

УТВЕРЖДАЮ

Директор

АНО ВО «Универсальный Университет»

Е.В.Черкес-Заде

“ _____ ” _____ 2024 г.

Факультет бизнеса и маркетинга

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Психология креативных индустрий

Уровень высшего образования:	Бакалавриат
Направление подготовки:	42.03.05 Медиакоммуникации
Направленность (профиль) подготовки:	Бренд менеджмент и маркетинг в креативных индустриях
Квалификация (степень):	Бакалавр
Форма обучения:	Очная
Срок освоения по данной программе:	4 года

Рабочая программа дисциплины «Психология креативных индустрий» разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 08.06.2017 г. №527

Составители рабочей программы:

Дизайнер образовательных программ Департамента академического качества – Ю.Д. Бодренко
доктор психологических наук, профессор, зав. кафедрой общей и социальной психологии А.С. Карпенко ФГАОУ ВО МГИМО МИД РФ

старший преподаватель кафедры общей и социальной психологии В.О. Леонова ФГАОУ ВО МГИМО МИД РФ

кандидат психологических наук, доцент, доцент кафедры общей и социальной психологии О.В. Лобза ФГАОУ ВО МГИМО МИД РФ

кандидат филологических наук, доцент кафедры общей и социальной психологии Г.А. Пушкарь ФГАОУ ВО МГИМО МИД РФ

СОГЛАСОВАНО:

Директор программ высшего образования _____ М.Е.Левин

Руководитель Департамента академического качества _____ А.Н.Селиванов

1. Цели и задачи дисциплины

1.1. Цель дисциплины

Цель дисциплины - изучение психологических аспектов творческой деятельности, а также изучение особенностей работы в сфере креативных индустрий. Эта дисциплина помогает понять, какие психологические процессы происходят в голове у творцов, как они принимают решения, как взаимодействуют с другими людьми и как можно использовать эти знания для повышения эффективности работы в креативных индустриях.

1.2. Задачи дисциплины

Задачи дисциплины:

- Изучить основные психологические концепции и теории, которые применяются в креативных индустриях.
- Понять, как работает мозг творца и какие процессы происходят во время творческого процесса.
- Изучить особенности работы с творческими людьми и научиться эффективно взаимодействовать с ними.
- Научиться анализировать результаты творческой деятельности и определять, какие факторы влияют на успех или неудачу.
- Изучить методы развития креативности и научиться применять их на практике.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в учебный план по направлению 42.03.05 Медиакоммуникации, профиль “Бренд менеджмент и маркетинг в креативных индустриях” и относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

Дисциплина изучается на 3 курсе в 6 семестре.

3. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

УК-3.2.; ОПК-4.1.; ОПК-4.2.; ОПК-4.3.; ПК-2.4.; ПК-3.2.; ПК-3.3.; ПК-3.4.; ПК-4.3.

Компетенция	Индикатор достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
		знать	Уметь	Иметь практический опыт
ПК-2 Способен подготовить решения по управлению проектом в сфере креативных индустрий	ПК-2.4. Участвует в подготовке предложений по организации передачи заказчику	- психологические особенности подготовки предложений заказчику	- осуществлять анализ полученной информации от заказчика с психологической точки зрения	- владения методами психологического сопровождения взаимодействия с заказчиком

	результатов проекта, закрытию контрактов, завершению процессов проекта, сохранению накопленного опыта			
ПК-3 Способен принимать участие в предпринимательской деятельности по выполнению бизнес-проектов в сфере креативных индустрий	<p>ПК-3.2. Участвует в осуществлении ресурсного обеспечения текущих производственных, закупочных, сбытовых, маркетинговых, информационных, финансовых, инвестиционных бизнес-процессов в сфере креативных индустрий</p> <p>ПК-3.3. Принимает участие в ведении предпринимательской деятельности и развитии бизнес-проектов посредством их реконструкции, акселерации, изменения масштабов</p>	<p>- процессы прекращения деятельности по решению предпринимательских задач разработки и выполнения бизнес-проектов в сфере креативных индустрий</p> <p>- психологические особенности ведения предпринимательской деятельности и развития бизнес-проектов;</p> <p>- психологические особенности этапов бизнес-процессов в рамках межличностного и межгруппового взаимодействия в сфере креативных индустрий</p>	<p>- осуществлять анализ информации по процессам прекращения деятельности по решению предпринимательских задач разработки и выполнения бизнес-проектов в сфере креативных индустрий</p> <p>- осуществлять анализ полученных данных с учетом знаний по психологии</p> <p>- осуществлять анализ полученных данных по бизнес-процессам</p>	<p>- владения инструментарием по сопровождению процессов прекращения деятельности по решению предпринимательских задач разработки и выполнения бизнес-проектов в сфере креативных индустрий</p> <p>- владения психологическим инструментарием сопровождения предпринимательской деятельности и развития бизнес-проектов</p> <p>- владения инструментами психологического сопровождения тех или иных профессиональных ситуаций в рамках проходящих бизнес-процессов</p>
ПК-4 Способен организовывать проведение маркетингового	ПК-4.3. Подготавливает отчеты и рекомендации	- методы подготовки отчетов по совершенствованию	- анализировать информацию по подготовке отчетов по совершенствованию	- владения инструментарием по подготовке отчетов по совершенствованию

исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга	инструментов комплекса маркетинга	инструментов комплекса маркетинга	инструментов комплекса маркетинга
УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.2. Применяет методы командного взаимодействия	- психологические особенности командного взаимодействия	- использовать психологический инструментарий для критической оценки проблем и конфликтов при командном взаимодействии	- владения инструментами психологического сопровождения анализа профессиональных ситуаций в рамках командного взаимодействия
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1. Знает запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности ОПК-4.2. Умеет анализировать и обрабатывать запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности ОПК-4.3. Принимает участие в формулировании и ответов на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	- специфику потребностей лиц с ограниченными возможностями в профессиональной и социальной среде - особенности планирования профессиональной деятельности с лицами с ОВЗ	- идентифицировать возможности более глубокого вовлечения лиц с ограниченными возможностями в профессиональную деятельность - аргументированно объяснять ценность многообразия и опровергать стереотипы в отношении лиц с ограниченными возможностями здоровья	- владения способами и технологиями коммуникаций, учитывающих особые потребности лиц с ограниченными возможностями - владения технологиями создания условий для более глубокого вовлечения лиц с ограниченными возможностями в организационную среду и профессиональную деятельность с учетом их особых потребностей

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е. 6 семестр:

Вид учебной работы	Всего часов в соответствии с учебным планом
Аудиторная работа, в том числе:	32
Лекции	16
Практические занятия	16
Лабораторные работы (практикумы)	0
Самостоятельная работа	76
Контроль:	-
Зачет	Зачет
ИТОГО:	108

5. Содержание дисциплины

5.1. Разделы дисциплины и виды занятий

№ темы	Наименование темы дисциплины	Количество часов контактной работы		
		Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия
Тема 1.	Предмет, объект и задачи психологии креативных индустрий.	4		2
Тема 2.	Методы психологии креативных индустрий.	2		2
Тема 3.	Психология искусства, воображения, креативности.	2		4
Тема 4.	Психология креативных профессий.	2		2
Тема 5.	Психология восприятия потребителей креативных индустрий.	2		2
Тема 6.	Психотехнологии влияния сознанием потребителей креативных индустрий.	2		2
Тема 7.	Особенности работы в сфере креативных индустрий с сообществами людей с особыми потребностями.	2		2

	Итого	16		16

5.2. Тематический план изучения дисциплины

Тема 1. Предмет, объект и задачи психологии креативных индустрий.

Введение в психологию. Предмет и объект психологии. Определение и структура психики: психические процессы, состояния и свойства личности. Креативные индустрии в России и мире: состояние, развитие и проблемы управления развитием. Понятие и классификация креативных индустрий. Основные тенденции развития творческих (креативных) индустрий. Проблемы и барьеры развития творческих (креативных) индустрий.

Тема 2. Методы психологии креативных индустрий.

Понятие «методология». Уровни методологии. Основные функции методологии. Методологические принципы научного исследования. Задачи исследования в психологии. Понятия «метод» и «методика» в психологии. Общие требования, предъявляемые к методам психологического познания человека. Классификации методов.

