

Министерство науки и высшего образования РФ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

**СОГЛАСОВАНО**

Заведующий кафедрой

**Кафедра рекламы и социально-  
культурной деятельности  
(РСКД\_ФИиК)**

наименование кафедры

подпись, инициалы, фамилия

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

институт, реализующий ОП ВО

**УТВЕРЖДАЮ**

Заведующий кафедрой

**Кафедра рекламы и социально-  
культурной деятельности  
(РСКД\_ФИиК)**

наименование кафедры

**Е.А. Ноздренко**

подпись, инициалы, фамилия

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

институт, реализующий дисциплину

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА  
КРЕАТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Дисциплина Б1.О.15 Теория и практика креативной деятельности

Направление подготовки /  
специальность

Направленность  
(профиль)

Форма обучения

очная

Год набора

2020

Красноярск 2021

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования с учетом профессиональных стандартов по укрупненной группе

510000 «КУЛЬТУРОВЕДЕНИЕ И СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ПРОЕКТЫ»

Направление подготовки /специальность (профиль/специализация)

51.03.03 Социально-культурная деятельность. Профиль 51.03.03.31

Менеджмент социально-культурной деятельности

Программу  
составили \_\_\_\_\_

## **1 Цели и задачи изучения дисциплины**

### **1.1 Цель преподавания дисциплины**

Учебная дисциплина «Теория и практика креативной деятельности» предназначена для знакомства обучающихся с возможными форматами и стратегическими векторами создания новых значимых форм, идей, смыслов в области профессиональной деятельности, соответствующими социокультурно-компетентному обществу с высоким уровнем эффективности.

Цель преподавания дисциплины связана с необходимостью формирования навыков стратегического мышления в области проектирования, создания, реализации и презентации креативного продукта и призвана сформировать у обучающегося представление о креативных подходах в профессиональной деятельности, а также дать ряд навыков самостоятельной деятельности в сфере генерации идей и смысловотворчества.

### **1.2 Задачи изучения дисциплины**

Основные задачи учебной дисциплины:

- 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 навык по осуществлению деятельности в области планирования, прогнозирования, составления программ, создания и презентации материалов прогнозно-аналитического характера в профессиональной сфере;
- сформировать способность по осуществлению экспертной оценки и консультирования по вопросам качества планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью;
- 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.

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

<b>ОПК-1:Способен применять полученные знания в области культуроведения и социокультурного проектирования в профессиональной деятельности и социальной практике;</b>
<b>ОПК-1.1:Знать: основы культуроведения; принципы, методики и технологии социокультурного проектирования; основные концепции библиотеки как социокультурного учреждения; маркетинговые методы изучения социокультурных потребностей различных групп населения</b>
<b>ОПК-1.2:Уметь: собирать информацию с обращением к различным источникам, анализировать информацию; структурировать информацию; критически оценивать эффективность методов современной науки в конкретной исследовательской и социально-практической деятельности; высказывать суждение о целесообразности применения культурологических знаний в профессиональной деятельности и социальной практике</b>
<b>ОПК-1.3:Владеть: навыками применения исследовательских и проектных методов в профессиональной сфере; навыками сбора, обработки, анализа и обобщения информации о приоритетных направлениях развития социокультурной сферы и отдельных отраслей культуры</b>

#### 1.4 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Теория и практика креативной деятельности» реализуется в 6 семестре и относится к обязательным дисциплинам блока Б1 учебного плана.

Базовыми для реализации данной учебной дисциплины являются: культуроведение, арт-менеджмент, самоменеджмент, социальная и культурная антропология.

Для освоения учебной дисциплины, студенты должны владеть следующими знаниями и компетенциями:

- знать основные научные подходы, концепции дискурс и проблематику указанных дисциплин;
- владеть основным терминологическим аппаратом указанных дисциплин;
- уметь анализировать и сопоставлять различные теоретические подходы к проблеме;
- уметь находить эмпирические аналоги теоретических концептов, иллюстрировать различные теоретические проблемы примерами из жизни индивидов и организаций.

Данная учебная дисциплина является базовой для следующих дисциплин: имиджелогия, брендинг, научно-исследовательская работа

#### 1.5 Особенности реализации дисциплины Язык реализации дисциплины Русский.

Дисциплина (модуль) реализуется без применения ЭО и ДОТ.

## 2. Объем дисциплины (модуля)

Вид учебной работы	Всего, зачетных единиц (акад. час)	Семестр	
		5	6
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	<b>5 (180)</b>	<b>2 (72)</b>	<b>3 (108)</b>
<b>Контактная работа с преподавателем:</b>	<b>3,42 (123)</b>	<b>1,42 (51)</b>	<b>2 (72)</b>
занятия лекционного типа	1,47 (53)	0,47 (17)	1 (36)
занятия семинарского типа			
в том числе: семинары			
практические занятия	1,94 (70)	0,94 (34)	1 (36)
практикумы			
лабораторные работы			
другие виды контактной работы			
в том числе: групповые консультации			
индивидуальные консультации			
иная внеаудиторная контактная работа:			
групповые занятия			
индивидуальные занятия			
<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>	<b>1,58 (57)</b>	<b>0,58 (21)</b>	<b>1 (36)</b>
изучение теоретического курса (ТО)			
расчетно-графические задания, задачи (РГЗ)			
реферат, эссе (Р)			
курсовое проектирование (КП)	Нет	Нет	Нет
курсовая работа (КР)	Нет	Нет	Нет
<b>Промежуточная аттестация (Зачёт)</b>			

