

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.О.20 Теория и практика креативной деятельности

наименование дисциплины (модуля) в соответствии с учебным планом

Направление подготовки / специальность

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль)

42.03.01.31 Рекламный маркетинг

Форма обучения

очная

Год набора

2023

Красноярск 2023

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Программу составили _____

Е.А. Рукавицына

должность, инициалы, фамилия

1 Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель преподавания дисциплины

Цель преподавания дисциплины «Теория и практика креативной деятельности» связана с необходимостью формирования у будущих выпускников навыков по созданию и презентации креативного продукта и призвана сформировать у обучающегося представление о креативных подходах в любом виде и сфере деятельности, а также дать ряд навыков самостоятельной деятельности в сфере генерации идей и смыслов творчества. Содержание дисциплины позволит обучающемуся приобрести компетенции в области создания и транслирования идей, которые он сможет успешно реализовать в своей профессиональной и социальной деятельности.

1.2 Задачи изучения дисциплины

связаны с задачами профессиональной деятельности и заключаются в том, чтобы:

- сформировать готовность к использованию собственного творческого потенциала и творческого потенциала окружающих с целью продуцирования креативных идей в сфере проектирования и реализации рекламной и PR кампаний, неожиданных, но релевантных современному обществу;
- сформировать способность к выработке и реализации нестандартных, креативных решений в профессиональной сфере;
- сформировать способность к анализу и синтезу, научным обобщениям, выводам и аргументированию соображений, выдвижению новых идей в рамках создания и реализации креативных предложений, инновационных программ и проектов в профессиональной сфере.
- научиться применять специфику реализации креативного и стратегического подходов в рекламной деятельности; применять методы и способы активизации креативного мышления в профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью;
- владеть способностью решать проблемы рекламного креатива в процессе создания коммуникационных продуктов.

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

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения по дисциплине
ОПК-3: Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	
ОПК-3.1: Знать специфику реализации креативного и стратегического подходов в рекламной деятельности	

ОПК-3.2: Применять методы и	
способы активизации креативного мышления в профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью	
ОПК-3.3: Осуществлять анализ, экспертную оценку и консультирование коммуникационных продуктов	
ОПК-3.5: Оценивать эстетические аспекты результатов коммуникационных продуктов	
ОПК-3.6: Решать проблемы рекламного креатива в процессе создания коммуникационных продуктов	
ОПК-5: Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	
ОПК-5.7: Владеть методами эффективного конструирования процесса взаимодействия брендинговой и креативной деятельности в экономическом пространстве окружающего социума	
УК-6: Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	
УК-6.2: Определяет цели собственной деятельности, планирует карьеру с учетом собственных ресурсов, внешних условий и средств	

1.4 Особенности реализации дисциплины

Язык реализации дисциплины: Русский.

Дисциплина (модуль) реализуется с применением ЭО и ДОТ

URL-адрес и название электронного обучающего курса: <https://e.sfu-kras.ru/course/view.php?id=877> .

2. Объем дисциплины (модуля)

Вид учебной работы	Всего, зачетных единиц (акад. час)	е
		1
Контактная работа с преподавателем:	1,78 (64)	
занятия лекционного типа	0,89 (32)	
практические занятия	0,89 (32)	
Самостоятельная работа обучающихся:	2,22 (80)	
курсовое проектирование (КП)	Нет	
курсовая работа (КР)	Нет	

3 Содержание дисциплины (модуля)

3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

		Контактная работа, ак. час.							
№ п/п	Модули, темы (разделы) дисциплины	Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				Самостоятельная работа, ак. час.	
				Семинары и/или Практические занятия		Лабораторные работы и/или Практикумы			
		Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС
1. Креатив как научная проблема современного общества									
	1. Креатив как новая реальность современности. Особенности инновационного процесса в контексте креативности. Художественное творчество, научно-технические и социальные инновации: общее и особенное. Соотношение понятий: творчество и креативность. Субъекты креативного процесса. Креатив как вид воспроизводства человеческой деятельности	10							
	2. Язык смыслообразования: слово, метафора, наглядный образ. Объект-модель формирования социальных смыслов: архетипы, мифологемы, этно-социальные мифологии. Субъект-модель формирования смыслов: личностное освоение, изобретение и творение смыслов. Субъекты креативного процесса. Атрибутивные характеристики креативного класса в России.			10					
2. Формирование									