Тема 3. Психология искусства, воображения, креативности.

Специфика и различия понятий искусство, воображение, креативность и творчество. Актуальные проблемы психологии искусства. Проблематика психологии искусства в работах Л.С. Выготского. Понятие о воображении, его основных видах и процессах. Диагностика воображения. Тематический апперцептивный тест Г. Мюррей. Рисунок несуществующего животного. Психология креативности. Концепция креативности Дж. Гилфорда и Э. Торренса. Этапы креативного процесса. Личностные качества креативных людей.

Тема 4. Психология креативных профессий.

Психологические особенности специалистов творческих профессий. Талант и гениальность. Профессионально-важные качества представителей креативных профессий. Личностные и психоэмоциональные особенности людей творческих профессий. Мотивация и профессиональная продуктивность людей творческих профессий. Профессиональные кризисы, утрата вдохновения и эмоциональное выгорание специалистов творческих профессий.

Тема 5. Психология восприятия потребителей креативных индустрий.

Классификация креативных товаров. Психология восприятия. Определение и свойства образов восприятия. Сенсорные феномены в восприятии. Восприятие пространства. Индивидуально-психологические и культурно-исторические детерминанты восприятия. Психопатология восприятия. Психология ценностей современных потребителей. Терминальные и инструментальные ценности – проблемы влияния.

Тема 6. Психотехнологии влияния сознанием потребителей креативных индустрий.

Психология потребителя. Исследование процесса принятия потребительских решений. Психологические механизмы потребительского поведения: подражание, заражение, внушение. Принципы принятия потребительских решений. Структура принятия потребительского решения: мотив, реакция на контекст, эмоции. Мотивация потребления и мотивирование потребителей. Мотивирование, зависящее от типа потребности.

Тема 7. Особенности работы в сфере креативных индустрий с сообществами людей с особыми потребностями.

Психологический аспект работы с людьми с ОВЗ. Внедрение инклюзивных практик в сфере креативных индустрий. Реализация на территории Российской Федерации международных событийных проектов спортивной направленности с участием людей с особыми потребностями.

5.3. Текущий контроль успеваемости по разделам дисциплины

Тема 1. Предмет, объект и задачи психологии креативных индустрий.	Устный и письменный опрос
Тема 2. Методы психологии креативных индустрий.	Устный и письменный опрос
Тема 3. Психология искусства, воображения, креативности.	Устный и письменный опрос
Тема 4. Психология креативных профессий.	Устный и письменный опрос
Тема 5. Психология восприятия потребителей креативных индустрий.	Устный и письменный опрос
Тема 6. Психотехнологии влияния сознанием потребителей креативных индустрий.	Устный и письменный опрос
Тема 7. Особенности работы в сфере креативных индустрий с сообществами людей с особыми потребностями.	Устный и письменный опрос

5.4. Самостоятельное изучение разделов дисциплины (изучение теоретического курса)

- Психология творческого мышления.
- Особенности работы с творческими личностями.
- Методы развития креативности.
- Психологические аспекты успеха в креативных индустриях.
- Взаимодействие между творцами и заказчиками.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Основная литература

1. Барышева, Т. А. Психология творчества: учебник для вузов / Т. А. Барышева. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 300 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13240-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519285>

2. Олешко, В. Ф. Психология журналистики: учебник и практикум для вузов / В. Ф. Олешко. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 351 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00613-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511295>

3. Развитие творческого потенциала личности в образовательном процессе: практическое пособие / О. В. Коршунова [и др.]; ответственные редакторы О. В. Коршунова, О. Г. Селиванова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 319 с. — (Профессиональная практика). — ISBN 978-5-534-12678-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518805>

6.2. Дополнительная литература

1. Общая психология. В 7 т. [Текст] : учебник. Т. 2. Гусев А. Н. Ощущение и восприятие / А. Н. Гусев; Под ред. Б. С. Братуся; Мин. обр.РФ для студ. вузов, обуч. по направл. Психология. - М. : Академия, 2007,2009. - 416 с. - ISBN 978-5-7695-3361-7(Т.2). - ISBN 978-5-7695-3817-9 :

2. Коноплева, Н. А. Сервис в современной культуре: учебное пособие: [16+] / Н. А. Коноплева. — Электронная версия печатного издания. — Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2020. — 334 с. : ил., табл. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=574375>

3. Бердяев, Н. А. Смысл творчества : опыт оправдания человека / Н. А. Бердяев. — Москва : Директ-Медиа, 2008. — 422 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=42180>

4. Намаконов, И. М. Креативность: 31 способ заставить мозг работать / Игорь Намаконов. - Москва: Альпина Паблишер, 2019. - 264 с. - (4К— навыки будущего). - ISBN 978-5-96142-638-0. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1078519>

5. Маслоу, А. Г. Новые рубежи человеческой природы: Научное / Маслоу А.Г., Балл Г.А., Попогребский А.П., - 2-е изд. - Москва: Альпина нон-фикшн, 2016. - 496 с. ISBN 978-5-91671-116-5. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/915444>

6. Современная практическая психология в обеспечении ресурсов самореализации личности / Ю. В. Обухова, Е. В. Зинченко, Е. В. Белова, И. В. Афанасенко ; Южный федеральный университет. — Ростов-на-Дону : Южный федеральный университет, 2016. — 305 с. : схем., табл., ил. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493318>

7. Фромм, Э. Искусство любить [Текст] : Пер. с англ. / Э. Фромм ; Под ред. Д. А. Леонтьева. - 2-е изд. - СПб. : Азбука-классика, 2005. - 224 с. - ISBN 5-352-00758-8 :

8. Кибальченко, И. А. Психология креативности, одаренности и гениальности: учебник: [16+] / И. А. Кибальченко, Т. В. Эксакусто ; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Южный федеральный университет, 2021. – 239 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=691296>

9. Тюрин, П. Т. Ψ-DESIGN : введение в психологию дизайнерского творчества : [16+] / П. Т. Тюрин. – Москва : ФЛИНТА, 2020. – 136 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=611210>

10. Система 4К : коммуникация, критическое мышление, креативность, командная работа : практикум : [16+] / Е. Н. Агапова, П. А. Бавина, А. П. Панфилова [и др.] ; Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена. – Санкт-Петербург: Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена (РГПУ), 2022. – 252 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=691549>

6.3. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

- ЭБС «Znanium» <https://znanium.com>
- ЭБС «Университетская библиотека «Online» <http://biblioclub.ru>
- ЭБС «Юрайт» <https://urait.ru/>
- Электронно-библиотечная система «BOOK.ru» <https://book.ru/>

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

7.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

Учебная аудитория для проведения практических занятий	Основное оборудование: Интерактивная доска, учебная мебель (столы и стулья для обучающихся), стол, стул преподавателя технические средства обучения: персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран, колонки)
Учебная аудитория для проведения лекционных занятий	Основное оборудование: доска, учебная мебель, стол, стул преподавателя технические средства обучения: персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран, колонки)

Учебная аудитория для проведения промежуточной аттестации	Основное оборудование: Интерактивная доска, учебная мебель (столы и стулья для обучающихся), стол, стул преподавателя, персональные компьютеры для обучающихся технические средства обучения: персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран, колонки)
Помещение для самостоятельной работы обучающихся	Основное оборудование: Оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде

7.2. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

лицензионное программное обеспечение:

- Microsoft Windows 7 pro;
- Операционная система Microsoft Windows 10 pro;
- Операционная система Microsoft Windows Server 2012 R2;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 13;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional;
- Комплексная Система Антивирусной Защиты Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition

электронно-библиотечная система:

- Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» <http://biblioclub.ru/>

современные профессиональные баз данных:

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации <http://pravo.gov.ru>

информационные справочные системы:

- Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования <http://fgosvo.ru>
- Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (<http://www.consultant.ru/>)

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1. Формы и методы преподавания дисциплины

Например:

Используемые формы и методы обучения: лекции и практические занятия, самостоятельная работа студентов, деловые игры, кейсы.