### 3 Содержание дисциплины (модуля)

#### 3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

№ п/п	Модули, темы (разделы) дисциплины	Занятия лекционного типа (акад. час)	Занятия семинарского типа		Самостоятельная работа, (акад. час)	Формируемые компетенции
			Семинары и/или Практические занятия (акад. час)	Лабораторные работы и/или Практикумы (акад. час)		
1	2	3	4	5	6	7
1	Креатив как научная проблема современно общества	20	37	0	21	
2	Формирование креативного мышления	15	15	0	0	
3	Гуманитарные реалии XXI века и организация	18	18	0	36	
Всего		53	70	0	57	

#### 3.2 Занятия лекционного типа

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме

1	1	<p>Аспекты исследования понятий «креатив», «креативность». Соотношение объемов понятий «творчество», «креатив», «инновации». Синонимичность понятий «креатив» и «творчество» в психологических методиках, рекламных концептах, общих подходах к социально-экономическим процессам современности. Особенности в понимании «креатива» и «творчества» в области художественной и духовной традиции. Креатив как системный процесс: изначальная цель, сформулированные задачи; детально разработанная технология достижения эффективного результата. Творчество как высшая ступень креатива. Креативность жизни современного человека. Р. Флорида о современной креативной экономике и «креативном классе». Ч. Лэндри о креативных городах и креативной среде. Креативность как способность любого человека к созданию новых идей и форм: интерактивный компонент занятия. Креативность как характеристика профессионала в любой сфере деятельности. Творчество и креатив как составляющие инновационного процесса. Субъекты творчества (творец) и креатива (личность, сообщество.</p>	5	0	0
---	---	--	---	---	---

2	1	<p>Понятие «смысл».</p> <p>Соотношение объемов понятий «знак», «смысл» и «значение».</p> <p>Смыслообразование в широком аспекте как выражение коллективного опыта культуры и ее системообразующее начало. Процесс смыслообразования в контексте социального познания и образование новых мифов.</p> <p>Актуальная бытующая система культурных смыслов как объект-модель культурного мифа, система присвоения социальных смыслов активно познающим субъектом как субъект-модель культурного мифа.</p> <p>Двойственность феномена языка: объект-язык и субъект-язык в социальной коммуникации. Слово, метафора, наглядный образ как структурные элементы процесса смыслообразования: интерактивный компонент занятия.</p> <p>Двуединная сущность слова как «осколка» национального мифа.</p> <p>Метафора в концепции смыслопостроения: экономный поиск истины, определение предмета и явления через иное. Х.Ортега-и-Гассет об «уравнивании неравного». Гегелевская теория отражения и синтетическая концепция идеального: способность мозга отражать родовой образ предметов и явлений и оперировать им «в чистом виде».</p> <p>Наглядный образ как единство рационального</p>	4	0	0
---	---	---	---	---	---



3	1	4	0	0
---	---	---	---	---

Конструкт-модель формирования смыслов: современные социальные технологии (имидж, реклама, связи с общественностью, политические технологии, социально-культурное проектирование). Субъект-модель формирования смыслов как процесс социализации. Ступени организации формирования культурных смыслов: открытие, изобретение, творение смыслов. Возможности деформирования и разрушения смыслов в процессе развития актуальной социально-культурной мифологии. Характеристики смыслового кода активного воспринимающего субъекта: интерактивный компонент занятия. Конструкт-модель формирования смыслов. Имидж и реклама как конструкт-модель формирования смыслов: соотношение рационального и эмоционального, объективного и субъективного. Реклама и имидж. Этапы креативной деятельности по конструированию смыслов. Средства массовой информации как субъект современного смыслопостроения, выявление объект-языка электронных СМИ в<sup>9</sup> соотношении его элементов с продуцируемыми смыслами:

4	1	<p>Понятия «творчество», «творческий процесс», «научное открытие», «конструирование», «социальная инновация».</p> <p>Художественное творчество как процесс игрового отношения человека и Абсолютного начала через взаимодействие художника и художественного материала. Мотивация художественного творчества.</p> <p>Соотношение иррационального и рационального в диалоге художника и художественного материала. Анимизм как ключевая характеристика диалога художника и художественного материала. Язык отношения художника и художественного материала: синтез объект-языка и субъект языка. Результат отношения художника и художественного материала – художественное творение как «вещь-в-себе». Техническое творчество: синтез креативности и когнитивности. Два типа мышления в научно-техническом творчестве: дивергентное и конвергентное. Схема создания творческого продукта. «Плюсы» и «минусы» интеллекта: интерактивный компонент занятия. Научно-техническое<sup>10</sup> творчество как лично значимый процесс. Виды научно-технического</p>	4	0	0
---	---	---	---	---	---

5	1	<p>Субъекты креативного процесса: креативная личность, «креативный класс». Характеристики представителей креативного класса. Структура креативного класса. «Суперактивное ядро» креативного класса: ученые, художники, архитекторы, актеры, писатели. Сферы приложения креативных способностей суперактивного ядра. «Креативные специалисты». Сферы приложения возможностей креативных специалистов. Институциональная и внеинституциональная формы проявления креативности. Субъекты креативного процесса: личность, группа креативщиков, организация, занимающаяся разработкой креативного продукта. Ценности креативного класса: индивидуальность, меритократия, открытость и разнообразие. Сети неформальной коммуникации: роли человека в коммуникативной среде как креативный опыт. Социальные сети «интересного». Качества «интересного»: нетривиальность, непознанность, неочевидность и др. Момент возникновения «интересного»: <sup>11</sup> интерактивный компонент занятия. «Интересное» как редкое. «Интересное»</p>	3	0	0
---	---	---	---	---	---

