРАМ

Общая трудоемкость дисциплины «Креативные технологии в управлении творческим процессом» для студентов очной формы обучения, реализуемой в АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн составляет: 3 зачетные единицы (108 часов).

| Вид учебной работы | Всего число часов и (или) зачетных единиц |
|----------------------------------|---|
| Аудиторные занятия | 36 |
| <i>в том числе:</i> | |
| Лекции | 18 |
| Практические занятия | 18 |
| Лабораторные работы | - |
| Самостоятельная работа | 45 |
| <i>в том числе:</i> | |
| часы на выполнение КР / КП | - |
| Промежуточная аттестация: | |
| Вид | Экзамен – 4 семестр |
| Трудоемкость (час.) | 27 |
| Общая трудоемкость з.е. / | 3 з.е. / 108 час. |

| | |
|--------------------|--|
| Вид учебной работы | Всего число часов и (или) зачетных единиц |
| часов | |

6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

| Темы дисциплины | | Количество часов | | | |
|-----------------------------|--|------------------|----------------------|---------------------|------------------------------------|
| № | Наименование | Лекции | Практические занятия | Лабораторные работы | Самост. работа (в т.ч. КР / КП) |
| | | | | | |
| 2 | Технологии создания креативной концепции | 3 | 3 | - | 8 |
| 3 | Вербальные креативные решения | 3 | 3 | - | 7 |
| 4 | Визуальные креативные решения | 3 | 3 | - | 7 |
| 5 | Виды креативных стратегий | 3 | 3 | - | 8 |
| 6 | Управление творческим процессом | 3 | 3 | - | 8 |
| Итого (часов) | | 18 | 18 | - | 45 |
| Форма контроля: | | экзамен | | | 27 |
| Всего по дисциплине: | | 108 / 3 з.е. | | | |

СОДЕРЖАНИЕ ТЕМ 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 McCann-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.

7. ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ

Курсовая работа не предусмотрена

8. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ: Приложение 1.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:

9.1. Рекомендуемая 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
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
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
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
5. 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

6. 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
7. 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
8. 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

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

При осуществлении образовательного процесса по данной учебной дисциплине предполагается использование:

Лицензионное программное обеспечение:

1. Kaspersky Endpoint Security KL4863RAPFQ (Договор: Tr000583293, срок действия по 16.02.2022 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

9.3. Перечень современных профессиональных баз данных, информационных справочных систем и ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. <https://biblioclub.ru/> - университетская библиотечная система online Библиоклуб.ру
2. <http://window.edu.ru/> - единое окно доступа к образовательным ресурсам
3. <https://uisrussia.msu.ru/> - базы данных и аналитических публикаций университетской информационной системы Россия
4. <https://www.elibrary.ru/> - электронно-библиотечная система eLIBRARY.RU, крупнейшая в России электронная библиотека научных публикаций
5. <http://www.consultant.ru/> - справочная правовая система КонсультантПлюс
6. <https://gufo.me/> - справочная база энциклопедий и словарей Gufo.me
7. <https://slovaronline.com> - поисковая система по всем доступным словарям и энциклопедиям

8. <https://www.tandfonline.com/> - коллекция журналов Taylor&Francis Group включает в себя около двух тысяч журналов и более 4,5 млн. статей по различным областям знаний
9. <http://netology.ru/> - «Нетология» — университет по подготовке и дополнительному обучению специалистов в области интернет-маркетинга, управления проектами, дизайна, проектирования интерфейсов и веб-разработки.
10. <https://www.cfin.ru/business-plan/> - База данных «Библиотека управления» - бизнес-планирование
11. <https://uisrussia.msu.ru/> - база данных и аналитических публикаций университетской информационной системы Россия
12. www.consultant.ru – справочно-правовая система Консультант Плюс
13. www.aup.ru - Административно-управленческий портал
14. www.eur.ru - Библиотека экономической и управленческой литературы
15. <http://xn--90agcbacgim.xn--p1ai/standart-iso-10668/> - международный стандарт ISO 10668 «Оценка бренда»
16. <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.
17. <https://www.interbrand.com/> - сайт консалтингового агентства Interbrand - одного из мировых лидеров в области брендинга (ребрендинга, нейминга).
18. <http://www.popairussia.com/analytics/research> - база исследовательских данных ассоциации POPAI GLOBAL
19. <http://xn--90agcbacgim.xn--p1ai/> - сайт «Корпорация оценки бренда».
20. <http://www.4p.ru/main/cnews/> - Интернет-журнал «Маркетинг 4p.ru»
21. <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

