

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»

УТВЕРЖДАЮ  
Директор по образовательной  
деятельности

\_\_\_\_\_ С.Т. Князев  
«\_\_» \_\_\_\_\_

### РАБОЧАЯ ПРОГРАММА МОДУЛЯ

| Код модуля | Модуль                          |
|------------|---------------------------------|
| 1164269    | Технологии креативного мышления |

Екатеринбург

| <b>Перечень сведений о рабочей программе модуля</b>                      | <b>Учетные данные</b>                                     |
|--|---|
| <b>Образовательная программа</b><br>1. Реклама и связи с общественностью | <b>Код ОП</b><br>1. 42.03.01/33.01                        |
| <b>Направление подготовки</b><br>1. Реклама и связи с общественностью    | <b>Код направления и уровня подготовки</b><br>1. 42.03.01 |

Программа модуля составлена авторами:

| <b>№ п/п</b> | <b>Фамилия Имя<br/>Отчество</b> | <b>Ученая<br/>степень, ученое<br/>звание</b> | <b>Должность</b>         | <b>Подразделение</b>  |
|--------------|---------------------------------|--|--------------------------|---|
| 1            | Салтанова Наталья<br>Матвеевна  | без ученой<br>степени, без<br>ученого звания | Старший<br>преподаватель | интегрированных<br>маркетинговых<br>коммуникаций и<br>брендинга |

**Согласовано:**

Управление образовательных программ

Р.Х. Токарева

# 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МОДУЛЯ Технологии креативного мышления

## 1.1. Аннотация содержания модуля

Модуль «Технологии креативного мышления» формирует у студентов креативное мышление и умение решать творческие задачи, умение генерировать нестандартные идеи для эффективного продвижения на рынке рекламного и PR-объекта.

## 1.2. Структура и объем модуля

Таблица 1

| № п/п            | Перечень дисциплин модуля в последовательности их освоения | Объем дисциплин модуля и всего модуля в зачетных единицах |
|------------------|--|---|
| 1                | Технологии креативного мышления                            | 3   |
| ИТОГО по модулю: |  | 3   |

## 1.3. Последовательность освоения модуля в образовательной программе

|                                    |                  |
|------------------------------------|------------------|
| Пререквизиты модуля                | Не предусмотрены |
| Постреквизиты и кореквизиты модуля | Не предусмотрены |

## 1.4. Распределение компетенций по дисциплинам модуля, планируемые результаты обучения (индикаторы) по модулю

Таблица 2

| Перечень дисциплин модуля       | Код и наименование компетенции  | Планируемые результаты обучения (индикаторы)  |
|---------------------------------|---|---|
| 1                               | 2   | 3   |
| Технологии креативного мышления | ПК-2 - Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта | З-5 - Принципы создания и редактирования текстов<br>У-1 - Находить информацию, выявлять и использовать различные источники информации<br>П-2 - Оценка оригинальности идеи нового продукта<br>П-4 - Инициирование творческих идей для создания нового продукта |

|  |   |   |
|--|---|---|
|  | <p>ПК-3 - Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта</p> | <p>З-4 - Маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента</p> <p>З-5 - Маркетинговые технологии</p> <p>З-6 - Маркетинговые технологии и технологии визуального и речевого воздействия</p> <p>З-7 - Технологии речевого воздействия</p> <p>У-1 - Использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты</p> <p>П-1 - Выбор маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации</p> |
|--|---|---|

### 1.5. Форма обучения

Обучение по дисциплинам модуля может осуществляться в очной и заочной формах.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**Технологии креативного мышления**

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

| <b>№ п/п</b> | <b>Фамилия Имя Отчество</b>    | <b>Ученая степень,<br/>ученое звание</b>     | <b>Должность</b>               | <b>Подразделение</b>  |
|--------------|--------------------------------|--|--------------------------------|---|
| 1            | Салтанова Наталья<br>Матвеевна | без ученой<br>степени, без<br>ученого звания | Старший<br>преподавателе<br>ль | интегрированных<br>маркетинговых<br>коммуникаций и<br>брендинга |

**Рекомендовано учебно-методическим советом института** Институт экономики и управления

Протокол № 31 от 26.05.2023 г.