6	2	<p>Этапы и факторы креативного процесса: когнитивное и креативное, сознательное и бессознательное. Существующие подходы к рассмотрению понятия «творческое мышление», «креативное мышление».</p> <p>Эмоционально-чувственный компонент – условие развития креативного мышления. Познавательный (рационально-логический) компонент как элемент творческого мышления. Сознательный и бессознательный компоненты креативного мышления, соотношение аналитической деятельности и инсайта. Роль критического мышления в стимулировании креативности: интерактивный компонент занятия. Этапы процесса креативного мышления. Подходы к формированию креативного мышления. Роль воображения в формировании креативного мышления. Развитие «креативных чувств». Принципы формирования креативного мышления: единство эмоций и логики, единство продуктивности, позитивности и гармоничности, радость саморазвития.</p> <p>Формирование креативного мышления у студентов вуза методами проблемно-</p>	3	0	0
---	---	---	---	---	---

7	2	<p>Необходимость исследования уровня креативных способностей. Условия диагностирования креативных способностей людей разных возрастов, разных профессий, разного социального статуса. Условия повышения качества тестирования креативных способностей. Тесты дивергентного мышления Дж. Гилфорда. Диагностика креативных способностей Е. Торренса. Диагностика вербальной креативности, образной креативности, отдельных креативных способностей. Опросник креативности Д. Джонсона. Опросник креативности Ф. Вильямса. Метод «Креативное поле» Д.Б. Богоявленской. Методика «Эскизы» Е.Е. Туник. Методика «Несуществующее животное». Тест отдаленных ассоциаций С. Медник.</p>	3	0	0
---	---	---	---	---	---

8	2	<p>Информация. Свойства информации. Классификации информации. Методы практического получения знаний: аналитические и синтетические. Коммуникативные методы: активные и пассивные, индивидуальные и групповые. Активные групповые методы: «мозговой штурм», фокус-группа, экспертные игры (индивидуальные и групповые). Фокус группа как аналитический активный групповой метод. Достоинства и недостатки метода фокус-групп. Размер и достаточное количество фокус-групп. Особенности отбора респондентов для фокус-групп. Сценарий фокус-группы: структурированная фокус-группа, полуструктурирования фокус-группа. Методики проведения фокус-группы: ролевая игра, незаконченное предложение, ассоциация, метафора, сомнение в очевидном, описание противоположного собственному типу поведения, косвенные (скрытые) вопросы. Фрагменты проведения фокус-групп по «выпариванию» идей: интерактивный компонент занятия.</p>	3	0	0
---	---	--	---	---	---

9	2	<p>Синтез как метод, позволяющий выявлять механизмы творчества. «Мозговая атака» как синтетический метод креатива. Правила «мозговой атаки». Условия эффективности «мозговой атаки». Прямая мозговая атака. Синектический штурм. Правила синектического штурма. Условия эффективности синектического штурма. Массовая мозговая атака: интерактивный компонент занятия. Метод групповой дискуссии. Метод программированной дискуссии. Детерминированная дискуссия. Метод фокальных объектов. Этапы метода фокальных объектов. Достоинства и недостатки метода. Метод эвристических вопросов. Метод организованных стратегий. Метод «свободного поиска идей».</p>	3	0	0
---	---	---	---	---	---

10	2	<p>Развитие способности отбрасывать прошлый опыт и рисковать. Диалектика традиции и инновации в процессе моделирования. Опыт как основание инновации. Опыт «реальный» (практический) и опыт «виртуальный» (рефлексия ситуации): диалектика в процессе креативного моделирования. Момент начала рефлексии: интересное «периферийное» знание. Методики запуска «механизма» креативного, использующие периферийные сети интересного. Модели творческого процесса. Теория «ага-переживания». Феноменологическая модель творческого акта: постановка проблемы, рождение замысла, атака, релаксация, инкубация решения, инсайт. Стимуляция творческого процесса. Методики стимуляции креативного процесса. «Заслоны» на пути творческого процесса: интерактивный компонент занятия. Условия, стимулирующие творческий процесс: креативная среда, умение отбросить прошлый опыт, умение рисковать, умение учитывать альтернативные идеи.</p>	3	0	0
----	---	---	---	---	---



11	3	<p>Креативность как базовый принцип эпохи постмодерна. Ценности и мотивации современного человека. Креативные профессии: элементы творческого образа жизни. Профессия «художник» как авангард креатива: особенности креативного качества. Этапы креативного процесса по созданию живописного произведения и креатив самопрезентации художника. Архитектор как креативный жизнеустроитель. Креативные архитектурные проекты Красноярска. Креативность в области информационных технологий: характеристики креативного IT-специалиста. Креативность в сфере музыкального искусства: музыка как ключевой компонент аутентичности и уникальности. Диалектика коллективности-индивидуальности в креативном процессе создания информационного и рекламного продукта. Креативные аспекты любой профессиональной деятельности: интерактивный компонент занятия.</p>	3	0	0
----	---	---	---	---	---

12	3	<p>Креативность – главная движущая сила современного бизнеса. Р. Флорида о креативной экономике. Инвестиции в креативность и рост креативной производительности в мировой экономике. Институты креативной экономики. Отрасли креативной индустрии. Социальная структура креативности. Новые системы креативности в области технологий и предпринимательства: субсидированные исследования на базе университетов, высокотехнологичные новые фирмы, системы венчурного капитала. Новые модели выпуска продукции: креативное предприятие и модульное производство. Рынок труда: горизонтальный и вертикальный. Традиционная занятость и горизонтальная гипермобильность; рабочий график и рабочее пространство креативного профессионала. Современная креативная социальная среда и ее влияние на креативность экономики. Креативность как экономическая сила и ее роль в истории человечества. Мониторинг ожиданий аудитории от профессиональной деятельности - интерактивный компонент занятия.</p>	3	0	0
----	---	--	---	---	---

