

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Юров Сергей Серафимович Автономная некоммерческая организация высшего образования

Должность: ректор

Дата подписания: 28.11.2024 17:51:59

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.



(подпись) /В.С. Матюшкин /

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.

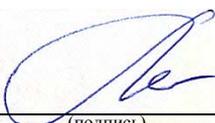
СОГЛАСОВАНО:

Декан ФУБ



(подпись) /Н.Е. Козырева /

Заведующий кафедрой разработчика РПД



(подпись) /Е.С. Мальцева /

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 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 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.).