# 1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- Салтанова Наталья Матвеевна, Старший преподаватель, интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга

## 1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
  - Базовый уровень

*\*Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

*Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.*

## 1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

| Код раздела, темы | Раздел, тема дисциплины*     | Содержание  |
|-------------------|------------------------------|---|
| P1                | Техники креативного мышления | <p>Креативность как инструмент решения поставленной задачи. Различия между творчеством и креативностью. Пять слагаемых креативного процесса (информация, инкубация, озарение, интеграция, иллюстрация). Дивергентное и латеральное мышление, на основе научного исследования Эдварда де Боно.</p> <p>Различные техники креативного мышления. «Поиск идей от обратного», «Метафора», «Вымышленный персонаж». Диапазон креативности, благодаря которому можно измерить «уровень» креативности, от «стандартных ожиданий» до «экстремального варианта». Анализ рекламных роликов.</p> <p>Мышление в «зеленом и красном свете». Алгоритмы работы при командной работе. «Мозговой штурм» (правила организации «мозгового штурма»). Различные виды «мозговых атак»: «обратная атака», «капитанский совет», попеременный «мозговой штурм». Креативная игра «Мозговой штурм».</p> |
| P2                | Методы креативного мышления  | <p>Метод Диснея. Метод, при котором используются варианты типажей «Критик», «Реалист», «Мечтатель». Метод Леонардо да Винчи. (Метод, при котором стихийно создается рисунок, на его основе выстраивается ассоциативный ряд для решения креативной задачи).</p>  |

|  |  |  |
|--|--|--|
|  |  | <p>Метод случайно выбранных слов или знаков. Этот метод эффективно помогает освоить латеральное мышление, которое позволяет уйти от стандартных решений.</p> <p>Метод фокальных или фокусных объектов. Благодаря этому методу, смещается фокус внимания и ассоциаций с одной темы на другую, таким образом, получается большой набор вариантов.</p> <p>Метод цветных шляп. Шесть шляп Эдварда де Боно: белая, черная, желтая, зеленая, синяя, красная. Этот метод позволяет разделить эмоции, креатив, критику, и анализ, для того, чтобы наиболее эффективно найти решение для творческой задачи.</p> |
|--|--|--|

### 1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Таблица 1.2

| Направление воспитательной деятельности | Вид воспитательной деятельности  | Технология воспитательной деятельности   | Компетенция   | Результаты обучения  |
|---|--|--|---|--|
| Профессиональное воспитание             | проектная деятельность<br>целенаправленная работа с информацией для использования в практических целях | Технология повышения коммуникативной компетентности<br>Технология самостоятельной работы | ПК-2 - Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта | П-4 - Инициирование творческих идей для создания нового продукта |

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

## 2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### Технологии креативного мышления

#### Электронные ресурсы (издания)

1. ; Рекламный дискурс и рекламный текст : монография.; ФЛИНТА, Москва; 2021; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=83209> (Электронное издание)
2. Тихомирова, Т. Н.; Интеллект и креативность в условиях социальной среды : монография.; Институт психологии РАН, Москва; 2010; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=86263> (Электронное издание)
3. Постовская, Я. А.; PR фирмы. Внутренние мероприятия и корпоративная культура для формирования имиджа и повышения эффективности работы : монография.; Лаборатория книги, Москва; 2010; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=97295> (Электронное издание)
4. Ткаченко, Н. В., Дмитриева, Л. М.; Креативная реклама: технологии проектирования : учебное пособие.; Юнити-Дана, Москва; 2017; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684529>

(Электронное издание)

5. Шарков, Ф. И.; Коммуникология: основы теории коммуникации : учебник.; Дашков и К°, Москва; 2021; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621689> (Электронное издание)
6. Пономарева, А. М.; Креатив и копирайтинг : учебник.; Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), Ростов-на-Дону; 2018; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=568146> (Электронное издание)
7. Зайнуллин, С. Б.; Корпоративная культура и корпоративный PR : научная литература.; Директ-Медиа, Москва; 2023; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=700745> (Электронное издание)