13	3	<p>Корпоративная культура как условие мотивации персонала компании. Особенности креативной корпоративной культуры. Мотивация труда креативных специалистов. Факторы мотивации креативного работника: интересная и ответственная работа, гибкие условия труда, стабильная рабочая обстановка, возможность повышения квалификации, признание со стороны коллег, стимулирующий коллектив, работа увлекательного содержания, культура организации, местоположение и сообщество. Классификации креативных специалистов. Особенности мотивации специалистов каждой группы. Горизонтальная гипермобильность: феномен «свободных агентов». Основные характеристики рынка труда: горизонтальность карьеры, большая идентификация себя с профессией, чем с компанией, ответственность за каждый аспект своей карьеры. Дресс-код как элемент креативной корпоративной культуры. Гибкий рабочий график как условие креативности в компании. Креативные офисные интерьеры как элемент корпоративной культуры. Льготы <sup>19</sup> сотрудника как инструмент креативной корпоративной культуры. Управление</p>	3	0	0
----	---	---	---	---	---

14	3	<p>Тесная интеграция экономико-профессиональных и общекультурных аспектов современного общества как основы инновационной деятельности. Факторы, снижающие креативность в производстве идей и форм: интерактивный компонент занятия. Технология, талант, толерантность как условия развития креативной культуры. Социализация личности: навыки коллективной деятельности и самоидентификация креатора. Культурные стратегии современного общества и стратегии личностного развития креативной личности. Факторы, снижающие креативность в производстве идей и форм, и условия, повышающие ее.</p>	3	0	0
----	---	--	---	---	---

15	3	<p>Понятие «креативный город». Ч. Лэндри о городе как средоточии креативного образа жизни и соответствующей инфраструктуры. Город как инкубатор инноваций. Университет города как ядро креативности. Возможности СФУ как креативного центра Красноярского края. Качество места, способствующее повышению креативности. «Человеческий климат» как условие креативности города. «Открытость иному» как условие креативности города. «Открытость иному»: интерактивный компонент занятия. Развитие креативной среды в г. Красноярске: проекта «Россия 2020» и «Красноярск 2020». Креативные локусы г. Красноярска (на модели организации деятельности Красноярского культурно-исторического центра, формирования Международного авиационного хаба, стратегии развития «Бобрового лога»). Муниципальные функции организации креативной среды.</p>	3	0	0
----	---	---	---	---	---

16	3	<p>Креативная личность: способность к созданию новых форм и идей. Понятия «креативный класс» и «обслуживающий класс». Показатели креативности по Торренсу. Управление собственной креативностью. Факторы, способствующие креативности (по Гилфорду). Управление собственной креативной составляющей как управление личной эффективностью. Управление временем в структуре управления собственной креативностью. Мониторинг управления временем: интерактивный компонент занятия. Успех – ключевое понятие в креативной деятельности. Стресс – неотъемлемая фаза креативности. Эустресс. Цели управления личной креативностью. Управление стадиями креативного процесса. Целеполагание в управлении собственной креативностью. Планирование в управлении собственной креативностью: список каждодневных дел; планирование согласно принципу Парето; планирование по системе Франклина; планирование по методу «Альпы»; планирование согласно принципу Эйзенхауэра; «прямое»<sup>22</sup> планирование с помощью картотек и дневников учёта времени. Принятие</p>	3	0	0
----	---	---	---	---	---

Всего		52	0	0
-------	--	----	---	---

### 3.3 Занятия семинарского типа

№ п/п	№ раздела дисципли ны	Наименование занятий	Объем в акад. часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме

1	1	<p>Аспекты исследования понятий «креатив», «креативность».</p> <p>Соотношение объемов понятий «творчество», «креатив», «инновации».</p> <p>Синонимичность понятий «креатив» и «творчество» в психологических методиках, рекламных концептах, общих подходах к социально-экономическим процессам современности. Особенности в понимании «креатива» и «творчества» в области художественной и духовной традиции.</p> <p>Креатив как системный процесс: изначальная цель, сформулированные задачи; детально разработанная технология достижения эффективного результата.</p> <p>Творчество как высшая ступень креатива.</p> <p>Креативность жизни современного человека. Р. Флорида о современной креативной экономике и «креативном классе». Ч. Лэндри о креативных городах и креативной среде. Креативность как способность любого человека к созданию новых идей и форм: интерактивный компонент занятия. Креативность как характеристика профессионала в любой сфере деятельности.</p> <p>Творчество и креатив как составляющие инновационного процесса.</p> <p>Субъекты творчества (творец) и креатива (личность, сообщество, организация).</p> <p>Особенности потребления продукта творчества и креативного продукта.</p> <p>Развитие креативности <sup>24</sup> жизненно важная задача для современного общества</p>	9	0	0
---	---	--	---	---	---