В процессе преподавания дисциплины преподаватель использует как классические формы и методы обучения (прежде всего лекции и практические занятия), так и активные методы обучения (деловые игры, различные виды кейсов и др.) - применение любой формы (метода) обучения предполагает также использование новейших IT-обучающих технологий, включая электронную информационную образовательную среду (виртуальный класс преподавателя по данной дисциплине).

При проведении лекционных занятий преподаватель использует аудиовизуальные, компьютерные и мультимедийные средства обучения, а также демонстрационные и наглядно-иллюстрационные (в том числе раздаточные) материалы.

Практические занятия по данной дисциплине проводятся с использованием компьютерного и мультимедийного оборудования, при необходимости - с привлечением полезных Интернет-ресурсов и пакетов прикладных программ.

8.2. Методические рекомендации преподавателю

Перед началом изучения дисциплины преподаватель должен ознакомить студентов с видами учебной и самостоятельной работы, перечнем литературы и интернет-ресурсов, формами текущей и промежуточной аттестации, с критериями оценки качества знаний для итоговой оценки по дисциплине.

При проведении лекций, преподаватель:

- 1) формулирует тему и цель занятия;
- 2) излагает основные теоретические положения;
- 3) с помощью мультимедийного оборудования и/или под запись дает определения основных понятий, расчетных формул;
- 4) проводит примеры из отечественного и зарубежного опыта, дает текущие статистические данные для наглядного и образного представления изучаемого материала;
- 5) в конце занятия дает вопросы для самостоятельного изучения.

При проведении практических занятий, преподаватель:

- 1) формулирует тему и цель занятия;
- 2) предлагает студентам ответить на вопросы, вынесенные на практическое занятие;
- 3) организует дискуссию по наиболее сложным вопросам;
- 4) предлагает студентам провести обобщение изученного материала.

В случае проведения аудиторных занятий (как лекций, так и практических занятий) с использованием активных методов обучения (деловых игр, кейсов, мозговых атак, игрового проектирования и др.) преподаватель:

- 1) предлагает студентам разделиться на группы;
- 2) предлагает обсудить сформулированные им проблемы согласно теме лекции

(практического занятия), раскрывая актуальность проблемы и ее суть, причины, ее вызывающие, последствия и пути решения;

3) организует межгрупповую дискуссию;

4) проводит обобщение с оценкой результатов работы студентов в группах и полученных основных выводов и рекомендаций по решению поставленных проблем.

Перед выполнением внеаудиторной самостоятельной работы преподаватель проводит инструктаж (консультацию) с определением цели задания, его содержания, сроков выполнения, основных требований к результатам работы, критериев оценки, форм контроля и перечня источников и литературы.

Для оценки полученных знаний и освоения учебного материала по каждому разделу и в целом по дисциплине преподаватель использует формы текущего, промежуточного и итогового контроля знаний обучающихся.

8.3. Методические рекомендации студентам по организации самостоятельной работы.

ОБЩИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

Успешное освоение курса предполагает активное, творческое участие студента на всех этапах ее освоения путем планомерной, повседневной работы.

При подготовке к аудиторным занятиям, непосредственно в ходе проведения лекций и практических занятий, а также в ходе самостоятельной работы студенты должны пользоваться учебной литературой (согласно утвержденному перечню основной и дополнительной литературы по данному курсу), учебно-методическими материалами (включая данную рабочую программу), которые размещены в электронной информационно-образовательной среде.

ИЗУЧЕНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОГО КУРСА

Правила конспектирования

Конспект является письменным текстом, в котором кратко и последовательно изложено содержание основного источника информации. Конспектировать – значит приводить к некоему порядку сведения, почерпнутые из оригинала. В основе процесса лежит систематизация прочитанного или услышанного. Записи могут делаться как в виде точных выдержек, цитат, так и в форме свободной подачи смысла. Манера написания конспекта, как правило, близка к стилю первоисточника. Если конспект составлен правильно, он должен отражать логику и смысловую связь записываемой информации.

В хорошо сделанных записях можно с легкостью обнаружить специализированную терминологию, понятно растолкованную и четко выделенную для запоминания значений различных слов. Используя законспектированные сведения, легче создавать значимые творческие или научные работы, различные рефераты и статьи.

Виды конспектов:

Нужно уметь различать конспекты и правильно использовать ту категорию, которая лучше всего подходит для выполняемой работы.

- **ПЛАНОВЫЙ.** Такой вид изложения на бумаге создается на основе заранее составленного плана материала, состоит из определенного количества пунктов (с заголовками) и подпунктов. В процессе конспектирования каждый заголовок раскрывается – дополняется коротким текстом, в конечном итоге

получается стройный план-конспект. Именно такой вариант больше всего подходит для срочной подготовки к публичному выступлению или семинару. Естественно, чем последовательнее будет план (его пункты должны максимально раскрывать содержание), тем связаннее и полноценнее будет ваш доклад. Специалисты рекомендуют наполнять плановый конспект пометками, в которых будут указаны все используемые вами источники, т. к. со временем трудно восстановить их по памяти.

- **СХЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАНОВЫЙ.** Эта разновидность конспекта выглядит так: все пункты плана представлены в виде вопросительных предложений, на которые нужно дать ответ. Изучая материал, вы вносите короткие пометки (2–3 предложения) под каждый пункт вопроса. Такой конспект отражает структуру и внутреннюю взаимосвязь всех сведений и способствует хорошему усвоению информации.

- **ТЕКСТУАЛЬНЫЙ.** Подобная форма изложения насыщеннее других и составляется из отрывков и цитат самого источника. К текстуальному конспекту можно легко присоединить план, либо наполнить его различными тезисами и терминами. Он лучше всего подходит тем, кто изучает науку или литературу, где цитаты авторов всегда важны. Однако такой конспект составить непросто. Нужно уметь правильно отделять наиболее значимые цитаты таким образом, чтобы в итоге они дали представление о материале в целом.

- **ТЕМАТИЧЕСКИЙ.** Такой способ записи информации существенно отличается от других. Суть его – в освещении какого-нибудь определенного вопроса; при этом используется не один источник, а несколько. Содержание каждого материала не отражается, ведь цель не в этом. Тематический конспект помогает лучше других анализировать заданную тему, раскрывать поставленные вопросы и изучать их с разных сторон. Однако будьте готовы к тому, что придется переработать немало литературы для полноты и целостности картины, только в этом случае изложение будет обладать всеми достоинствами.

- **СВОБОДНЫЙ.** Этот вид конспекта предназначен для тех, кто умеет использовать сразу несколько способов работы с материалом. В нем может содержаться что угодно – выписки, цитаты, план и множество тезисов. Вам потребуется умение быстро и лаконично излагать собственную мысль, работать с планом, авторскими цитатами. Считается, что подобное фиксирование сведений является наиболее целостным и полновесным.

Правила конспектирования

1. Внимательно прочитайте текст. Попутно отмечайте непонятные места, новые слова, имена, даты.

2. Наведите справки о лицах, событиях, упомянутых в тексте. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля.

3. При первом чтении текста составьте простой план. При повторном чтении постарайтесь кратко сформулировать основные положения текста, отметив аргументацию автора.

4. Заключительный этап конспектирования состоит из перечитывания ранее отмеченных мест и их краткой последовательной записи.

5. При конспектировании надо стараться выразить авторскую мысль своими словами.

6. Стремитесь к тому, чтобы один абзац авторского текста был передан при конспектировании одним, максимум двумя предложениями.

При конспектировании лекций рекомендуется придерживаться следующих основных правил.

1. Не начинайте записывать материал с первых слов преподавателя, сначала выслушайте его мысль до конца и постарайтесь понять ее.

2. Приступайте к записи в тот момент, когда преподаватель, заканчивая изложение одной мысли, начинает ее комментировать.

3. В конспекте обязательно выделяются отдельные части. Необходимо разграничивать заголовки, подзаголовки, выводы, обособлять одну тему от другой. Выделение можно делать подчеркиванием, другим цветом (только не следует превращать текст в пестрые картинки). Рекомендуется делать отступы для обозначения абзацев и пунктов плана, пробельные строки для отделения одной мысли от другой, нумерацию. Если определения, формулы, правила, законы в тексте можно сделать более заметными, их заключают в рамку. Со временем у вас появится своя система выделений.