### **Печатные издания**

1. Морозова, И. Г.; Рекламный сталкер. Теория и практика структурного анализа рекламного пространства : Учеб. пособие.; Гелла-принт, Москва; 2002 (38 экз.)
2. Халдин, Г. Е.; Основы композиции: печатный рекламный текст : учеб. пособие для студентов, обучающихся по направлению "Реклама".; Изд-во Урал. ун-т, Екатеринбург; 2011 (70 экз.)
3. Викентьев, И. Л.; Приемы рекламы и Public Relations. Программы-консультанты; ТРИЗ-ШАНС, Санкт-Петербург; 2002 (6 экз.)
4. Викентьев, И. Л.; Приемы рекламы и Public Relations. Программы-консультанты : 400 примеров, 200 учеб. задач и 20 практ. приложений.; [ТРИЗ-ШАНС, Санкт-Петербург; 2004 (4 экз.)
5. Джулер, А. Д., А. Джером, Виноградова, Т., Царук, Л., Каптуревский, Ю.; Креативные стратегии в рекламе; Питер, Санкт-Петербург; 2003 (14 экз.)
6. Капитонов, Э. А.; Корпоративная культура и PR : Учеб.-практ. пособие.; МарТ, Москва; 2003 (25 экз.)
7. Музыкант, В. Л.; Формирование брэнда средствами рекламы и PR : [учеб. пособие для вузов по специальностям 061500 "Маркетинг" и 350700 "Реклама"].; Экономистъ, Москва; 2004 (17 экз.)

### **Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы**

- Международная база цитирований Web of Science - <https://apps.webofknowledge.com/>
2. Международная база цитирований Scopus - <https://www.scopus.com/>
  3. Электронный научный архив УрФУ - <http://elar.urfu.ru/>
  4. Российская государственная библиотека (Москва) – РГБ <http://www.rsl.ru/>
  5. Российская национальная библиотека (Санкт-Петербург) - <http://www.nlr.ru/>
  6. Свердловская областная универсальная научная библиотека им. В.Г. Белинского - [http://book.uraic.ru/el\\_library](http://book.uraic.ru/el_library)
  7. Беляцкий, Н. П. Креативный менеджмент : учебное пособие / Н. П. Беляцкий. — Минск : Вышэйшая школа, 2018. — 256 с. — ISBN 978-985-06-2787-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/90784.html> (дата обращения: 07.06.2021). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

### **Материалы для лиц с ОВЗ**

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.



## Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

IPRbooks: <http://www.iprbookshop.ru/>;

Библиокомплектатор: <http://www.bibliocomplectator.ru/available>;

Научная электронная библиотека <http://elibrary.ru>;

ЭБС Университетская библиотека онлайн «Директ-Медиа» <http://www.biblioclub.ru/>;

зональная научная библиотека (УрФУ) - <http://lib2.urfu.ru/>

электронная библиотека MYBRARY - <http://mybrary.ru/>

справочно-библиографическая система - <http://search.ebscohost.com/>

### 3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

#### Технологии креативного мышления

#### Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением

Таблица 3.1

| № п/п | Виды занятий         | Оснащённость специальных помещений и помещений для самостоятельной работы   | Перечень лицензионного программного обеспечения   |
|-------|----------------------|---|---|
| 1     | Практические занятия | Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов<br>Рабочее место преподавателя<br>Доска аудиторная<br>Оборудование, соответствующее требованиям организации учебного процесса в соответствии с санитарными правилами и нормами<br>Подключение к сети Интернет | Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms<br>Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES |
| 2     | Консультации         | Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов<br>Рабочее место преподавателя<br>Персональные компьютеры по количеству обучающихся<br>Оборудование, соответствующее требованиям организации учебного   | Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms<br>Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES |

|   |   |   |  |
|---|---|---|--|
|   |   | <p>процесса в соответствии с санитарными правилами и нормами</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>   |  |
| 3 | Текущий контроль и промежуточная аттестация | <p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Персональные компьютеры по количеству обучающихся</p> <p>Оборудование, соответствующее требованиям организации учебного процесса в соответствии с санитарными правилами и нормами</p> <p>Подключение к сети Интернет</p> | <p>Adobe Acrobat Professional 2017<br/>Multiple Platforms</p> <p>Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG<br/>SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES</p> |
| 4 | Самостоятельная работа студентов            | <p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Персональные компьютеры по количеству обучающихся</p> <p>Оборудование, соответствующее требованиям организации учебного процесса в соответствии с санитарными правилами и нормами</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>                                    | <p>Adobe Acrobat Professional 2017<br/>Multiple Platforms</p> <p>Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG<br/>SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES</p> |