2	1	<p>Понятие «смысл».</p> <p>Соотношение объемов понятий «знак», «смысл» и «значение».</p> <p>Смыслообразование в широком аспекте как выражение коллективного опыта культуры и ее системообразующее начало. Процесс смыслообразования в контексте социального познания и образование новых мифов. Актуальная бытующая система культурных смыслов как объект-модель культурного мифа, система присвоения социальных смыслов активно познающим субъектом как субъект-модель культурного мифа.</p> <p>Двойственность феномена языка: объект-язык и субъект-язык в социальной коммуникации. Слово, метафора, наглядный образ как структурные элементы процесса смыслообразования: интерактивный компонент занятия. Двудеяная сущность слова как «осколка» национального мифа. Метафора в концепции смыслопостроения: экономный поиск истины, определение предмета и явления через иное.</p> <p>Х.Ортега-и-Гассет об «уравнивании неравного».</p> <p>Гегелевская теория отражения и синтетическая концепция идеального: способность мозга отражать родовой образ предметов и явлений и оперировать им «в чистом виде». Наглядный образ как единство рационального и иррационального.</p> <p>Мифообраз как сетка ценностной размерности, в которой данная культура описывает</p>	9	0	0
---	---	--	---	---	---

3	1	<p>Конструкт-модель формирования смыслов: современные социальные технологии (имидж, реклама, связи с общественностью, политические технологии, социально-культурное проектирование). Субъект-модель формирования смыслов как процесс социализации. Ступени организации формирования культурных смыслов: открытие, изобретение, творение смыслов. Возможности деформирования и разрушения смыслов в процессе развития актуальной социально-культурной мифологии. Характеристики смыслового кода активного воспринимающего субъекта: интерактивный компонент занятия.</p> <p>Конструкт-модель формирования смыслов. Имидж и реклама как конструкт-модель формирования смыслов: соотношение рационального и эмоционального, объективного и субъективного. Реклама и имидж. Этапы креативной деятельности по конструированию смыслов. Средства массовой информации как субъект современного смыслопостроения, выявление объект-языка электронных СМИ в соотношении его элементов с продуцируемыми смыслами: интерактивный компонент занятия.</p>	8	0	0
---	---	--	---	---	---

4	1	<p>Понятия «творчество», «творческий процесс», «научное открытие», «конструирование», «социальная инновация».</p> <p>Художественное творчество как процесс игрового отношения человека и Абсолютного начала через взаимодействие художника и художественного материала. Мотивация художественного творчества. Соотношение иррационального и рационального в диалоге художника и художественного материала. Анимизм как ключевая характеристика диалога художника и художественного материала. Язык отношения художника и художественного материала: синтез объект-языка и субъект языка. Результат отношения художника и художественного материала – художественное творение как «вещь-в-себе».</p> <p>Техническое творчество: синтез креативности и когнитивности. Два типа мышления в научно-техническом творчестве: дивергентное и конвергентное. Схема создания творческого продукта. «Плюсы» и «минусы» интеллекта: интерактивный компонент занятия. Научно-техническое творчество как личностно значимый процесс. Виды научно-технического творчества. Характеристики субъекта научно-технического творчества. Причины</p>	8	0	0
---	---	--	---	---	---

5	1	<p>Субъекты креативного процесса: креативная личность, «креативный класс». Характеристики представителей креативного класса. Структура креативного класса. «Суперактивное ядро» креативного класса: ученые, художники, архитекторы, актеры, писатели. Сферы приложения креативных способностей суперактивного ядра. «Креативные специалисты». Сферы приложения возможностей креативных специалистов. Институциональная и внеинституциональная формы проявления креативности. Субъекты креативного процесса: личность, группа креативщиков, организация, занимающаяся разработкой креативного продукта. Ценности креативного класса: индивидуальность, меритократия, открытость и разнообразие. Сети неформальной коммуникации: роли человека в коммуникативной среде как креативный опыт. Социальные сети «интересного». Качества «интересного»: нетривиальность, непознанность, неочевидность и др. Момент возникновения «интересного»: интерактивный компонент занятия. «Интересное» как редкое. «Интересное» как загадочное. «Интересное» как система. «Периферийное» знание<sup>28</sup> как ключ к формированию системы «интересного». «Сеть интересного» как одна из разновидностей</p>	3	0	0
---	---	---	---	---	---

6	2	<p>Этапы и факторы креативного процесса: когнитивное и креативное, сознательное и бессознательное.</p> <p>Существующие подходы к рассмотрению понятия «творческое мышление», «креативное мышление».</p> <p>Эмоционально-чувственный компонент – условие развития креативного мышления.</p> <p>Познавательный (рационально-логический) компонент как элемент творческого мышления.</p> <p>Сознательный и бессознательный компоненты креативного мышления, соотношение аналитической деятельности и инсайта.</p> <p>Роль критического мышления в стимулировании креативности:</p> <p>интерактивный компонент занятия. Этапы процесса креативного мышления.</p> <p>Подходы к формированию креативного мышления.</p> <p>Роль воображения в формировании креативного мышления.</p> <p>Развитие «креативных чувств». Принципы формирования креативного мышления: единство эмоций и логики, единство продуктивности, позитивности и гармоничности, радость саморазвития.</p> <p>Формирование креативного мышления у студентов вуза методами проблемно-развивающей педагогики.</p> <p>Эвристические методы формирования креативности. Творческая мастерская как пространство развития креативного мышления.</p>	3	0	0
---	---	---	---	---	---

7	2	<p>Необходимость исследования уровня креативных способностей. Условия диагностирования креативных способностей людей разных возрастов, разных профессий, разного социального статуса. Условия повышения качества тестирования креативных способностей. Тесты дивергентного мышления Дж. Гилфорда. Диагностика креативных способностей Е. Торренса. Диагностика вербальной креативности, образной креативности, отдельных креативных способностей. Опросник креативности Д. Джонсона. Опросник креативности Ф. Вильямса. Метод «Креативное поле» Д.Б. Богоявленской. Методика «Эскизы» Е.Е. Туник. Методика «Несуществующее животное». Тест отдаленных ассоциаций С. Медник.</p>	3	0	0
---	---	---	---	---	---

8	2	<p>Информация. Свойства информации. Классификации информации. Методы практического получения знаний: аналитические и синтетические.</p> <p>Коммуникативные методы: активные и пассивные, индивидуальные и групповые. Активные групповые методы: «мозговой штурм», фокус-группа, экспертные игры (индивидуальные и групповые). Фокус группа как аналитический активный групповой метод. Достоинства и недостатки метода фокус-групп. Размер и достаточное количество фокус-групп. Особенности отбора респондентов для фокус-групп. Сценарий фокус-группы: структурированная фокус-группа, полуструктурирования фокус-группа. Методики проведения фокус-группы: ролевая игра, незаконченное предложение, ассоциация, метафора, сомнение в очевидном, описание противоположного собственному типу поведения, косвенные (скрытые) вопросы. Фрагменты проведения фокус-групп по «выпариванию» идей: интерактивный компонент занятия.</p>	3	0	0
---	---	---	---	---	---

9	2	<p>Синтез как метод, позволяющий выявлять механизмы творчества. «Мозговая атака» как синтетический метод креатива. Правила «мозговой атаки». Условия эффективности «мозговой атаки». Прямая мозговая атака. Синектический штурм. Правила синектического штурма. Условия эффективности синектического штурма. Массовая мозговая атака: интерактивный компонент занятия. Метод групповой дискуссии. Метод программированной дискуссии. Детерминированная дискуссия. Метод фокальных объектов. Этапы метода фокальных объектов. Достоинства и недостатки метода. Метод эвристических вопросов. Метод организованных стратегий. Метод «свободного поиска идей».</p>	3	0	0
---	---	---	---	---	---



10	2	<p>Развитие способности отбрасывать прошлый опыт и рисковать.</p> <p>Диалектика традиции и инновации в процессе моделирования. Опыт как основание инновации.</p> <p>Опыт «реальный» (практический ) и опыт «виртуальный» (рефлексия ситуации): диалектика в процессе креативного моделирования. Момент начала рефлексии: интересное «периферийное» знание.</p> <p>Методики запуска «механизма» креативного, использующие периферийные сети интересного. Модели творческого процесса.</p> <p>Теория «ага-переживания».</p> <p>Феноменологическая модель творческого акта: постановка проблемы, рождение замысла, атака, релаксация, инкубация решения, инсайт.</p> <p>Стимуляция творческого процесса. Методики стимуляции креативного процесса. «Заслоны» на пути творческого процесса: интерактивный компонент занятия.</p> <p>Условия, стимулирующие творческий процесс: креативная среда, умение отбросить прошлый опыт, умение рисковать, умение учитывать альтернативные идеи.</p>	3	0	0
----	---	---	---	---	---

11	3	<p>Креативность как базовый принцип эпохи постмодерна. Ценности и мотивации современного человека. Креативные профессии: элементы творческого образа жизни. Профессия «художник» как авангард креатива: особенности креативного качества. Этапы креативного процесса по созданию живописного произведения и креатив самопрезентации художника. Архитектор как креативный жизнеустроитель. Креативные архитектурные проекты Красноярска.</p> <p>Креативность в области информационных технологий: характеристики креативного IT-специалиста. Креативность в сфере музыкального искусства: музыка как ключевой компонент аутентичности и уникальности. Диалектика коллективности-индивидуальности в креативном процессе создания информационного и рекламного продукта. Креативные аспекты любой профессиональной деятельности: интерактивный компонент занятия.</p>	3	0	0
----	---	--	---	---	---

12	3	<p>Креативность – главная движущая сила современного бизнеса. Р. Флорида о креативной экономике. Инвестиции в креативность и рост креативной производительности в мировой экономике. Институты креативной экономики. Отрасли креативной индустрии. Социальная структура креативности. Новые системы креативности в области технологий и предпринимательства: субсидированные исследования на базе университетов, высокотехнологичные новые фирмы, системы венчурного капитала. Новые модели выпуска продукции: креативное предприятие и модульное производство. Рынок труда: горизонтальный и вертикальный. Традиционная занятость и горизонтальная гипермобильность; рабочий график и рабочее пространство креативного профессионала. Современная креативная социальная среда и ее влияние на креативность экономики. Креативность как экономическая сила и ее роль в истории человечества. Мониторинг ожиданий аудитории от профессиональной деятельности - интерактивный компонент занятия.</p>	3	0	0
----	---	--	---	---	---

13	3	<p>Корпоративная культура как условие мотивации персонала компании. Особенности креативной корпоративной культуры. Мотивация труда креативных специалистов. Факторы мотивации креативного работника: интересная и ответственная работа, гибкие условия труда, стабильная рабочая обстановка, возможность повышения квалификации, признание со стороны коллег, стимулирующий коллектив, работа увлекательного содержания, культура организации, местоположение и сообщество. Классификации креативных специалистов. Особенности мотивации специалистов каждой группы. Горизонтальная гипермобильность: феномен «свободных агентов». Основные характеристики рынка труда: горизонтальность карьеры, большая идентификация себя с профессией, чем с компанией, ответственность за каждый аспект своей карьеры. Дресс-код как элемент креативной корпоративной культуры. Гибкий рабочий график как условие креативности в компании. Креативные офисные интерьеры как элемент корпоративной культуры. Льготы сотрудника как инструмент креативной корпоративной культуры. Управление креативностью в структуре корпоративной культуры.<sup>36</sup> Инструменты управления креативностью через корпоративную культуру компании. Корпоративные</p>	3	0	0
----	---	--	---	---	---

14	3	<p>Тесная интеграция экономико-профессиональных и общекультурных аспектов современного общества как основы инновационной деятельности. Факторы, снижающие креативность в производстве идей и форм: интерактивный компонент занятия. Технология, талант, толерантность как условия развития креативной культуры. Социализация личности: навыки коллективной деятельности и самоидентификация креатора. Культурные стратегии современного общества и стратегии личностного развития креативной личности. Факторы, снижающие креативность в производстве идей и форм, и условия, повышающие ее.</p>	3	0	0
----	---	--	---	---	---

15	3	<p>Понятие «креативный город». Ч. Лэндри о городе как средоточии креативного образа жизни и соответствующей инфраструктуры. Город как инкубатор инноваций. Университет города как ядро креативности. Возможности СФУ как креативного центра Красноярского края. Качество места, способствующее повышению креативности. «Человеческий климат» как условие креативности города. «Открытость иному» как условие креативности города. «Открытость иному»: интерактивный компонент занятия. Развитие креативной среды в г. Красноярске: проекта «Россия 2020» и «Красноярск 2020». Креативные локусы г. Красноярска (на модели организации деятельности Красноярского культурно-исторического центра, формирования Международного авиационного хаба, стратегии развития «Бобрового лога»). Муниципальные функции организации креативной среды.</p>	3	0	0
----	---	---	---	---	---

16	3	<p>Креативная личность: способность к созданию новых форм и идей. Понятия «креативный класс» и «обслуживающий класс». Показатели креативности по Торренсу. Управление собственной креативностью. Факторы, способствующие креативности (по Гилфорду). Управление собственной креативной составляющей как управление личной эффективностью. Управление временем в структуре управления собственной креативностью. Мониторинг управления временем: интерактивный компонент занятия. Успех – ключевое понятие в креативной деятельности. Стресс – неотъемлемая фаза креативности. Эустресс. Цели управления личной креативностью. Управление стадиями креативного процесса. Целеполагание в управлении собственной креативностью. Планирование в управлении собственной креативностью: список каждодневных дел; планирование согласно принципу Парето; планирование по системе Франклина; планирование по методу «Альпы»; планирование согласно принципу Эйзенхауэра; «прямое» планирование с помощью картотек и дневников учёта времени. Принятие решения в управлении собственной креативностью. Реализация и организация в управлении личной креативностью. Контроль в управлении собственной креативностью.</p>	3	0	0
----	---	---	---	---	---

Всего		70	0	0
-------	--	----	---	---

### 3.4 Лабораторные занятия

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме
Всего					

## 5 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Оценочные средства находятся в приложении к рабочим программам дисциплин.

## 6 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

6.1. Основная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Осипова Е. А.	Теория и практика социокультурного брендинга. Ценностные аспекты создания брендов в социальной сфере	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2015
Л1.2	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, 2017

## 7 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Э1	1) Научная электронная библиотека (eLIBRARY.RU) [Электронный ресурс]	<a href="http://elibrary.ru">http://elibrary.ru</a>
Э2	2) Президентская библиотека им. Б.Н. Ельцина [Электронный ресурс]	<a href="http://www.prlib.ru">http://www.prlib.ru</a>
Э3	3) Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ) [Электронный ресурс]	<a href="http://uisrussia.msu.ru">http://uisrussia.msu.ru</a>
Э4	4) ЭБ Издательского дома «Гребенников» [Электронный ресурс]	<a href="http://grebennikon.ru">http://grebennikon.ru</a>
Э5	5) Электронная библиотека	<a href="http://dvs.rsl.ru">http://dvs.rsl.ru</a>



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

Учебная дисциплина реализуется в 6 семестре и в соответствии с учебным планом направления имеет общий объем 3 з.е. (108 ч.). Из них 38 часов выделено для контактной работы с преподавателем, 70 часов – на самостоятельную работу студентов.

Контактная работа с преподавателем включает практические занятия. Практические занятия реализуются в формате учебной дискуссии, мозгового штурма, фокус-группы, а также в формате презентации студентами выполненных ими самостоятельно или в группе в ходе занятия проектных заданий и выполненных индивидуально самостоятельно творческих письменных работ по проектированию, планированию и проведению рекламной / PR кампании в рамках стратегического и креативного подходов. Ряд практических занятий проходит с применением ЭОИС.

Обязательное самостоятельное изучение теоретического материала закрепляет предшествующие знания и обеспечивает подготовку студента к текущим аудиторным занятиям. Результаты этой подготовки проявляются в активности студента на занятиях, готовности к исполнению задания интерактивного компонента занятия и качественном уровне выполненных творческих работ, тестовых зачетных заданий. Самостоятельное изучение теоретического материала по данной дисциплине включает в себя:

- 1) текущую работу с материалом, предусматривающую проработку учебной литературы;
- 2) усвоение и воспроизводство интерактивных форм, предлагаемых на занятии, как способов получения креативного продукта или диагностики креативности;
- 3) углубленный анализ научно-методической литературы, вынесенной на самостоятельную проработку (конспектирование, реферирование литературы, аннотирование статей, монографий и т.д.);
- 4) подготовку к промежуточному контролю по итогам каждого раздела;
- 5) подготовку к зачету.

В конце каждого занятия ведущий преподаватель комментирует тему и перечень вопросов для самостоятельного изучения теоретического материала, который предстоит освоить студентам за неделю, отсылая обучающихся к литературе, собранной по разделам. Материал следующей занятия основан на материале предыдущего, поэтому, не зная этого материала, студенту сложно запомнить и освоить

материал следующих занятий.