4. Создавайте ваши записи с использованием принятых условных обозначений. Конспектируя, обязательно употребляйте разнообразные знаки (их называют сигнальными). Это могут быть указатели и направляющие стрелки, восклицательные и вопросительные знаки, сочетания PS (послесловие) и NB (обратить внимание). Например, слово «следовательно» вы можете обозначить математической стрелкой \Rightarrow . Когда вы выработаете свой собственный знаковый набор, создавать конспект, а после и изучать его будет проще и быстрее.

5. Не забывайте об аббревиатурах (сокращенных словах), знаках равенства и неравенства, больше и меньше.

6. Большую пользу для создания правильного конспекта дают сокращения. Однако будьте осмотрительны. Знатоки считают, что сокращение типа «д-ть» (думать) и подобные им использовать не следует, так как впоследствии большое количество времени уходит на расшифровку, а ведь чтение конспекта не должно прерываться посторонними действиями и размышлениями. Лучше всего разработать собственную систему сокращений и обозначать ими во всех записях одни и те же слова (и не что иное). Например, сокращение «г-ть» будет всегда и везде словом «говорить», а большая буква «Р» – словом «работа».

7. Бесспорно, организовать хороший конспект помогут иностранные слова. Наиболее применяемые среди них – английские. Например, сокращенное «ок» успешно обозначает слова «отлично», «замечательно», «хорошо».

8. Нужно избегать сложных и длинных рассуждений.

9. При конспектировании лучше пользоваться повествовательными предложениями, избегать самостоятельных вопросов. Вопросы уместны на полях конспекта.

10. Не старайтесь зафиксировать материал дословно, при этом часто теряется главная мысль, к тому же такую запись трудно вести. Отбрасывайте второстепенные слова, без которых главная мысль не теряется.

11. Если в лекции встречаются непонятные вам термины, оставьте место, после занятий уточните их значение у преподавателя.

САМОПОДГОТОВКА К ТЕКУЩЕМУ КОНТРОЛЮ

Просмотрите конспект сразу после занятий. Пометьте материал конспекта лекций, который вызывает затруднения для понимания. Попробуйте найти ответы на затруднительные вопросы, используя предлагаемую литературу. Постарайтесь разобраться с непонятным материалом, в частности новыми терминами. Часто незнание терминологии мешает воспринимать материал на теоретических и лабораторно-практических занятиях на должном уровне. Если самостоятельно не удалось разобраться в материале, сформулируйте вопросы и обратитесь на текущей консультации или на ближайшей лекции за помощью к преподавателю.

Каждую неделю рекомендуется отводить время для повторения пройденного материала, проверяя свои знания, умения и навыки по контрольным вопросам.

Ответьте на контрольные вопросы для самопроверки, имеющиеся в учебнике или предложенные в данных методических рекомендациях.

Кратко перескажите содержание изученного материала «своими словами».

Заучите «рабочие определения» основных понятий, законов.

Освоив теоретический материал, приступайте к выполнению заданий, упражнений; решению задач, расчетов самостоятельной работы, составлению графиков, таблиц и т.д.

ВЫПОЛНЕНИЕ ПИСЬМЕННОГО ДОМАШНЕГО ЗАДАНИЯ (РАСЧЕТНО-ГРАФИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ, КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА, ЗАПОЛНЕНИЕ РАБОЧЕЙ ТЕТРАДИ, ТВОРЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ, ПРЕЗЕНТАЦИЯ И ПР.)

Общие рекомендации

Внимательно прочитайте материал по конспекту, составленному на учебном занятии.

Прочитайте тот же материал по учебнику, учебному пособию.

Постарайтесь разобраться с непонятным материалом, в частности новыми терминами. Часто незнание терминологии мешает воспринимать материал на теоретических и лабораторно-практических занятиях на должном уровне.

Ответьте на контрольные вопросы для самопроверки, имеющиеся в учебнике или предложенные в данных методических рекомендациях.

Кратко перескажите содержание изученного материала «своими словами».

Заучите «рабочие определения» основных понятий, законов.

Освоив теоретический материал, приступайте к выполнению заданий, упражнений; решению задач, расчетов самостоятельной работы, составлению графиков, таблиц, презентаций и т.д.

Порядок решения кейсов

При решении кейса студенты должны:

1) представить рассуждение по поводу: необходимости дополнительных данных и источников их получения; прогнозов относительно субъектов и/или причин возникновения ситуации;

2) продемонстрировать умения использовать системный подход, ситуативный подход, широту взглядов на проблему;

3) подготовить программу действий, направленную на реализацию, например, аналитического метода решения проблемы: проанализировать все доступные

данные, превратить их в информацию; определить проблему; прояснить и согласовать цели; выдвинуть возможные альтернативы; оценить варианты и выбрать один из них.

Независимо от природы, предоставленного кейса, студентам нужно будет:

1. «Проанализировать» его: выявить, что и почему происходит, что может произойти и почему.
2. Объяснить ситуацию.
3. Оценить уже принятые меры.
4. Обсудить возможные будущие действия и сравнить их возможную эффективность.

Методика решения кейсов

1. Понимание задачи

Одно из ваших первых обязательных действий — понять, что от вас требуется:

- усвоение какой учебной темы предполагает решение кейса;
- какого рода требуется результат;
- должны ли вы дать оценку тому, что произошло, или рекомендации в отношении того, что должно произойти;
- если требуется прогноз, на какой период времени вы должны разработать подробный план действий;
- какая форма презентации требуется, каковы требования к ней;
- сколько времени вы должны работать с кейсом?

2. Просмотр кейса

После того как вы узнали, каких действий от вас ждут, вы должны «почувствовать» ситуацию кейса:

- просмотрите его содержание, стараясь понять основную идею и вид предоставленной вам информации;
- если возникают вопросы, или рождаются важные мысли, или кажутся подходящими те или иные концепции курса, прочитав текст до конца, выпишите их;
- после этого прочтите кейс медленнее, отмечая маркером или записывая пункты, которые кажутся существенными.

3. Составление описания как путь изучения ситуации и определения тем.

При просмотре кейса вам необходимо:

- структурировать ситуацию, оценивая одни аспекты как важные, а другие как несущественные;
- определить и отобразить все моменты, которые могли иметь отношение к ситуации. Из них вы сможете построить систему взаимосвязанных проблем, которые сделали ситуацию заслуживающей анализа;
- рассмотреть факторы, находящиеся вне прямого контекста проблемы, так как они могут быть чрезвычайно важны;
- выделить «темы» — связанные группы факторов, которые могут воздействовать на каждый аспект ситуации. Например, одна их часть может иметь дело с воспринимаемым низким качеством, другая — с поведением конкурента;
- опишите ситуацию (сравнивайте свои действия с поведением адвоката, расспрашивающего клиента, или врача, интересующегося у пациента его состоянием), ответив на вопросы:

- Кто считает, что проблема, и почему?
- На каком основании базируется мнение этих людей?
- Что происходит (или не происходит), когда и где?
- Какие связанные с происходящим вещи не являются проблемными и почему?
- Что составляет более широкий контекст существующей ситуации?
- Кто или что может влиять на проблемную ситуацию?
- Есть ли другие заинтересованные лица, и кто они?
- Каковы сдерживающие факторы, ограничивающие «пространстворешения»?

4. Диагностическая стадия

Диагностическая стадия — одна из тех, к которым вы должны приложить максимум усилий, хотя ее успех зависит от эффективности предыдущих стадий:

- вспомните изученные вами ранее темы и проведите по ним мозговой штурм для выявления потенциально соответствующих кейсу теоретических знаний;
- вертикально структурируйте вопрос, начиная с тех, которые касаются отдельных работников, затем группы или подразделения, организации в целом и, наконец, окружающей среды. Таким образом, вы сможете создать матрицу основных вопросов и связанных с ними проблем и подумать о соответствующих концепциях для каждого «уровня».
- изучите обстоятельства возникновения ситуации;
- не забывайте возвращаться к информации кейса и более внимательно рассматривать факторы, ставшие важными в ходе диагностики. Вам нужно будет предъявить доказательства в поддержку вашего диагноза.
- отделяйте доказательства от предположений, факты от мнений и ставьте перед собой два вопроса: до какой степени вы уверены в правильности своих представлений и до какой степени их правильность важна для вашего диагноза.

5. Формулировка проблем

На этой стадии очень полезно:

- письменно сформулировать восприятие основных проблем. Формулировка проблем окажется базисной точкой для последующих обсуждений;
- при наличии нескольких проблем полезно установить их приоритетность, используя следующие критерии: важность — что произойдет, если эта проблема не будет решена; срочность — как быстро нужно решить эту проблему; иерархическое положение — до какой степени эта проблема является причиной других проблем; разрешимость — можете ли вы сделать что-либо для ее решения.

6. Выбор критериев решения проблемы

Сразу после выяснения структуры проблемы следует подумать о критериях выбора решений. В определенном смысле структура и определит критерии. Например, если выяснилось, что самая серьезная проблема связана с корпоративной культурой, тогда решения должны будут повлиять на ее улучшение. Но если существуют также финансовые проблемы, тогда будут критерии выбора, связанные и с ними.

7. Генерирование альтернатив

Достигнув ясного понимания своих целей, приняв решение о том, к каким областям проблемы вы хотите обратиться, и, имея достаточную уверенность, что проанализировали основные причины возникновения проблемы, вы должны

обдумать возможные дальнейшие пути. Важно разработать достаточно широкий круг вариантов, опираясь на известные или изучаемые концепции, чтобы предложить лучшие способы действий, опыт решения других кейсов, креативные методы (мозговой штурм, аналогия и метафора, синектика и др.).

8. Оценка вариантов и выбор наиболее подходящего

На стадии выбора вариантов определите критерии предпочтительности варианта. Критерии выбора варианта должны быть основаны на том, в какой мере они способствуют решению проблемы в целом, а также по признакам выполнимости, быстроты, эффективности, экономичности. Каждый из критериев необходимо проанализировать с позиций всех групп интересов. При оценке вариантов вы должны подумать о том, как они будут воздействовать не только на центральную проблему, но и на всю ситуацию в целом. Определите вероятные последствия использования ваших вариантов.

9. Презентация выводов

Роль студента:

- изучить учебную информацию по теме;
- провести системно — структурированный анализ содержания темы;
- выделить проблему, имеющую интеллектуальное затруднение, согласовать с преподавателем;
- дать обстоятельную характеристику условий задачи;
- критически осмыслить варианты и попытаться их модифицировать (упростить в плане избыточности);
- выбрать оптимальный вариант (подобрать известные и стандартные алгоритмы действия) или варианты разрешения проблемы (если она не стандартная).

Порядок подготовки презентации

Компьютерную презентацию, сопровождающую выступление докладчика, удобнее всего подготовить в программе MS PowerPoint. Презентация как документ представляет собой последовательность сменяющих друг друга слайдов - то есть электронных страничек, занимающих весь экран монитора (без присутствия панелей программы). Чаще всего демонстрация презентации проецируется на большом экране, реже – раздается собравшимся как печатный материал. Количество слайдов адекватно содержанию и продолжительности выступления (например, для 5-минутного выступления рекомендуется использовать не более 10 слайдов).

На первом слайде обязательно представляется тема выступления и сведения об авторах. Следующие слайды можно подготовить, используя две различные стратегии их подготовки:

- 1 стратегия: на слайды выносятся опорный конспект выступления и ключевые слова с тем, чтобы пользоваться ими как планом для выступления. В этом случае к слайдам предъявляются следующие требования:
 - объем текста на слайде – не больше 7 строк;
 - маркированный/нумерованный список содержит не более 7 элементов;
 - отсутствуют знаки пунктуации в конце строк в маркированных и нумерованных списках;
 - значимая информация выделяется с помощью цвета, кегля, эффектов анимации.

Особо внимательно необходимо проверить текст на отсутствие ошибок и опечаток. Основная ошибка при выборе данной стратегии состоит в том, что выступающие заменяют свою речь чтением текста со слайдов.

● 2 стратегия: на слайды помещается фактический материал (таблицы, графики, фотографии и пр.), который является уместным и достаточным средством наглядности, помогает в раскрытии стержневой идеи выступления. В этом случае к слайдам предъявляются следующие требования:

- выбранные средства визуализации информации (таблицы, схемы, графики и т. д.) соответствуют содержанию;
- использованы иллюстрации хорошего качества (высокого разрешения), с четким изображением (как правило, никто из присутствующих не заинтересован вчитываться в текст на ваших слайдах и всматриваться в мелкие иллюстрации);
- максимальное количество графической информации на одном слайде – 2 рисунка (фотографии, схемы и т.д.) с текстовыми комментариями (не более 2 строк к каждому);
- наиболее важная информация должна располагаться в центре экрана.

Основная ошибка при выборе данной стратегии – «соревнование» со своим иллюстративным материалов (аудитории не предоставляется достаточно времени, чтобы воспринять материал на слайдах). Обычный слайд, без эффектов анимации должен демонстрироваться на экране не менее 10 - 15 секунд. За меньшее время присутствующие не успеет осознать содержание слайда. Если какая-то картинка появилась на 5 секунд, а потом тут же сменилась другой, то аудитория будет считать, что докладчик ее подгоняет. Обратного (позитивного) эффекта можно достигнуть, если докладчик пролистывает множество слайдов со сложными таблицами и диаграммами, говоря при этом «Вот тут приведен разного рода вспомогательный материал, но я его хочу пропустить, чтобы не перегружать выступление подробностями». Правда, такой прием делать в начале и в конце презентации – рискованно, оптимальный вариант – в середине выступления.

Если на слайде приводится сложная диаграмма, ее необходимо предварить вводными словами (например, «На этой диаграмме приводится то-то и то-то, зеленым отмечены показатели А, синим – показатели Б»), с тем, чтобы дать время аудитории на ее рассмотрение, а только затем приступить к ее обсуждению. Каждый слайд, в среднем должен находиться на экране не меньше 40 – 60 секунд (без учета времени на случайно возникшее обсуждение). В связи с этим лучше настроить презентацию не на автоматический показ, а на смену слайдов самим докладчиком.

Особо тщательно необходимо отнестись к оформлению презентации. Для всех слайдов презентации по возможности необходимо использовать один и тот же шаблон оформления, кегль – для заголовков - не меньше 24 пунктов, для информации - для информации не менее 18. В презентациях не принято ставить переносы в словах.

Подумайте, не отвлекайте ли вы слушателей своей же презентацией? Яркие краски, сложные цветные построения, излишняя анимация, выпрыгивающий текст или иллюстрация — не самое лучшее дополнение к научному докладу. Также нежелательны звуковые эффекты в ходе демонстрации презентации. Наилучшими являются контрастные цвета фона и текста (белый фон – черный текст; темно-синий

фон – светло-желтый текст и т. д.). Лучше не смешивать разные типы шрифтов в одной презентации. Рекомендуется не злоупотреблять прописными буквами (они читаются хуже).

Неконтрастные слайды будут смотреться тусклыми и невыразительными, особенно в светлых аудиториях. Для лучшей ориентации в презентации по ходу выступления лучше пронумеровать слайды. Желательно, чтобы на слайдах оставались поля, не менее 1 см с каждой стороны. Вспомогательная информация (управляющие кнопки) не должны преобладать над основной информацией (текстом, иллюстрациями). Использовать встроенные эффекты анимации можно только, когда без этого не обойтись (например, последовательное появление элементов диаграммы). Для акцентирования внимания на какой-то конкретной информации слайда можно воспользоваться лазерной указкой.

Диаграммы готовятся с использованием мастера диаграмм табличного процессора MSExcel. Для ввода числовых данных используется числовой формат с разделителем групп разрядов. Если данные (подписи данных) являются дробными числами, то число отображаемых десятичных знаков должно быть одинаково для всей группы этих данных (всего ряда подписей данных). Данные и подписи не должны накладываться друг на друга и сливаться с графическими элементами диаграммы. Структурные диаграммы готовятся при помощи стандартных средств рисования пакета MSOffice. Если при форматировании слайда есть необходимость пропорционально уменьшить размер диаграммы, то размер шрифтов реквизитов должен быть увеличен с таким расчетом, чтобы реальное отображение объектов диаграммы соответствовало значениям, указанным в таблице. В таблицах не должно быть более 4 строк и 4 столбцов — в противном случае данные в таблице будет просто невозможно увидеть. Ячейки с названиями строк и столбцов и наиболее значимые данные рекомендуется выделять цветом.

Табличная информация вставляется в материалы как таблица текстового процессора MSWord или табличного процессора MSExcel. При вставке таблицы как объекта и пропорциональном изменении ее размера реальный отображаемый размер шрифта должен быть не менее 18 pt. Таблицы и диаграммы размещаются на светлом или белом фоне.

Если Вы предпочитаете воспользоваться помощью оператора (что тоже возможно), а не листать слайды самостоятельно, очень полезно предусмотреть ссылки на слайды в тексте доклада («Следующий слайд, пожалуйста...»).

Заключительный слайд презентации, содержащий текст «Спасибо за внимание» или «Конец», вряд ли приемлем для презентации, сопровождающей публичное выступление, поскольку завершение показа слайдов еще не является завершением выступления. Кроме того, такие слайды, так же как и слайд «Вопросы?», дублируют устное сообщение. Оптимальным вариантом представляется повторение первого слайда в конце презентации, поскольку это дает возможность еще раз напомнить слушателям тему выступления и имя докладчика и либо перейти к вопросам, либо завершить выступление.

Для показа файл презентации необходимо сохранить в формате «Демонстрация PowerPoint» (Файл — Сохранить как — Тип файла — Демонстрация PowerPoint). В этом случае презентация автоматически открывается в режиме

полноэкранный показ (slideshow), и слушатели избавлены как от вида рабочего окна программы PowerPoint, так и от потерь времени в начале показа презентации.

После подготовки презентации полезно проконтролировать себя вопросами:

- удалось ли достичь конечной цели презентации (что удалось определить, объяснить, предложить или продемонстрировать с помощью нее?);
- к каким особенностям объекта презентации удалось привлечь внимание аудитории?
- не отвлекает ли созданная презентация от устного выступления?

После подготовки презентации необходима репетиция выступления.

ПОДГОТОВКА К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Как готовиться к практическому занятию.

1. Внимательно прочтите вопросы к заданию.
2. Подберите литературу, не откладывая ее поиски на последний день.
3. Прочтите указанную литературу, определите основной источник по каждому вопросу, делая выписки на листах или карточках, нумеруйте их пунктами плана, к которому они относятся.
4. Оформляя выписки, не забудьте записать автора, название, год и место издания, том, страницу.
5. При чтении найдите в словарях значение новых слов или слов, недостаточно вам известных.
6. Просматривая периодическую печать, делайте вырезки по теме.
7. Проверьте, на все ли вопросы плана у вас есть ответы.
8. На полях конспекта, выписок запиши вопросы, подчеркните спорные положения в тексте.

Требования к выступлению

Перечень требований к любому выступлению студента примерно таков:

- связь выступления с предшествующей темой или вопросом;
- раскрытие сущности проблемы;
- методологическое значение для научной, профессиональной и практической деятельности.

Важнейшие требования к выступлениям студентов – самостоятельность в подборе фактического материала и аналитическом отношении к нему, умение рассматривать примеры и факты во взаимосвязи и взаимообусловленности, отбирать наиболее существенные из них.

Приводимые участником практического занятия примеры и факты должны быть существенными, по возможности перекликаться с профилем обучения. Примеры из области наук, близких к будущей специальности студента, из сферы познания, обучения поощряются руководителем семинара. Выступление студента должно соответствовать требованиям логики. Четкое вычленение излагаемой проблемы, ее точная формулировка, неукоснительная последовательность аргументации именно данной проблемы, без неоправданных отступлений от нее в процессе обоснования, безусловная доказательность, непротиворечивость и полнота аргументации, правильное и содержательное использование понятий и терминов.

Памятка участнику дискуссии.

1. Прежде чем выступать, четко определите свою позицию.

2. Проверьте, правильно ли вы понимаете проблему.
3. Внимательно слушайте оппонента, затем излагайте свою точку зрения.
4. Помните, что лучшим способом доказательства или опровержения являются бесспорные факты.
5. Не забывайте о четкой аргументации и логике.
6. Спорьте честно и искренне, не искажайте мыслей оппонентов.
7. Говорите ясно, точно, просто, отчетливо, своими словами, не «по бумажке».
8. Имейте мужество признать правоту оппонента, если вы не правы.
9. Никогда не «навешивайте ярлыков», не допускайте грубостей и насмешек.
10. Заканчивая выступления, подведите итоги и сформулируйте выводы.

Требования к устному докладу

1. Выберите тему из предложенной преподавателем тематики докладов и сообщений. Вы можете самостоятельно предложить тему с учетом изучаемого теоретического материала.
2. При подготовке доклада, сообщения используйте специальную литературу по выбранной теме, электронные библиотеки или другие Интернет-ресурсы.
3. Сделайте цитаты из книг и статей по выбранной теме (обратите внимание на непонятные слова и выражения, уточните их значение в справочной литературе).
4. Проанализируйте собранный материал и составьте план сообщения или доклада, акцентируя внимание на наиболее важных моментах.
5. Напишите основные положения сообщения или доклада в соответствии с планом, выписывая по каждому пункту несколько предложений.
6. Перескажите текст сообщения или доклада, корректируя последовательность изложения материала.
7. Подготовленный доклад может сопровождаться презентацией, иллюстрирующей его основные положения.

Построение доклада, как и любой другой научной работы, традиционно включает три части: вступление, основную часть и заключение.

Во вступлении указывается тема доклада, устанавливается логическая связь ее с другими темами или место рассматриваемой проблемы среди других проблем, дается краткий обзор источников, на материале которых раскрывается тема, и т. п.

В заключении обычно подводятся итоги, формулируются выводы, подчеркивается значение рассмотренной проблемы и т.п.

Основная часть также должна иметь четкое логическое построение. Изложение материала должно быть связным, последовательным, доказательным, лишенным ненужных отступлений и повторений.

НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«УНИВЕРСАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

UNIVERSAL
UNIVERSITY

Факультет бизнеса и маркетинга

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по дисциплине**

Психология креативных индустрий

Уровень высшего образования:	Бакалавриат
Направление подготовки:	42.03.05 Медиакоммуникации
Направленность (профиль) подготовки:	Бренд менеджмент и маркетинг в креативных индустриях
Квалификация (степень):	Бакалавр
Форма обучения:	Очная
Срок освоения по данной программе:	4 года

1. Формы и оценочные материалы текущего контроля успеваемости, и промежуточной аттестации

В процессе и по завершению изучения дисциплины оценивается формирование у студентов следующих компетенций:

Компетенция	Индикатор достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
		знать	Уметь	Иметь практический опыт
ПК-2 Способен подготовить решения по управлению проектом в сфере креативных индустрий	ПК-2.4. Участвует в подготовке предложений по организации передачи заказчику результатов проекта, закрытию контрактов, завершению процессов проекта, сохранению накопленного опыта	- психологические особенности подготовки предложений заказчику	- осуществлять анализ полученной информации от заказчика с психологической точки зрения	- владения методами психологического сопровождения взаимодействия с заказчиком
ПК-3 Способен принимать участие в предпринимательской деятельности по выполнению бизнес-проектов в сфере креативных индустрий	ПК-3.2. Участвует в осуществлении ресурсного обеспечения текущих производственных, закупочных, сбытовых, маркетинговых, информационных, финансовых, инвестиционных бизнес-процессов в сфере креативных индустрий ПК-3.3. Принимает участие в ведении предпринимательской	- процессы прекращения деятельности по решению предпринимательских задач разработки и выполнения бизнес-проектов в сфере креативных индустрий - психологические особенности ведения предпринимательской деятельности и развития бизнес-проектов; - психологические	- осуществлять анализ информации по процессам прекращения деятельности по решению предпринимательских задач разработки и выполнения бизнес-проектов в сфере креативных индустрий - осуществлять анализ полученных данных с учетом знаний по психологии	- владения инструментарием по сопровождению процессов прекращения деятельности по решению предпринимательских задач разработки и выполнения бизнес-проектов в сфере креативных индустрий - владения психологическим инструментарием сопровождения предпринимательской деятельности и развития бизнес-проектов - владения инструментами психологического сопровождения тех или иных профессиональных ситуаций в рамках проходящих бизнес-процессов

	деятельности и развитии бизнес-проектов посредством их реконструкции, акселерации, изменения масштабов	особенности этапов бизнес-процессов в рамках межличностного и межгруппового взаимодействия в сфере креативных индустрий	- осуществлять анализ полученных данных по бизнес-процессам	
ПК-4 Способен организовывать проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПК-4.3. Подготавливает отчеты и рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга	- методы подготовки отчетов по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга	- анализировать информацию по подготовке отчетов по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга	- владения инструментарием по подготовке отчетов по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга
УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.2. Применяет методы командного взаимодействия	- психологические особенности командного взаимодействия	- использовать психологический инструментарий для критической оценки проблем и конфликтов при командном взаимодействии	- владения инструментами психологического сопровождения анализа профессиональных ситуаций в рамках командного взаимодействия
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1. Знает запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности ОПК-4.2. Умеет анализировать и обрабатывать запросы и потребности	- специфику потребностей лиц с ограниченными возможностями и в профессиональной и социальной среде - особенности планирования профессиональной деятельности с лицами с ОВЗ	- идентифицировать возможности более глубокого вовлечения лиц с ограниченными возможностями и в профессиональную деятельность - аргументировать	- владения способами и технологиями коммуникаций, учитывающих особые потребности лиц с ограниченными возможностями - владения технологиями создания условий для более глубокого вовлечения лиц с ограниченными возможностями в организационную среду и профессиональную деятельность с учетом их особых потребностей

	<p>общества и аудитории в профессиональной деятельности</p> <p>ОПК-4.3.</p> <p>Принимает участие в формулировании ответов на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности</p>		<p>анно объяснять ценность многообразия и опровергать стереотипы в отношении лиц с ограниченными возможностями и здоровья</p>	
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

1.1. Текущий контроль успеваемости

Текущий контроль успеваемости осуществляется путем оценки результатов выполнения заданий практических (семинарских), лабораторных, самостоятельной работы, предусмотренных учебным планом и посещения занятий/ активность на занятиях.

В качестве оценочных средств текущего контроля успеваемости предусмотрены:

- Устный опрос
- Письменный опрос
- Практические задания

№ темы	Вопросы для устного и письменного опроса	Практические задания
<p>Тема 1. Предмет, объект и задачи психологии креативных индустрий.</p>	<p>1. Междисциплинарная взаимосвязь психологии управления.</p> <p>2. Предмет психологии управления.</p> <p>3. Структура предмета психологии управления.</p> <p>4. Основные объективные методы психологии</p> <p>5. Применение метода интроспекции в управлении</p> <p>6. Отличия житейской психологии от научной.</p>	<p>1. Определите, какие из перечисленных характеристик относятся к личности, а какие — не относятся:</p> <p>способности, убеждения, характер, моральные свойства, направленность, мотивы, мировоззрение, самосознание, отношения, активность, мышление, уровень личной культуры, навыки, талант, темперамент, инстинкты, знания, социальная установка, возрастные особенности, память, воля, желания, потребности, идеалы, самостоятельность, чувства,</p>

		<p>индивидуальность, авторитетность.</p> <p>2. Выберите из следующего списка профессии, относящиеся к креативным индустриям: актер, товаровед, фотограф, менеджер, психолог, логист, бизнес-тренер, музыкант, бухгалтер, исполнитель, архитектор, модельер, сказкотерапевт, маркетолог, преподаватель, дизайнер, художник-керамист, маляр, врач, библиотекарь, архивариус, журналист, гончар, швея, специалист по связям с общественностью, коуч, гравировщик, реставратор, настройщик музыкальных инструментов, краснодеревщик, кузнец, специалист по радио- и телевидению, танцор, арт-терапевт, хореограф.</p>
<p>Тема 2. Методы психологии креативных индустрий.</p>	<p>1. Отличия научного исследования от житейского изучения (познания) психологических явлений.</p> <p>2. Специфика психологических исследований, их отличие от научно-исследовательских разработок, проводимых в других науках.</p> <p>3. Знания и умения, необходимые для организации и проведения современного научного исследования.</p> <p>4. Виды научных исследований в психологии.</p> <p>5. Специфика методов психологии креативных индустрий.</p>	<p>Обсуждение отчета по результатам самостоятельного построения плана научно-психологического исследования в сфере креативных индустрий (определение объекта, предмета, цели, гипотез, задач и методов) по выбранной тематике.</p>
<p>Тема 3. Психология искусства, воображения, креативности.</p>	<p>1. Свойства и качества творческой личности.</p> <p>2. Творческое отношение личности к жизни и жизнь как творчество.</p> <p>3. Типы творческих достижений выдающихся личностей (на примере анализа конкретной личности).</p>	<p>1. Провести анализ художественного произведения (на выбор), используя принципы подхода Л.С. Выготского.</p> <p>2. Упражнение «Воображение». Каждый участник по очереди берёт по одной карте из метафорической колоды, придумывает некую историю по ней. Следующий участник берёт</p>

		<p>следующую карту, продолжает начатую историю, в соответствии с сюжетом выбранной карты.</p> <p>3. Используя тест Э. Торренса провести диагностику и сформулировать заключение.</p>
<p>Тема 4. Психология креативных профессий.</p>	<p>Прочитать статью: Орехов А.Н., Клищевская О.А., Исследование взаимосвязи психологических комплексов и личностных особенностей у людей творческих профессий //Мир науки, культуры, образования. 2017. №5(66). С. 275-279.</p> <p>Определить личностные особенности и комплексы людей творческих профессий.</p>	<p>Составление профессиограммы для профессий маркетолога, журналиста, модельера, дизайнера, портного и т.д. (креативная профессия на выбор).</p>
<p>Тема 5. Психология восприятия потребителей креативных индустрий.</p>	<p>1. Особенности проектирования услуг в культурных и креативных индустриях.</p> <p>2. Концепции вовлечения потребителя в проектирование креативных продуктов и услуг.</p> <p>3. Цепочка ценностей и точки контакта потребителей и производителей креативных продуктов и услуг.</p> <p>4. Эмоциональные, экзистенциальные и культурные составляющие в процессах влияния и убеждения</p>	<p>Ситуация 4. «Целевые аудитории: какие они наши потенциальные клиенты?»</p> <p><i>Роль:</i> Вы/Ваша организация выступаете в качестве ответственного за проведение мероприятия.</p> <p><i>Что нужно сделать:</i> Вам нужно составить психологический портрет целевой аудитории (ЦА) и предложить 3-4 варианта привлечения ЦА для участия в событии.</p> <p><i>Варианты мероприятий (выберите наиболее интересный для себя):</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - открытие арт-галереи в мегаполисе; - открытие выставки в провинциальном небольшом городке; - презентация нового fashion-коллекции аксессуаров для мужчин и женщин бренда известного в конкретном городе; - открытие частного центра по развитию творческих способностей для подростков в большом городе; - запуск образовательной программы по одному из

		направлений в сфере креативных индустрий (на Ваш выбор) в одном из топовых вузов страны; - ваш вариант мероприятия.
Тема 6. Психотехнологии влияния сознанием потребителей креативных индустрий.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Аттитюды и атрибуции как фильтры и факторы влияния. 2. Социальное влияние и когнитивная психология. Когнитивные ошибки и ложные аттитюды как факторы влияния. 3. У. Найссер о когнитивных пределах манипулирования. 4. Концепция социальных автоматизмов Р. Чалдини: принципы рефлекторного влияния, психологические и культурные механизмы их эффективности, конструктивное использование и действенная защита от манипулятивных применений. 	В подгруппах по четыре-пять человек составляют портрет «манипулятора». Затем проводится обсуждение и сопоставление этих портретов. Итогом работы является составление обобщенного образа «манипулятора» (пол, возраст, личностные характеристики и т.д.), который сравнивается с существующими в литературе портретами «манипуляторов» (Э.Шостром, Ф. Перлз, Кристи и Гейс, В.В. Знаков, Л.И. Рюмина).
Тема 7. Особенности работы в сфере креативных индустрий с сообществами людей с особыми потребностями.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Этические аспекты коммуникаций с людьми с ОВЗ. 2. Модели понимания инвалидности 3. Нормативно-правовое обеспечение деятельности при работе с людьми с ОВЗ. 4. Психологический инструментарий при работе с людьми с ОВЗ. 	Рассмотрение кейсов по участию сообществ людей с ОВЗ в проведении Зимних Паралимпийских Игр в Сочи в 2014 году, Всемирных игр колясочников и ампутантов (IWAS) в 2015 году,

Устный и письменный опрос	А (90-100%)	Глубокие знания темы, правильность ответов на все дополнительные вопросы по теме; структура, логика и аргументированность изложения; сочетание полноты и лаконичности ответа; общее понимание проблемы; актуальность проблемы; ориентирование в специальной литературе, анализ первоисточников; анализ различных точек зрения по данной проблеме; культура ответа; личная точка зрения.
---------------------------	-------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	B (82-89%)	Знания темы, правильность ответов на дополнительные вопросы по теме; структура, логика и аргументированность изложения; лаконичность ответа; общее понимание проблемы; актуальность проблемы; ориентирование в литературе; культура ответа; личная точка зрения.
	C (75-81%)	Знания темы; структура, логика и аргументированность изложения; ориентирование в литературе; культура ответа; личная точка зрения; ошибки.
	D (67-74%)	Слабые знания темы; структура изложения материала; ориентирование в литературе; культура ответа; личная точка зрения; грубые ошибки.
	E (60-66%)	Отсутствие знания темы; нарушенная структура изложения материала; отсутствие ориентирования в литературе; отсутствие культуры ответа и личной точки зрения.
	F (менее 60%)	Студент показывает незнание материала, не знает базовые понятия и категории
Тест	A (90-100%)	По результатам тестирования обучающийся дал 90-100% правильных ответов на тестовые задания
	B (82-89%)	По результатам тестирования обучающийся дал 82-89% правильных ответов на тестовые задания
	C (75-81%)	По результатам тестирования обучающийся дал 75-81% правильных ответов на тестовые задания
	D (67-74%)	По результатам тестирования обучающийся дал 67-74% правильных ответов на тестовые задания
	E (60-66%)	По результатам тестирования обучающийся дал 60-67% правильных ответов на тестовые задания
	F (менее 60%)	По результатам тестирования обучающийся дал менее 60% правильных ответов на тестовые задания
Работа в группе на практическом занятии	A (90-100%)	Активное участие на практических занятиях в дискуссиях, анализе и решении практических задач, тренингах и т.п. Правильное выполнение всех задач.
	B (82-89%)	Участие на практических занятиях в дискуссиях, анализе и решении практических задач, тренингах и т.п. Выполнение поставленных задач с допустимым количеством ошибок.

	C (75-81%)	Участие на практических занятиях в дискуссиях, анализе и решении практических задач, тренингах и т.п. Выполнение поставленных задач с максимально допустимым количеством ошибок.
	D (67-74%)	Слабое участие в дискуссиях, тренингах и т.п., делегирование значительной части работы другим членам группы
	E (60-66%)	Слабое участие в дискуссиях, тренингах и т.п.
	F (менее 60%)	Нежелание работать в группе

1.2. Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация осуществляется в форме зачета в 6 семестре.

В качестве средств, используемых на промежуточной аттестации, предусматривается:

Вопросы к зачету

1.3. Типовые задания для проведения промежуточной аттестации

Перечень вопросов к зачету

1. Мышление в немецкой классической философии.
2. Психология мышления в рамках прагматизма.
3. Позитивистская концепция мышления.
4. Понимание мышления в рамках операционализма.
5. Мышление в контексте теории рационализма.
6. Феноменологическая теория мышления.
7. Релятивистская теория мышления.
8. Изоморфизм как учение о мышлении.
9. Трансценденталистское понимание мышления.
10. Мышление в философской герменевтике.
11. Понимание мышления в русле экзистенциализма
12. Ассоциативная психология.
13. Вюрцбургская психологическая школа.
14. Гештальт-психологическая теория мышления.
15. Психоаналитическая концепция мышления.
16. Концепция мышления французской психологической школы.
17. Бихевиористическая концепция мышления.
18. Интеракционистская концепция мышления.
19. Когнитивная психология мышления.
20. Мышление в контексте метакогнитивного подхода.
21. Мышление как предмет исследования в рамках системного подхода.
22. Акмелогия как наука о путях достижения расцвета профессионального мышления.
23. Специфика профессионального творчества.
24. Влияние креативности профессионала на процесс разрешения конкретных ситуаций.

25. Особенности творческого мышления профессионала.
26. Психологические закономерности творческого профессионального мышления.
27. Психологические механизмы творческого профессионального мышления.
28. Этапы становления творческого мышления.
29. Мотивация профессионального творческого мышления.
30. Игра и возможности применения ее в формировании творческого профессионального мышления: ролевая игра, сценарный метод (видеотренинг).
31. Игра и возможности применения ее в формировании творческого профессионального мышления: деловая игра, инновационная игра.
32. Имитационные неигровые активные методы: Баллинтовская группа, мозговая атака, метод номинальных групп, синектика, метод проектной работы, кейсовый метод, метод фокус-групп.
33. Неимитационные активные методы: групповая дискуссия, метод анализа конкретных ситуаций, метод фокальных объектов, метаплановый метод.
34. Современные методы развития креативности: бинарные методы
35. Современные методы развития креативности: метод фреймов
36. Современные методы развития креативности: андрагогический метод
37. Современные методы развития креативности: контекстный метод
38. Современные методы развития креативности: метод социального научения.
39. Экспресс-методы развития креативности: метод «Желтое/Синее»
40. Экспресс-методы развития креативности: метод записи эпизодов
41. Экспресс-методы развития креативности: метод коллизии
42. Экспресс-методы развития креативности: метод майндмэпинг
43. Экспресс-методы развития креативности: метод организованных стратегий
44. Экспресс-методы развития креативности: метод «Двойной удар»
45. Экспресс-методы развития креативности: метод моделирования
46. Экспресс-методы развития креативности: иерархизационная техника
47. Экспресс-методы развития креативности: метод «Тройной удар»
48. Экспресс-методы развития креативности: метод «Трижды пять»
49. Экспресс-методы развития креативности: метод контрольных вопросов
50. Экспресс-методы развития креативности: список контрольных вопросов по Т.Эйлоарту, список контрольных вопросов по А.Осборну
51. Экспресс-методы развития креативности: брейнрайтинг
52. Экспресс-методы развития креативности: метод эвристических вопросов
53. Экспресс-методы развития креативности: методы с применением затрудняющих условий.
54. Гносеологические основы исследования творческого
55. Методологические основы исследования творческого мышления профессионала.
56. Психологическая характеристика творческого мышления профессионала.
57. Психологические методы развития креативности.

Максимальная оценка 100%

Критерии оценки:

- «отлично» выставляется студенту, если сумма баллов правильных ответов составляет 90% и более;

- «хорошо» выставляется студенту, если сумма баллов правильных ответов от 75% до 89%;
- «удовлетворительно» выставляется студенту, если сумма баллов правильных ответов от 60% до 74%;
- «неудовлетворительно» выставляется студенту, если сумма баллов правильных ответов менее 60%.

2. Критерии оценки по дисциплине

Описание работ	Максимальное количество баллов
1. Посещение занятий/активность на занятиях	Не оценивается
2. Выполнение форм текущего контроля успеваемости:	
Участие в практическом задании	40
Устный и письменный опрос	20
Тесты	20
Итого текущий контроль:	80
Промежуточная аттестация	20
Итого по всем формам контроля:	100

Оценка по пятибалльной шкале	Рейтинговая оценка, %	Европейская оценка
«Отлично» (5)	90-100 %	A
«Хорошо» (4)	82-89 %	B
	75-81 %	C
«Удовлетворительно» (3)	67-74 %	D
	60-66 %	E
«Неудовлетворительно» (2)	Менее 60 %	F