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Оборудованные учебные аудитории, в том числе с использованием видеопроектора и подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.
2. Аудитории для самостоятельной работы с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.
3. Компьютерный класс с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.
4. Аудио и видеоаппаратура.
5. Учебно-наглядное оборудование.

№ 424

Учебная аудитория для проведения учебных занятий. Аудитория оснащена оборудованием и техническими средствами обучения:

- а) учебной мебелью: столы, стулья, доска маркерная учебная
- б) стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41, экран, колонки.
- в) 1 компьютер, подключенный к сети «Интернет», с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»

№ 402

Помещение для самостоятельной работы. Аудитория оснащена оборудованием и техническими средствами обучения:

а) учебной мебелью: столы, стулья, доска маркерная учебная

б) стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41, экран, колонки.

в) 11 компьютеров, подключенных к сети «Интернет», с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»

11. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

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 (текстом) 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 (не запоминать, а понять общий смысл прочитанного). 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.

В начале занятия студенты под руководством преподавателя более глубоко осмысливают теоретические положения по теме занятия, пытаются применить эти знания при выполнении творческих работ, серий эскизов. В процессе обсуждения ошибок и удачных вариантов разработанных серий эскизов, вырабатывается уверенность в умении правильно использовать приобретенные знания для решения практических задач.

Методические рекомендации для обучающихся с ОВЗ и инвалидов по освоению дисциплины

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья имеют возможность изучать дисциплину по индивидуальному плану, согласованному с преподавателем и деканатом.

Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения.

При освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья по индивидуальному плану предполагаются: изучение дисциплины с использованием информационных средств; индивидуальные консультации с преподавателем (разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала), индивидуальная самостоятельная работа.

В процессе обучения студентам из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья информация предоставляется в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа (с возможностью увеличения шрифта).

В случае необходимости информация может быть представлена в форме аудиофайла.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

Индивидуальные консультации с преподавателем проводятся по отдельному расписанию, утвержденному заведующим кафедрой (в соответствии с индивидуальным графиком занятий обучающегося).

Индивидуальная самостоятельная работа обучающихся проводится в соответствии с рабочей программой дисциплины и индивидуальным графиком занятий.

Текущий контроль по дисциплине осуществляется в соответствии с фондом оценочных средств, в формах адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации обучающихся.

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА»

Факультет управления бизнесом
Кафедра менеджмента и маркетинга

Фонд оценочных средств

Текущего контроля и промежуточной аттестации
по дисциплине (модулю)

**Б1.В.09 «КРЕАТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В
УПРАВЛЕНИИ ТВОРЧЕСКИМ ПРОЦЕССОМ»**

Для направления подготовки:

54.03.01 Дизайн

(уровень бакалавриата)

Тип задач профессиональной деятельности:

организационно-управленческий

Направленность (профиль):

«Менеджмент в дизайн-бизнесе»

Форма обучения:

очная

Москва – 2022

Результаты обучения по дисциплине

| Код и наименование компетенции | Индикаторы достижения компетенции | Результаты обучения |
|--|--|--|
| ПК-1 Осуществление управленческой деятельности и руководство бизнес-процессами организации | ПК-1.1. Способность использовать теории мотивации, лидерства и методы разрешения конфликтных ситуаций в процессе создания, оптимизации и руководства деятельностью и бизнес-процессами в организации | Знает: теории мотивации, лидерства и методы разрешения конфликтных ситуаций в процессе создания, оптимизации и руководства деятельностью и бизнес-процессами в организации Умеет: использовать теории мотивации, лидерства и методы разрешения конфликтных ситуаций в процессе создания, оптимизации и руководства деятельностью и бизнес-процессами в организации Владеет: навыком использования при осуществлении профессиональной деятельности теории мотивации, лидерства и методы разрешения конфликтных ситуаций в процессе создания, оптимизации и руководства деятельностью и бизнес-процессами в организации |
| | ПК-1.5. Применение знаний, навыков, практических инструментов и техник при выполнении проектной деятельности для достижения требований проекта и запланированных результатов | Знает: практические инструменты и техники, необходимые для достижения требований проекта и запланированных результатов Умеет: применять знания, навыки, практические инструменты и техники при выполнении проектной деятельности для достижения требований проекта и запланированных результатов Владеет: навыком применения, при выполнении проектной деятельности, практических инструментов и техник, необходимых для достижения требований проекта и запланированных результатов |

Показатели оценивания результатов обучения

| Шкала оценивания | | | |
|--|---|---|--|
| неудовлетворительно | удовлетворительно | хорошо | отлично |
| Не знает: теории мотивации, лидерства и методы разрешения конфликтных ситуаций в | В целом знает: теории мотивации, лидерства и методы разрешения конфликтных ситуаций | Знает: теории мотивации, лидерства и методы разрешения конфликтных ситуаций в | Знает: теории мотивации, лидерства и методы разрешения конфликтных |

| | | | |
|--|---|---|--|
| инструментов и техник, необходимых для достижения требований проекта и запланированных результатов | В целом владеет: навыком применения, при выполнении проектной деятельности, практических инструментов и техник, необходимых для достижения требований проекта и запланированных результатов, но часто испытывает затруднения | проектной деятельности, практических инструментов и техник, необходимых для достижения требований проекта и запланированных результатов, но иногда испытывает затруднения | навыком применения, при выполнении проектной деятельности, практических инструментов и техник, необходимых для достижения требований проекта и запланированных результатов |
|--|---|---|--|

Оценочные средства

Задания для текущего контроля

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 ведёт 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 формируется следующим образом:

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

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 кейса проводится матричным методом:

| Критерии оценки | БАЛЛЫ |
|-----------------------------|-------------|
| Ясность, четкость изложения | 0-5 баллов |
| Аргументированность выводов | 0-5 баллов |
| Креативность подходов | 0-5 баллов |
| Качество выполнения задания | 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 кейс-стади формируется следующим образом:

- оценка «отлично» - 16 - 20 баллов;
- оценка «хорошо» - 11 - 15 баллов;
- оценка «удовлетворительно» - 6 - 10 баллов;

- оценка «неудовлетворительно» - 0 - 5 баллов.

Промежуточная аттестация

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.

Критерии оценки при проведении промежуточной аттестации

| 4-балльная шкала (экзамен, зачет с оценкой) | Двух- балльная шкала (зачет) | Показатели | Критерии |
|---|---------------------------------------|------------|-------------------------------|
| Отлично | зачтено | 1. Полнота | глубокое знание теоретической |

| | | | |
|---------------------|------------|--|---|
| | | ответов на вопросы и выполнения задания. | части темы, умение проиллюстрировать изложенное примерами, полный ответ на вопросы |
| Хорошо | | 2. Аргументированность выводов. | глубокое знание теоретических вопросов, ответы на вопросы преподавателя, но допущены незначительные ошибки |
| Удовлетворительно | | 3. Умение перевести теоретические знания в практическую плоскость. | знание структуры основного учебно-программного материала, основных положений теории при наличии существенных пробелов в деталях, затруднения при практическом применении теории, существенные ошибки при ответах на вопросы преподавателя |
| Неудовлетворительно | Не зачтено | | существенные пробелы в знаниях основных положений теории, не владение терминологией, основными методиками, не способность формулировать свои мысли, применять на практике теоретические положения, отвечать на вопросы преподавателя |

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

ФОС для проведения промежуточной аттестации одобрен на заседании кафедры менеджмента и маркетинга (протокол № 1 от 25.08.2021 г.).