Согласно учебному плану в дисциплине реализуются следующие виды самостоятельной работы:

- 1) подготовка к выполнению проектных заданий (ПЗ);
- 2) выполнение творческой письменной работы (ТПР) .

В ходе самостоятельной работы студент должен освоить теоретический материал по изучаемой дисциплине (отдельные темы, отдельные вопросы тем, отдельные положения и т. д.); проанализировать предшествующий опыт в рамках поставленной преподавателем проблемы, через изучения литературы, интернет-изданий, самостоятельный анализ проведенных / проводимых рекламных и PR кампаний. Обучающийся должен применять полученные в рамках дисциплины знания, умения и навыки для формирования собственной позиции, теории, модели (для выполнения выпускной квалификационной работы, научно-исследовательской работы).

Подготовка к выполнению проектных заданий, задач

Проектные задания, задачи выступают значимым научным исследованием обучающегося. Цель проектного задания, задачи – расширить и углубить теоретические знания и смоделировать возможность применить полученные знания в реальной практике. Данная работа предполагает активный поиск новых источников информации, моделирование практического приложения теории и разработку на этой основе эффективных методов и моделей управления для конкретных практических ситуаций, что и является непосредственной подготовкой студентов к выполнению проектных заданий. Тематика проектных заданий соответствует темам практических занятия, но конкретизируется в проектных заданиях. Сами же проектные задания выполняются студентами в группе или индивидуально в ходе практического занятия.

Зачет выставляется по итогам работы студентов в ходе практических занятий курса, а также по итогам выполнения проектных заданий.

## **9 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю) (при необходимости)**

### **9.1 Перечень необходимого программного обеспечения**

9.1.1	1) Windows 7
9.1.2	2) Winrar или Winzip
9.1.3	3) Ms.Office 7

9.1.4	4) Adobe Photoshop CS3
9.1.5	5) Corel Draw 4
9.1.6	6) Statistica 10
9.1.7	7) Adobe Flash 3

## 9.2 Перечень необходимых информационных справочных систем

9.2.1	Перечень необходимых для освоения учебной дисциплины информационно-справочных систем представлен в п. 7 настоящей рабочей программы.
9.2.2	1) Научная электронная библиотека (eLIBRARY.RU) [Электронный ресурс] — Режим доступа: <a href="http://elibrary.ru">http://elibrary.ru</a>
9.2.3	2) Президентская библиотека им. Б.Н. Ельцина [Электронный ресурс] — Режим доступа: <a href="http://www.prlib.ru">http://www.prlib.ru</a>
9.2.4	3) Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ) [Электронный ресурс] — Режим доступа: <a href="http://uisrussia.msu.ru">http://uisrussia.msu.ru</a>
9.2.5	4) ЭБ Издательского дома «Гребенников» [Электронный ресурс] — Режим доступа: <a href="http://grebennikon.ru">http://grebennikon.ru</a>
9.2.6	5) Электронная библиотека диссертаций (ЭБД) РГБ [Электронный ресурс] — Режим доступа: <a href="http://dvs.rsl.ru">http://dvs.rsl.ru</a> (доступ к полному тексту), <a href="http://diss.rsl.ru">http://diss.rsl.ru</a> (доступ к каталогу)
9.2.7	6) Электронно-библиотечная система "ИНФРА-М"[Электронный ресурс] — Режим доступа: <a href="http://www.znanium.com">http://www.znanium.com</a>
9.2.8	7) Электронно-библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Рукопт» [Электронный ресурс] — Режим доступа: <a href="http://rucont.ru">http://rucont.ru</a>
9.2.9	8) Электронно-библиотечная система «Лань» [Электронный ресурс] — Режим доступа: <a href="http://e.lanbook.com">http://e.lanbook.com</a>
9.2.1 0	9) Oxford Russia Fund eContent library[Электронный ресурс] — Режим доступа: <a href="http://lib.myilibrary.com">http://lib.myilibrary.com</a>
9.2.1 1	10) Scopus [Электронный ресурс] — Режим доступа: <a href="http://www.scopus.com">http://www.scopus.com</a>
9.2.1 2	11) Oxford Journals[Электронный ресурс] — Режим доступа: <a href="http://www.oxfordjournals.org">http://www.oxfordjournals.org</a>

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

В соответствии с требованиями ФГОС ВО обучающийся в течение всего периода обучения обеспечивается индивидуальным неограниченным доступом к одной или нескольким электронно-библиотечным системам (электронным библиотекам), содержащим все издания основной литературы, перечисленные в рабочих программах дисциплин (модулей), практик, сформированным на основании прямых договорных отношений с правообладателями (перечень ЭБС представлен в п. 7 настоящей рабочей программы), а также библиотечный фонд Сибирского федерального университета укомплектован необходимыми печатными изданиями из списка основной литературы из расчета не менее 50 экземпляров каждого из изданий основной литературы, перечисленной в рабочих программах дисциплин (модулей), практик на 100 обучающихся со сроком первого издания не более 5 лет до момента начала обучения по дисциплине (модулю).

Обучающимся обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных (в том числе международным реферативным базам данных научных изданий) и информационным справочным системам (состав определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и подлежит ежегодному обновлению) (согласно п. 7 настоящей рабочей программы).

Сибирский федеральный университет располагает необходимой для реализации данной учебной дисциплины материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, лабораторной, практической и научно-исследовательской работы обучающихся, предусмотренных учебным планом и соответствующей действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.