

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

Институт общественных наук

(наименование института)

Кафедра государственного управления и публичной политики

УТВЕРЖДЕНА

кафедрой государственного управления
и публичной политики

Протокол от «17» сентября 2020 г.

№ 5 ГУ/10

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.01.21.02 Креативное мышление

(индекс и наименование дисциплины)

КМ

(краткое наименование дисциплины)

Minor "Событийное предпринимательство"

38.03.02 Менеджмент

(код, наименование направления подготовки)

Стратегическое управление компанией (Liberal Arts)

направленность (профиль)

бакалавр

(квалификация)

очная

(форма обучения)

Год набора - 2021

Москва, 2020 г.

Автор - составитель:

к.э.н., доцент, доцент кафедры государственного управления и публичной политики
Синяева О.Ю.

Зав. Кафедрой государственного управления и публичной политики, к.ф.н. Балобанов А.Е.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы	4
2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО	4
3. Содержание и структура дисциплины	5
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине	6
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	10
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	11
6.1. Основная литература.	11
6.2. Дополнительная литература.	11
6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.	11
6.4. Нормативные правовые документы.	11
6.5. Интернет-ресурсы.	12
6.6. Иные источники.	12
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы	13

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы

1.1. Дисциплина Б1.В.ДВ.01.21.02 «Креативное мышление» обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом индикатора:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код индикатора компетенции	Наименование индикатора компетенции
СК ОС LA-23	Способен в эффективной коммуникации выстраивать взаимодействие с различными заинтересованными сторонами с целью успешной реализации созданного проекта, а также создавать заинтересованность в маркетинговом проекте для конечного потребителя	СК ОС LA-23.1	Использует знания особенностей кросс-культурных коммуникаций при работе в международных проектах.

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

Код индикатора компетенции	Результаты обучения
СК ОС LA-23.1	на уровне знаний: знать процесс управления креативностью
	на уровне умений: уметь использовать приемы и способы генерации идей; составлять тендерное предложение
	на уровне навыков: иметь навыки/овладеть навыком генерации креативных идей

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

В соответствии с учебным планом дисциплина Б1.В.ДВ.01.21.02 «Креативное мышление» входит в состав дисциплин по выбору вариативной части блока Б1 «Дисциплины (модули)» и изучается в 5 семестре. Общая трудоемкость дисциплины составляет 72 академических /54 астрономических часа (2 з.е.).

Дисциплина является вводной для всех последующих дисциплин майнора, изучается параллельно с дисциплиной Б1.В.ДВ.01.21.01 Введение в событийный маркетинг. Количество академических/астрономических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем – 28 академических /21 астрономических часов, на самостоятельную работу обучающихся – 44/33 астрономических часа.

3. Содержание и структура дисциплины

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины, час.						Форма текущего контроля успеваем ости*, промежу точной аттестаци и
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КС Р		
Тема 1	Понятие креативности и её проявления	6/4,5			2/1,5		4/3	Д
Тема 2	Классификация креативных идей в событийном маркетинге	8/6			2/1,5		6/4,5	Д
Тема 3	Разработка тендерного предложения	8/6			2/1,5		6/4,5	Д
Тема 4	Источники креатива	8/6			2/1,5		6/4,5	Д
Тема 5	Управление креативным процессом	10/7,5			4/3		6/4,5	Д
Тема 6	Приёмы и способы генерации идеи	12/9			6/4,5		8/6	ДЗ
Тема 7	Моделирование тендерной защиты креативной идеи	8/6			4/3		4/3	Д
Тема 8	Решение креативных задач	10/7,5			6/4,5		4/3	К, ДЗ
Промежуточная аттестация								Зачет с оценкой
Всего:		72/54			28/21		44/33	

Примечание: * – формы текущего контроля успеваемости: дискуссия (Д), коллоквиум (К) и домашние задания (ДЗ)

Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)
Тема 1	Понятие креативности и её проявления	Специфика творческого и стереотипного мышления. Продуктивное и репродуктивное мышление. Диалектика креативности и стереотипности в человеческом мышлении. Понятие креатива. История изучения креативности. Механизмы креативности в трудах психологов. Типы креативности.
Тема 2	Классификация креативных идей в событийном маркетинге	Идея, концептуальная идея, дизайн-идея. Критерии оценки идеи. Проблематика креатива в индустрии событий. Основные задачи управления креативностью в событийном маркетинге.

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)
Тема 3	Разработка тендерного предложения	Основные концептуальные подходы при разработке тендера в событийном маркетинге. Концептуальные блоки, мешающие творчеству.
Тема 4	Источники креатива	Этапы творческого процесса. Организация личностного поиска идеи. Самоорганизация. Стимулирование и развитие в себе творческих способностей.
Тема 5	Управление креативным процессом	Управление творческим коллективом. Работа с департаментом креатива и дизайна. Креативность как часть культуры коллектива. Работа в команде и креативность. Проблемы в управлении креативностью. Инструменты для написания технических заданий и брифов креативной команде.
Тема 6	Приёмы и способы генерации идеи	Понятие метода. Методы коллективного поиска идеи в процессе обсуждения. Мозговой штурм. Целостность творческого процесса в коллективном поиске дизайн-идеи
Тема 7	Моделирование тендерной защиты креативной идеи	Способы защиты креативной идеи заказчику и инструменты продажи креативной концепции в событийном маркетинге. Основы распределения ролей при тендерной защите с креативным отделом.
Тема 8	Решение креативных задач	Методы систематизации. Работа с информацией. Методы креативного мышления. Методы решения творческих заданий. Креативная работа с системой целей.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

4.1.1. В ходе реализации дисциплины Креативное мышление используются следующие методы текущего контроля и успеваемости обучающихся:

- при проведении практических занятий: коллоквиум, дискуссия, домашнее задание.
- при контроле результатов самостоятельной работы студентов: коллоквиум

4.1.2. Промежуточная аттестация в 5 семестре проводится в форме дифференцированного зачета. (устный ответ).

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся.

Типовые оценочные материалы:

Тема 1. Понятие креативности и её проявления

Студенту необходимо подготовиться к дискуссии по теме: «Проявления креативности». Вопросы для обсуждения:

- История креативности и её инструментов
- Стандарты генерации креативных идей
- Управление креативом в рамках событийного маркетинга
- Влияние креатива на разработку ивент события

Тема 2. Классификация креативных идей в событийном маркетинге

Студенту необходимо подготовиться к дискуссии по теме: «Роль креатива в событийном маркетинге». Вопросы для обсуждения:

- Какие бывают классификации креативных идей.
- Какие блоки событийного маркетинга разрабатываются совместно с креативной командой.
- Анализ креативных идей событийного маркетинга.
- Проектные компетенции.

Тема 3. Разработка тендерного предложения.

Студенту необходимо подготовиться к дискуссии по теме: «Тендеры и креатив».

Вопросы для обсуждения:

- Работа с тендерами.
- Бриф и техническое задание.
- Стратегия разработки тендерного задания.
- Креатив в рамках тендера.
- Работа с креативной командой.

Тема 4. Источники креатива

Студенту необходимо подготовиться к дискуссии по теме: «Источники креатива»

Вопросы для обсуждения:

- Классификация источников креатива
- Как креативить в команде (мозговой штурм).
- Где искать вдохновение.

Тема 5. Управление креативным процессом

Студенту необходимо подготовиться к дискуссии по теме: «Основы управления креативным процессом». Вопросы для обсуждения:

- Инструменты работы с желаниями стороны заказчика
- Коммуникация внутри команд отделов
- Креативный процесс, этапы настройки.
- Разработка предложения

Тема 6. Приёмы и способы генерации идей

Студенту необходимо в рамках домашнего задания подготовить доклад по одной из тем ниже:

- Мозговой штурм. Его применение.
- Основы тайм менеджмента.
- Метод синектики
- Методика SCAMPER
- Морфологический анализ

Тема 7. Моделирование тендерной защиты креативной идеи

Студенту необходимо подготовиться к дискуссии по теме: «Защита креативной концепции». Вопросы для обсуждения:

- Риторика защиты креативной идеи
- Техники продажи креативной идеи
- Финансовое сопровождение креативной идеи

Тема 8. Решение креативных задач

Студенту необходимо подготовиться к коллоквиуму по теме: «Креативные задачи и их решение». Вопросы для обсуждения:

- Постановка целей и задач
- Разработка креативной концепции
- Разработка креативного предложения

4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации.

4.3.1. Перечень компетенций образовательной программы. Индикаторы и критерии оценивания компетенции

Таблица 5

Код компетенции	Наименование компетенции	Код индикатора компетенции	Наименование индикатора компетенций
СК ОС LA -23	Способен в эффективной коммуникации выстраивать взаимодействие с различными заинтересованными сторонами с целью успешной реализации созданного проекта, а также создавать заинтересованность в маркетинговом проекте для конечного потребителя.	СК ОС LA - 23.1	Имеет четкое представление об особенностях индустрии, о средствах и инструментах событийного маркетинга, технологиях разработки и реализации событий.

Таблица 6

Индикатор оценивания	Критерий оценивания
СК ОС LA -23.1 Имеет четкое представление об особенностях индустрии, о средствах и инструментах событийного маркетинга, технологиях разработки и реализации событий	Базовый уровень - знает основные понятия и технологии событийного маркетинга, а также тенденции развития. Повышенный уровень - может на кейсах осуществлять оценку эффективности проектов, анализировать деятельность в области событийного маркетинга.

4.3.2. Типовые оценочные средства.

Примерные вопросы для подготовки к зачету:

1. История креатива в событийном маркетинге.
2. Стандарты разработки креативной идеи.
3. Креатор как профессия.
4. Структура и процессы защиты тендерного креативного предложения.
5. Жизненный цикл креатива в проекте.
6. Методы работы с креативом.
7. Поиск креативной идеи.
8. Продажа креативного предложения.
9. Разработка и реализация программ.
10. Стратегии работы с креативным отделом.
11. Управление мозговым штурмом.
12. Презентация тендера.

Итоговая оценка за семестр складывается из оценок по текущим заданиям и устной защиты по подготовке проектной части, включая ответы на вопросы для подготовки к зачету.

Шкала оценивания.

Бальная шкала 60/40, где 60 баллов за работу в семестре, а 40 баллов за зачет

Таблица 4.

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Оценка (баллы)
Устный ответ на зачете	1. Осуществлен выбор типа проекта и степени (уровня) участия студента в проекте. 2. Выражена готовность к сотрудничеству в различных группах (межпредметных), а также за пределами академии с потенциальными заказчиками. 3. Разработана идея продукта, кот положена в основу будущего проекта.	Отлично (34-40)
	1. Осуществлен выбор типа проекта и частично определена степень (уровень) участия студента в проекте. 2. Частично выражена готовность к сотрудничеству в различных группах (межпредметных), а также за пределами академии с потенциальными заказчиками. 3. Частично разработана идея продукта, кот положена в основу будущего проекта.	Хорошо (23-33)
	1. Частично осуществлен выбор типа проекта и степени (уровня) участия студента в проекте. 2. Частично выражена готовность к сотрудничеству в различных группах (межпредметных), а также за пределами академии с потенциальными заказчиками. 3. Слабо разработана идея продукта, кот положена в основу будущего проекта.	Удовлетворительно (14-22)
	1. Не осуществлен выбор типа проекта и степени (уровня) участия студента в проекте. 2. Не выражена готовность к сотрудничеству в различных группах (межпредметных), а также за пределами академии с потенциальными заказчиками. 3. Не разработана идея продукта, кот положена в основу будущего проекта.	Неудовлетворительно (0-13)

Студенты выходят на зачет по дисциплине, получив промежуточные баллы за выполнение всех заданий и участие в мероприятиях, предусмотренных программой дисциплины. (по формам текущего контроля). В случае наличия учебной задолженности студент отрабатывает пропущенные занятия в соответствии с требованиями. Экзамен принимает лектор. Оценка за семестр носит комплексный характер, является балльной (по схеме оценивания 60/40) и определяется его учебными достижениями в семестровый период и ответом на зачете.

4.4. Методические материалы

Текущий контроль осуществляется с целью мониторинга актуальной ситуации подготовки студентов к этапу промежуточного контроля. Текущий контроль осуществляется в формах: контроля посещаемости, ответов на семинарских (практических) занятиях, коллоквиуме, диспуте, выполнении практических домашних заданий. Преподаватель отслеживает текущую ситуацию по указанным формам текущего контроля и выносит студентам рекомендации для улучшения качества подготовки к промежуточному контролю. Промежуточный контроль по курсу осуществляется в форме зачета с оценкой.

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Обучение по дисциплине Б1.В.ДВ.01.21.02 «Креативное мышление» предполагает изучение курса на аудиторных занятиях (практические работы) и самостоятельной работы студентов. Семинарские занятия дисциплины «Креативное мышление» предполагают их проведение в различных формах с целью выявления полученных знаний, умений, навыков и компетенций с проведением контрольных мероприятий. С целью обеспечения успешного обучения студент должен готовиться к аудиторным занятиям, поскольку они являются важнейшей формой организации учебного процесса:

- ☐ знакомят с новым учебным материалом;
- ☐ разъясняют учебные элементы, трудные для понимания;
- ☐ систематизируют учебный материал;
- ☐ ориентируют в учебном процессе.

Подготовка к аудиторному занятию заключается в следующем:

- ☐ внимательно прочитайте материал предыдущего аудиторного занятия;
- ☐ узнайте тему предстоящего занятия (по тематическому плану);
- ☐ ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
- ☐ постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей профессиональной

подготовке;

- ☐ запишите возможные вопросы, которые вы зададите в аудитории.

Подготовка к семинарским занятиям:

☐ внимательно прочитайте материал, относящийся к данному семинарскому занятию, ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;

- ☐ выпишите основные термины;
- ☐ ответьте на контрольные вопросы по семинарским занятиям, готовьтесь дать

развернутый ответ на каждый из вопросов;

☐ уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными и постарайтесь получить на них ответ заранее (до семинарского занятия) во время текущих консультаций преподавателя;

☐ готовиться можно индивидуально, парами или в составе малой группы, последние являются эффективными формами работы;

☐ рабочая программа дисциплины в части целей, перечню знаний, умений, терминов и учебных вопросов может быть использована вами в качестве ориентира в организации обучения.

Подготовка к зачету. К зачету необходимо готовится целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. Попытки освоить дисциплину в период зачётно-экзаменационной сессии, как правило, показывают не слишком удовлетворительные результаты. В самом начале учебного курса познакомьтесь со следующей учебно-методической документацией:

- ☐ программой дисциплины;
- ☐ перечнем знаний и умений, которыми студент должен владеть;
- ☐ тематическими планами лекций, семинарских занятий;
- ☐ контрольными мероприятиями;
- ☐ учебником, учебными пособиями по дисциплине, а также электронными

ресурсами;

- ☐ перечнем экзаменационных вопросов.

После этого у вас должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине. Систематическое выполнение учебной работы на лекциях и семинарских занятиях позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для сдачи зачета.

Технология организации самостоятельной работы обучающихся включает использование информационных и материально-технических ресурсов образовательного учреждения.

Перед выполнением обучающимися внеаудиторной самостоятельной работы преподаватель проводит консультирование по выполнению задания, который включает цель задания, его содержания, сроки выполнения, ориентировочный объем работы, основные требования к результатам работы, критерии оценки. Во время выполнения обучающимися внеаудиторной самостоятельной работы и при необходимости преподаватель может проводить индивидуальные и групповые консультации.

В разделе 6 (п. 6.1., п. 6.2.) указан перечень основной и дополнительной литературы, который рекомендуется обучающимся при подготовке к семинарским занятиям и выполнении самостоятельной работы.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами обучающихся в зависимости от цели, объекта, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности, уровня умений обучающихся.

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Основная литература.

1. Жанна, Лидтка Думай как дизайнер : дизайн-мышление для менеджеров / Лидтка Жанна, Огилви Тим ; перевод Т. Мамедова. — Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2015. — 231 с. <https://www-iprbookshop-ru.ezproxy.ranepa.ru:2443/39198.html>.
2. Дэвид, Голдстейн Творческая личность : как использовать сильные стороны своего характера для развития креативности / Голдстейн Дэвид, Креггер Отто ; перевод С. Кирова. — Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2014. — 405 с <https://www-iprbookshop-ru.ezproxy.ranepa.ru:2443/39426.html>

6.2. Дополнительная литература.

1. Боровинская, Д. Н. Феномен креативности. Философско-методологический анализ : монография / Д. Н. Боровинская, Л. Н. Захарова ; под редакцией В. А. Суровцева. — Сургут: Сургутский государственный педагогический университет, 2017. — 173 с: <https://www-iprbookshop-ru.ezproxy.ranepa.ru:2443/87019.html>
2. Розин, В. М. Мышление и творчество / В. М. Розин. — 2-е изд. — Москва, Саратов : ПЕР СЭ, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 360 с. <https://www-iprbookshop-ru.ezproxy.ranepa.ru:2443/88182.html>

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.

Положение об организации самостоятельной работы студентов федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» (в ред. приказа РАНХиГС от 11.05.2016 г. № 01-2211). http://www.ranepa.ru/images/docs/prikazy-ranhigs/Pologenie_o_samostoyatelnoi_rabote.pdf

6.4. Нормативные правовые документы.

1. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 03.07.2016) "О защите прав потребителей" (действующая редакция, 2016 с изменениями). / Официальный сайт компании «Консультант Плюс». [Электронный ресурс] - режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/ - дата обращения: 25.01.2021.
2. Федеральный закон "О рекламе" от 13.03.2006 N 38-ФЗ (принят ГД ФС РФ 22.02.2006) (действующая редакция, 2016 с изменениями). / Официальный сайт компании «Консультант Плюс». [Электронный ресурс] - режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/ - дата обращения: 25.01.2021.
3. Закон РФ. N 2124-1 "О средствах массовой информации" от 27 декабря 1991 г. (действующая редакция, 2016 с изменениями). / Официальный сайт компании «Консультант Плюс». [Электронный ресурс] - режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/ - дата обращения: 25.01.2021.
4. Федеральный закон "О внесении изменений в Закон Российской Федерации "О средствах массовой информации" и статьи 5 и 38 Федерального закона "О рекламе" от 03.07.2016 N 281-ФЗ (действующая редакция, 2016 с изменениями). / Официальный сайт компании «Консультант Плюс». [Электронный ресурс] - режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_200563/ - дата обращения: 25.01.2021.

6.5. Интернет-ресурсы.

1. Developing creative and research skills through an open and interprofessional inquiry-based learning course: <https://bmcmmededuc.biomedcentral.com/articles/10.1186/s12909-019-1563-5>
2. Enhancement of Creative Thinking Skills Using a Cognitive-Based Creativity Training: <https://link.springer.com/article/10.1007/s41465-016-0002-3>
3. History of creative: <https://medium.com/@samuellehane/a-brief-history-of-creativity-8142d2495079>
4. Пономарева А.М. Креативные инструменты коммуникационного маркетинга <https://cyberleninka.ru/article/n/kreativnye-instrumenty-kommunikatsionnogo-marketinga/viewer>

6.6. Иные источники.

1. Дебора Шредер-Солнье. Сила парадокса. М.: Питер, 2015.
2. Меерович М. Технология творческого мышления [Электронный ресурс]/ Меерович М., Шрагина Л.— Электрон. текстовые данные.— М.: Альпина Паблишер, 2017.— 506 с.
3. Дамронг Пинкун. Креативный менеджмент. М: Азбука-Аттикус, 2016. —240с.
4. Джон О'Кифф Нешаблонное мышление [Электронный ресурс]: проверенная методика достижения амбициозных целей/ Джон О'Кифф— Электрон. текстовые данные.— М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014.— 278 с.
5. Дэвид Голдстейн Творческая личность [Электронный ресурс]: как использовать сильные стороны своего характера для развития креативности/ Дэвид Голдстейн, Отто Крэггер— Электрон. текстовые данные.— М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014.— 405 с.
6. Феномен создания объекта интеллектуальной собственности как критерий креативности инженерного образования [Электронный ресурс]: монография/ Г.В.

Алексеев [и др.].— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Вузовское образование, 2015.— 160 с.

7. Эдвард де Боно— Электрон. текстовые данные.— М.: Альпина Паблишер, 2016.— 381 с.

7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Требования к аудиториям (помещениям) для проведения занятий:

Для проведения практических занятий по дисциплине необходимо наличие ноутбука (компьютера) с установленным пакетом Microsoft® и мультимедийного проектора.

Требования к программному обеспечению общего пользования:

Специализированное оборудование и специализированное программное обеспечение при изучении дисциплины не используется.