<p>1. Креативное мышление основные направления исследования. Структура и особенности креативного мышления Основные подходы к формированию креативного мышления. Основные факторы формирования креативности 2. Креативные способности современного человека. Методы и методики генерации креативных идей. Сценарно-режиссерские основы продуктов рекламной деятельности.</p>	12							
<p>2. Аналитические методы «выпаривания» идей: фокус-группа как инструмент поиска и отбора. «Синтетические» методы активизации поиска идей и создания новых значимых форматов: мозговая атака, синектический штурм, метод Уолта Диснея, метод «Золотая рыбка» и т.д. Моделирование как креативная способность.</p>			12					
3. Гуманитарные реалии XXI века и организация креативной среды								
<p>1. Креатив как системный фактор экономики XXI века и новые параметры современного рынка труда. Инвестиции в креативность: опыт корпоративной политики в управлении креативностью. Креатив как новый подход к пониманию культуры и культурные стратегии современного общества. Теория «креативных городов» и муниципальные функции организации креативной среды. Креативные индустрии модели развития</p>	10							

2. Креатив как новый подход к пониманию культуры и культурные стратегии современного мира. Творческий кластер как способ сохранения индустриального наследия. Практическое руководство по разработке проекта креативного кластера			10					
3.							80	
Всего	32		32				80	

4 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

4.1 Печатные и электронные издания:

1. Карлова О. А., Ноздренко Е. А., Пантелеева И. А., Карлов И. А. Теория и практика креативной деятельности: учеб. пособие для студ. вузов по напр. 031600 "Реклама и связи с общественностью"(Красноярск: СФУ).
2. Набокова Л.С. Теория и практика креативной деятельности: [учеб-метод. материалы к изучению дисциплины для ...42.03.01.01 Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере, 51.03.03.01 Менеджмент социально-культурной деятельности](Красноярск: СФУ).
3. Андреева Г. М., Донцов А. И. Социальная психология в современном мире: учебное пособие для вузов по направлению и специальности "Психология"(Москва: Аспект Пресс).
4. Альтшуллер Г. С., Дюнин А. К. Найти идею. Введение в теорию решения изобретательских задач(Новосибирск: Наука, Сиб. отд-ние).
5. Арнхейм Р. Динамика архитектурных форм(Москва: Стройиздат).
6. Антонов А. В. Системный анализ: учебник(Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М").

4.2 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства (программное обеспечение, на которое университет имеет лицензию, а также свободно распространяемое программное обеспечение):

1. Windows 10; 11
2. Winrar или Winzip
3. Ms.Office 10
4. Adobe Photoshop
5. Corel Draw

4.3 Интернет-ресурсы, включая профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Обучающимся обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам:
2. GallupMedia в России – Режим доступа: <http://www.gallup.ru> - официальный сайт исследовательской компании.
3. ВЦИОМ – Режим доступа: <http://wciom.ru>
4. Исследовательское агентство «Комкон-2» – Режим доступа: <http://www.comcon2.com>
5. Левада-Центр – Режим доступа: <http://www.levada.ru>
6. Сайт известного в России мониторингового агентства – Режим доступа: <http://www.monitoring.ru>

7. □ Эффективная и функциональная бесплатная система сбора статистических данных для владельцев сайтов по более чем 600 параметрам – Режим доступа: <http://www.spylog.ru>

5 Фонд оценочных средств

Оценочные средства находятся в приложении к рабочим программам дисциплин.

6 Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Университет располагает учебными аудиториями для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещениями для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Аудитории укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционной типа университет располагает демонстрационным оборудованием и учебно-наглядными пособиями, обеспечивающими тематические иллюстрации, соответствующим рабочим учебным программам дисциплин (модулей).

Каждый обучающийся обеспечен доступом к электронной библиотеке СФУ. Библиотечный фонд укомплектован в соответствии с требованиями ФГОС ВО. В образовательном процессе используются информационные ресурсы и базы данных, электронные мультимедийные комплексы, учебники и учебные пособия, активные и практико-ориентированные методы и технологии обучения. Обеспечен стопроцентный доступ к электронной библиотечной системе. Электронно-библиотечная система (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная среда СФУ предоставляет возможность индивидуального доступа для каждого обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет, как на территории образовательной организации, так и вне ее.

В распоряжении обучающихся имеются учебные аудитории, оборудованные стационарным мультимедийным оборудованием, электронными досками; компьютерные классы на 20 мест, объединенных в локальную сеть, подключенный к Internet. Обучающиеся имеют возможность оперативно обмениваться информацией с отечественными и зарубежными вузами, а также, используя электронную систему электронных образовательных ресурсов СФУ на базе Moodle, обучаться в удаленном режиме.

Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья в зависимости от нозологий, осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения