

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
профессионального образования
Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова
Социологический факультет

УТВЕРЖДАЮ
Декан социологического факультета МГУ
_____/Н.Г. Осипова/
« » _____ 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Креативный менеджмент»

«Creative management»

Уровень высшего образования:
Бакалавриат

Направление подготовки:

38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ

Профиль:

Маркетинг

Форма обучения:
очная

Рабочая программа рассмотрена и одобрена

На заседании Учёного Совета факультета

(протокол №__ от _____ 2019 г.)

Москва 2019

Рабочая программа дисциплины (модуля) разработана в соответствии с ФГОС для реализуемых основных профессиональных образовательных программ высшего образования по направлению подготовки / специальности 38.03.02 «Менеджмент» (программы бакалавриат) в редакции приказа Министерства образования и науки РФ от 12 января 2016 г. N 7 с изменениями и дополнениями от: 20 апреля 2016 г., 13 июля 2017 г.

Годы приёма на обучение: 2014, 2015, 2016, 2017, 2018.

1. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО: относится к профессиональному циклу вариативной части, дисциплина по выбору, 8 семестр.

2. Входные требования для освоения дисциплины, предварительные условия: освоение дисциплин: «Философия», «Социология», «Экономика», «Психология», «Стратегический менеджмент», «Маркетинг», «Маркетинговые исследования».

3. Результаты обучения по дисциплине, соотнесённые с требуемыми компетенциями выпускников.

| Компетенции выпускников (коды) | Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесённые с компетенциями |
|--|---|
| владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности (ПК-3) | Знать: – Код 31 (ПК-3) концептуальные основы креативного подхода стратегического планирования и управления. Уметь: – Код У2 (ПК-3) осуществлять стратегическое планирование; определять значимые факторы конкурентоспособности основных субъектов креативной деятельности в развитии организации. |
| способен обеспечивать информационно-аналитическое сопровождение маркетинговых решений с использованием современного инструментария и информационно-коммуникационных технологий (СПК-1) | Знать: – Код 31 (СПК-1) особенности применения креативных методов сбора и обработки информации для решения маркетинговых задач. Уметь: – Код У1 (СПК-1) выбирать и использовать знания о креативности, творчестве, новациях и современные научные достижения в области социологии креатива в практическом решении (методы обработки и анализа данных) значимых социальных проблем. |

4. Формат обучения: очная.

5. Объём дисциплины составляет 3 з.е., всего 108 академических часов, в том числе 20 академических часа (10 лекций, 10 часов семинары), отведенных на контактную работу обучающихся с преподавателем, 88 академических часов на самостоятельную работу обучающихся.

6. Содержание дисциплины, структурированное по темам с указанием отведённого на них количества академических часов и виды учебных занятий:

| Наименование и краткое содержание разделов и дисциплины, Форма промежуточной аттестации по дисциплине | Всего (часы) | В том числе | | | |
|--|--------------|---|---------------------------|-------|---|
| | | Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем) Виды контактной работы, часы | | | Самостоятельная работа обучающегося, часы |
| | | Занятия лекционного типа | Занятия семинарского типа | Всего | |
| Тема 1. Теоретико-методологические основы социологии креатива | 15 | 2 | 2 | 4 | 11 |
| Тема 2. Креативное и творческое мышление (критерии и показатели) | 13 | 1 | 1 | 2 | 11 |
| Тема 3. Креативная личность в процессе инновационных изменений | 13 | 1 | 1 | 2 | 11 |
| Тема 4. Креативные технологии и динамика развития социальной организации современного общества | 14 | 2 | 1 | 3 | 11 |
| Тема 5. Креатив в сфере национальных и геополитических трансформаций институтов власти | 13 | 1 | 1 | 2 | 11 |
| Тема 6. Креативные технологии развития корпоративного бизнеса | 13 | 1 | 1 | 2 | 11 |
| Тема 7. Креативное творчество в сфере современной культуры и искусства | 13 | 1 | 1 | 2 | 11 |
| Тема 8. Методика и практика креативного обучения и применение креативных технологий | 14 | 1 | 2 | 3 | 11 |
| Промежуточная аттестация (зачёт) | | | | | |
| Итого | 108 | | 20 | | 88 |

| п/п | Раздел | Содержание (темы) |
|-----|---|--|
| 1 | Тема 1. Теоретико-методологические основы социологии креатива | Актуальность научного познания феномена креативности. Креативность как особая реальность в динамике социальных изменений в современном мире. 5 принципов современности П. Штомпки. Креативность и проблема сохранения творческих ресурсов человеческого общества. Структура креативного знания, научный и ненаучный подходы в изучении креативности. Креатология как новая область научного знания. Креативность как предмет междисциплинарного исследования. Креативность, инновации и творчество как социологическая проблема. Социология креатива как социальная отрасль научного знания. Сравнительный анализ социологических концепций творчества и креативности. Особенности социологии креатива как учебной и научной дисциплины. Историческая эволюция социально-философских знаний и научных представлений о природе креативности человека и общества. История человеческой цивилизации как продукт креативного творчества. Креативные ступени творческого развития человека. Идеи творчества и креатива в философии, мифологии и религии. Современные концепции (подходы, теории) в изучении феномена креативности, инноваций и творчества. Основные положения концепции креативности в зарубежной и отечественной научной литературе (Маслоу, Гилфорд, Пригожин и др.). |
| 2 | Тема 2. Креативное и творческое мышление (критерии и показатели) | Общая характеристика мышления как особой социокультурной, управленческой и познавательной деятельности. Эволюция представлений о креативности и креативном мышлении (парадигм мышления) от Древних цивилизаций до современного информационного общества. Типология мышления по разным критериям (догматическая, стереотипная, индивидуальная, коллективная, теоретическая, эмпирическая и др.). Методология стратегического мышления (формирование гипотез, конкретизация подхода, выбор метода и др.). Целевая направленность креативного мышления и креативной стратегии. Креативность и диалектичность мышления. Креативное творчество как механизм смыслопорождения. Понятие и принципы формирования креативного интеллекта. Способы активизации мыслительной деятельности. Технологии развития креативного мышления. Три точки зрения на креативное творчество как свойство интеллекта. |

| | | |
|---|---|--|
| 3 | Тема 3. Креативная личность в процессе инновационных изменений | Креативная личность как объект социального изучения. Понятие и сущность креативной личности. Соотношение понятий «интеллигенция», «средний класс» и «прекариат». Креатор как субъект созидательной и инновационной личности в условиях кризисного социума. Формирование потенциала личности креативного типа (мотивация, поведение, мышление, действия и т.д.), особенности его структуры и факторы успешной деятельности (личностные и ситуативные). Конфликт отношений между «ретроградами» и «новаторами». Креативная творческая личность и проблема разрешения противоречия между «настоящим» и «будущим» (несоответствие реальности «вызову» времени). Типология творческих и креативных личностей. 7 качеств творческой личности. Креативность как новая модель современного образования. Основные теории креативной (новаторской) личности (А. Инкелес, Д. МакКлелланд, Э. Хаген, Г. Айзенк, М. Роджерс, Дж. Гилфорд, Е. Торренс, М. Нельке). Социокультурные и биогенетические основы креативных способностей (проблема их соотношения). Креативная личность в инновационном процессе (организатор, инвестор, разработчик, проектировщик, изготовитель, критик). |
| 4 | Тема 4. Креативные технологии и динамика развития социальной организации современного общества | Общее понимание о социальной организации современного общества (строение, черты, функционирование, типы). Пять принципов современности П. Штомпки. Виды управления социальной организации современного общества. Креативные стратегии и социальные технологии в развитии и управлении социальной организацией. Классификация основных факторов, влияющих на организационную культуру, способствующую развитию креативности управления. К проблеме социально-психологического климата в креативных организациях. Креативные технологии как фактор общественного развития и динамики социальных процессов. Р. Флорида о креативном классе, который меняет будущее. Основные концептуальные подходы в выделении типов креативных сообществ. Креативность и общественный прогресс. Креативные общества, инновации и творческие эпохи. Креативность как важнейший общественный ресурс. Социокультурные основы креативной инфраструктуры. Прикладные исследования креативного потенциала общества. Информационно-коммуникативные системы современного общества и характер направленности креативных технологий. |
| 5 | Тема 5. Креатив в сфере национальных и геополитических трансформаций | Политика и идеология как объект социологии креатива. Креативный подход в анализе социально-политических процессов современного общества. Особенности проявления креатива в сфере политики и идеологии (логика принятия решений). Общая |

| | | |
|---|--|--|
| | институтов власти | характеристика «четырёх зон» нового креативного мироустройства. Понятие «политического креатива» и «креативного творчества власти». Соотношение понятий «власть креатива», «креативная власть» и «креативные технологии» в сфере политики. Креативная власть как необходимое условие общественного развития. Типы политических систем как выражение креатива и творческого потенциала политической элиты. Креативная политика управления и легитимные типы господства (легальные, традиционные и харизматические). Особенности креативной политики «политического класса» (Г. Моска) и «властвующей элиты» (Р. Миллса, Д. Лассуэла, М. Фуко). Креативные «социодицеи» А. Глюксмана. Креативная (информационно-технологическая) манипуляция политическим сознанием общества. Креативные идеологемы глобализации. Креативные проекты современного политического мироустройства. |
| 6 | Тема 6. Креативные технологии развития корпоративного бизнеса | Экономика, бизнес и корпорации как объект исследования креативной социологии. Основные принципы креативного подхода в решении трех фундаментальных проблем экономики (что производить; как производить; для кого производить). Креативные экономические модели развитых и развивающихся стран. Системный анализ креативных инноваций в нестабильной экономике. Идеология креативности как условие повышения конкурентоспособности корпорации. Формула креативной экономики. Десять составляющих креативного менеджмента в сфере бизнеса. Пятнадцать креативных индустрий Д. Хокинса. Системный анализ креативных новаций в нестабильной экономике И. Шумпетера. Креативный ресурс как фактор производства. Предпосылки креативных новаций в экономике. Инновационная матрица П. Хебига. Основные принципы креативного подхода (нормативного и позитивного) в решении трех фундаментальных проблем экономики (что производить; как производить; для кого производить). Общая характеристика креативных инноваций в трех основных стадиях экономического развития (доиндустриальная, индустриальная, постиндустриальная). Креатив и новации в современных экономических системах (традиционной, административно-плановой и рыночной). Креативные экономические модели развитых и развивающихся стран (сравнительный анализ). К проблеме управления креативной инновационной деятельностью предприятия в условиях финансового кризиса (риска, нестабильности и неопределенности рынка). |

| | | |
|---|--|---|
| 7 | Тема 7. Креативное творчество в сфере современной культуры и искусства | Понятие креативности в социологии культуры, искусства и культурологи. Креативные артефакты и культурные системы. Креативные инсценировки как механизм культурной динамики и изменений. Особенности проявления креативного творчества в современной культуре и искусстве. 4 типа творческих доктрин. Креаторы и творцы современной культуры общества. Креативность в сфере художественной культуры. Практика креативного творчества в современном искусстве. Модели социального творчества в условиях системного кризиса (принятие креативных решений). Креативные варианты стратегии социальной динамики общества. Общественно-научные уровни научно-технического общества. Креативность как условие сохранения, функционирования и развития социальных организаций. Фактор коллективного творчества и креативности. |
| 8 | Тема 8. Методика и практика креативного обучения и применение креативных технологий | Методы обучения креативу в учебном процессе. Аналитические и синтетические методы креативного обучения. Активные и пассивные методы практического получения знаний. Применение креативных методик в социокультурной практике и в кризисных ситуациях. Общая характеристика креативных техник (интуитивных, дискурсивных и комбинированных). Методы генерирования идей и техника модерации. Особенности диагностики креативных способностей (групповая и индивидуальная). Интегративность как способ формирования единства групповых связей и отношений в процессе совместной деятельности. Методики диагностики креативности Дж. Гилфорда. Тесты креативности Е. Торренса как модель творческого процесса. Характеристики основных параметров креативности А. Туник. Психодиагностика и самодиагностика творческих способностей личности. Проективные методики диагностики креативных способностей. |

7. Фонд оценочных средств (ФОС) для оценивания результатов обучения по дисциплине.

7.1. Типовые контрольные задания или иные материалы для проведения текущего контроля успеваемости.

Контрольные вопросы:

1. Актуализация креатива в современном обществе.
2. Науки о креативности.
3. Социология креатива и национальная безопасность России.
4. Социология креатива как междисциплинарная область знаний.
5. Управление развитием творческим мышлением.

6. Социология креатива и стратегия развития общества.
7. Социология креатива в теориях политического развития общества.
8. Специфика креатива политических партий и общественных организаций в современной России.
9. Методика и практика обучения и применения креативных технологий.
10. Основные социальные преграды для реализации творческого потенциала.
11. Семь качеств творческой личности М. Нельке.
12. Креативность, инновации и творчество как социологическая проблема.

Темы для эссе:

1. М. Маклюэн о немыслимом креативности.
2. Креатор как субъект креативной и инновационной деятельности в условиях кризисного социума.
3. Социальный портрет креативной личности в современной России.
4. Особенности креативного мышления в бизнесе.
5. Специфика креативного подхода в системном анализе процесса геополитических изменений современного миропорядка.
6. Особенности технологий мышления молодого поколения в современной России.
7. Специфика креативного маркетинга в различных видах искусства.

Темы для докладов/рефератов:

1. Основные теории креативности.
2. Особенности социологии креатива как междисциплинарной области научного знания.
3. Базовые категории и понятия социологии креатива.
4. А. Инкелес об основных чертах (моделях) современной личности.
5. Личностные теории креативности и творчества (Дж. Гилфорд, Е. Торренс).
6. Общая характеристика качеств (свойств, черт) креативной творческой личности в современном российском обществе.
7. Креативность и диалектичность мышления по А. Кестлеру.
8. Основные характеристики дивергентного мышления по Дж. Гилфорду.
9. Особенности социологического анализа креативного потенциала современных обществ.
10. Синергетическая парадигма в изучении проблемы креативности различных социальных систем.
11. Креативность как условие развития самосохранения социальных организаций.
12. А.И. Пригожин о видах анализа социальной базы креативных новаций (структурного и позиционного).
13. Методы креативного управления в современной социальной организации.
14. Основные причины возрастающей роли креативного менеджмента в управлении политической сферой современного общества.
15. Концептуальные подходы в выделении разных типов креативных сообществ.

16. Общее и единичное между социальным и креативным капиталом.
17. Креативность как важнейший ресурс развития социальных организаций.
18. Основные принципы креативного подхода в решении фундаментальных проблем экономики.
19. Три значимые компоненты креативности в бизнесе.
20. Новые креативные идеологемы глобализации.
21. Индексы креативности политической элиты современного общества.
22. Особенности технологий мышления молодого поколения в современной России.
23. Основные модели управления современной культурой и искусством.
24. Критерии эффективности культурной политики государства.

Тестовые вопросы

Выберите правильные ответы (правильный ответ может быть один):

1. Как называется работа известного зарубежного социолога П. Штомпки?
 - a) Общество рисков;
 - b) Социология социальных изменений;
 - c) Система современных обществ.
2. Кто из английских ученых выделил четыре стадии процесса творчества?
 - a) Н. Бор;
 - b) И. Ньютон;
 - c) Г. Уоллес.
3. А. Маслоу утверждал, что творчество обычно состоит из:
 - a) одной фазы;
 - b) двух фаз;
 - c) бесконечного числа фаз.
4. Социология креатива обладает предметной направленностью, связанной с определенной сферой общественной жизнедеятельности. Это:
 - a) социальная сфера;
 - b) политическая сфера;
 - c) экономическая сфера;
 - d) культурная сфера.
5. Какое свойство системы позволяет ей сохранить свои базовые, качественные характеристики?
 - a) сверхустойчивость;

- b) определенность;
- c) стабильность.

6. Кто из ученых неоднократно отмечал сходство процесса творчества с материнством (по аналогии с процессом прокреации-рождения ребёнка).

- a) А. Маслоу;
- b) Г. Селье;
- c) Ж. Пиаже.

7. Что берется за основу уровня развития той или иной страны?

- a) индекс развития человеческого потенциала;
- b) уровень роста валового национального продукта;
- c) реальные показатели творческого потенциала.

8. Какой из социальных институтов в наибольшей мере способствует развитию творческих способностей человека, обеспечивая тем самым инновационное развитие общества?

- a) институт образования;
- b) институт права;
- c) политические институты.

9. Когда впервые появился новый термин «инновационное обучение»?

- a) в докладе римскому клубу «Нет пределов обучения» (1979);
- b) в международном докладе о неравенстве в мире (2018);
- c) в Декларации о культуре мира 53 сессия Генеральной ассамблеи ООН.

10. В профессиональной идеологии начинает широко использоваться термин «ключевая классификация», где особо отмечается:

- a) креативность;
- b) творческие и прогностические особенности;
- c) направленность на достижение успеха;
- d) все верно.

11. Как называется подход, если встречаются противоречивые требования и оба они должны быть удовлетворены?

- a) экстремистский;
- b) компромиссный;
- c) креативный.

12. Людей, которые задумывают и осуществляют инновации, Й. Шумпетер называл:

- a) креаторами;
- b) предпринимателями;

с) новаторами;

13. Впервые термин «инновация» был использован французами в:

а) 1789 г.

б) 1297 г.

с) 1991 г.

14. Кто из французских социологов начал разработку концептуальных основ креативной социологии?

а) О. Конт;

б) Э. Дюркгейм;

с) Г. Тард.

15. По мнению Г. Тарда, процесс освоения индивидом нововведений осуществляется через:

а) конфликты;

б) приспособление;

с) подражание;

д) все верно.

16. Кто из российских ученых, исследующих особенности экономического развития, показал их значимость в социальной жизни общества?

а) А. Пригожин;

б) Н. Кондратьев;

с) С. Глазьев.

17. Кто из зарубежных философов определял креативность как изначальную, созидательную силу, которая неотъемлема от самого факта существования человека:

а) А. Уайтхед;

б) Б. Рассел;

с) М. Хайдеггер.

18. Что выступает главной составляющей креативного процесса?

а) прагматичный элемент;

б) знания;

с) способности.

19. Кому принадлежат слова, что только творческий, креативный взгляд дает возможность осознавать присутствие нового в настоящем?

а) Э. Маклюэн;

б) Э. Фромм;

с) Ж. Сартр.

Семинар-пресс-конференция «Развитие РФ на ближайшие пять лет».

На основе ознакомления со специальной литературой (индексы креативности Р. Флориды: инноваций, высоких технологий, богемы и др.) и нормативными документами (стратегия социально-экономического развития России до 2025 г., 12 новых национальных проектов (2018), программы политических партий и др.) подготовьте ответы на следующие вопросы:

- Какие из семи совокупных индексов креативности имеют в России низкие, средние и высокие уровни проявления?
- Чем отличаются индексы креативности европейского общества от российского?
- Могут ли эти индексы выступать в качестве основы для новой модели политического развития?

Темы дискуссий:

1. Креативность и проблема разработки новой теории управления развитием российского общества.
2. Особенности стратегического мышления менеджеров в условиях кризисного состояния современного общества (в развитых и развивающихся странах).
3. Социология креатива как технология конструирования нового миропорядка.
4. Почему управлять людьми не нужно и как сделать продуктивными сильные стороны и знания каждого человека?
5. Креативная идеология (политика) и проблема устойчивого развития российского общества.
6. Современное искусство и культура как технология и товар.

Групповые задания:

1. Диагностика креативных способностей:
 - Измерение и обработка. Психодиагностика креативного мышления у студентов.
 - Анализ результатов. Применение опросника креативности Джонсона.
2. По мнению специалистов, за время существования человечества сменилось около восьми парадигм мышления. Соотнесите каждую парадигму с технологией поиска эффективного решения жизненных проблем в различное историческое время России.
3. Составить карту креативных профессий современной российской молодежи.
4. Используя формулу успеха Д. Трампа и три основных фактора успешной деятельности менеджера, проведите сравнительный анализ особенностей креативного подхода в управлении корпорацией в разных странах (России, США, Германии, Китае, Японии).
5. По мнению зарубежных специалистов (Ч. Лэндри «Креативный город»), сфера культуры сыграла заметную роль в создании творческой среды современного города, поскольку выступала в качестве потенциального источника общественного подъема. На каких шести принципах и трех направлениях она выстраивалась?

Индивидуальные практические задания:

1. Раскрыть основные черты креативной (инновационной) личности А. Инкелеса: открытость, признание, уверенность, уважение и др. Приведите примеры по каждой черте.
2. Покажите на практических примерах особенности триады Э.П. Торренса: творческие способности, творческая мотивация, творческие умения.
3. Провести сравнительный анализ рефлексий о значимости креатива в решении жизненных проблем.
4. Проведите сравнительный анализ технологий управления в различных типах формальных организаций (добровольных, принудительных, утилитарных).

7.2. Типовые контрольные задания или иные материалы для проведения промежуточной аттестации.

Вопросы для подготовки к зачёту:

1. Креативность и реформа современной образовательной системы.
2. Современные тенденции развития социологии креатива.
3. Креативность как ключевое понятие социально-гуманитарного знания.
4. Особенности креативной деятельности социолога (менеджера).
5. Предмет и задачи социологии креатива.
6. Понятие и сущность креативности.
7. Основные тенденции проявления креативности в современном обществе.
8. Особенности управленческого подхода в понимании креативного потенциала общества.
9. Инновационный ресурс как базовая основа развития социальной организации.
10. Основные теории социологии креатива.
11. Креативная личность социолога.
12. Культура и искусство как объект социологии креатива.
13. Креативный подход в системном анализе социально-политических изменений.
14. Специфика креативного управления инновационной деятельностью в сфере экономики и бизнеса.
15. Креативные экономические модели развития развитых и развивающихся стран.
16. Идеология креативности как условие повышения конкурентной способности корпоративных организаций.
17. Актуальность междисциплинарного подхода в изучении креативности.
18. Креативность как индикатор общественного прогресса.
19. Структура креативного знания.
20. Критерии креативного потенциала общества.
21. Понятие «немезис» креативности.
22. Идеология креативности в стратегии экономического развития корпоративной организации.

23. Креативные индустрии.

Критерии оценки ответов на зачёте:

| | |
|------------|--|
| Зачтено | Ответ логически выстроен и излагается на хорошем научном языке. Студент хорошо владеет необходимыми источниками и литературой, хорошо ориентируется в них, использует при ответе специализированную лексику, даёт хорошие ответы на основной и дополнительные вопросы. |
| Не зачтено | В ответе полностью отсутствует явная логика. Студент не владеет в полной мере даже основными источниками, не ориентируется в них, при ответе не использует специализированную лексику, даёт неудовлетворительные ответы на дополнительные и основные вопросы. |

Шкала и критерии оценивания результатов обучения по дисциплине.

| ШКАЛА И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ результатов обучения (РО) по дисциплине | | | | | |
|--|-------------------|--|---|---------------------------------------|---|
| Оценка | 2 | 3 | 4 | 5 | Виды оценочных средств |
| Результаты обучения | | | | | |
| Знания концептуальные основы креативного подхода стратегического планирования и управления. Код З1 (ПК-3) | Отсутствие знаний | Фрагментарные знания | Общие, но не структурированные знания | Сформированные систематические знания | Опрос по лекционному материалу (темы 1-3), контрольные вопросы, подготовка докладов, написание и защита рефератов и эссе на заданную тему |
| Умения осуществлять стратегическое планирование; определять значимые факторы конкурентоспособности основных субъектов креативной деятельности в развитии организации Код У2 (ПК-3) | Отсутствие умений | В целом успешное, но не систематическое умение | В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение (допускает неточности непринципиального характера) | Успешное и систематическое умение | Дискуссии, выполнение групповых и индивидуальных практических заданий |
| Знания особенности применения креативных методов сбора и обработки информации для решения маркетинговых задач Код З1 (СПК-1) | Отсутствие знаний | Фрагментарные знания | Общие, но не структурированные знания | Сформированные систематические знания | Опрос по лекционному материалу (темы 4-8), контрольные вопросы, подготовка докладов, написание и защита рефератов, тесты |

| | | | | | |
|--|-------------------|--|---|-----------------------------------|---|
| <p>Умения выбирать и использовать знания о креативности, творчестве, новациях и современные научные достижения в области социологии креатива в практическом решении (методы обработки и анализа данных) значимых социальных проблем Код У1 (СПК-1)</p> | Отсутствие умений | В целом успешное, но не систематическое умение | В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение (допускает неточности непринципиального характера) | Успешное и систематическое умение | Дискуссии (темы 6-8), семинар-пресс-конференция, выполнение групповых и индивидуальных практических заданий |
|--|-------------------|--|---|-----------------------------------|---|

8. Ресурсное обеспечение:

8.1. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины:

а) основная литература:

1. Креативная лаборатория: диалог творческих практик. М.: Академический Проект. 2009.
2. Лемберг Б. Креативное решение проблем: как развить творческое мышление / Б. Лемберг. СПб.: Вектор. 2014.
3. Лэндри Ч. Креативный город. М.: Классика-XXI. 2006.
4. Любарт Т. Психология креативности. М.: Когито-Центр. 2009.
5. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. М.: Классика-XXI. 2011.
6. Хокинс Д. Креативная экономика. М.: Классика-XXI. 2006.
7. Эпистемология креативности. М.: Канон+. 2013.

б) дополнительная литература:

1. Богоявлинская Д.Б. Психология творческих способностей. М. 2002.
2. Викторов А.Ш. Философский словарь нулевого поколения. М.: Канон +. 2013.
3. Друкер П., Макьярелло Ф., Джозеф А. Менеджмент. Пер. с англ. М.: ООО «И.Д. Вильямс». 2010.
4. Кинякина О.Н. Мозг на 100%. Интеллект. Память. Креатив. Интуиция. Интенсия-тренинг по развитию суперспособностей. М. 2008.
5. Креативное мышление в бизнесе. М. 2006.
6. Рождественская Н.В. Креативность: пути развития и тренинги. СПб. 2006.

7. Романов В.Л. Креативные аспекты социальной самоорганизации и социального управления // Синергетическая парадигма. Человек и общество в условиях нестабильности. М.: Прогресс-Традиция. 2003.
8. Трамп Д. Мысли по-крупному и не тормози. М.: Альянс Бизнес Бук. 2009.
9. Туник Е.Е. Диагностика креативности. Тест Е. Торренса. М. 2006.
10. Шевырев А.В. Технология творческого решения проблем (эвристический подход) или Книга для тех, кто хочет думать своей головой: Кн.1. Мышление и проблемы. Психология творчества. Белгород. 1995.

Перечень информационных технологий:

Интернет-ресурсы:

| № | | Web-адрес |
|----|---|---|
| 1. | Журнал «Социс. Социологические исследования» | http://www.nir.ru/socio/skipubl/socis.htm - |
| 2. | Журнал «Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология» | http://www.vestnik.socio.msu.ru/ |
| 3. | Российская государственная библиотека | http://www.rsl.ru/ |
| 4. | Научная электронная библиотека | http://www.elibrary.ru |
| 5. | Национальная электронная библиотека | http://www.nel.nns.ru/ |
| 6. | Федеральная служба государственной статистики РФ | http://www.gks.ru |
| 7. | Статистическая служба Европейского союза | http://ec.europa.eu |
| 8. | Электронная библиотека МГУ имени М.В. Ломоносова | http://www.nbmgu.ru/publicdb/ |
| 9. | ITMO news. Креативные технологии | https://news.itmo.ru/ru/education/trend/news/8129/ |

8.2.Описание материально-технического обеспечения:

Для проведения образовательного процесса требуется аудитория с трансформируемым пространством, оборудованная компьютером и проектором, необходимыми для демонстрации презентаций. Обязательное программное обеспечение – MS Office.

9. Язык преподавания.

Русский.

10. Преподаватель.

- Викторов А.Ш., профессор

11. Автор программы.

- Викторов А.Ш., профессор