

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

Факультет систем і засобів масової комунікації
Кафедра реклами і зв'язків з громадськістю

«ЗАТВЕРДЖУЮ»
Проректор з науково-педагогічної роботи

(підпис)
_____._____.20__р.

НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА
ВИБІРКОВОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Творчі аспекти в галузі реклами та зв'язків з громадськістю

Дніпро
2018

Предметом дисципліни, що вивчається є закони і закономірності створення творчої атмосфери при роботі з медіа-продуктом, а також практичні навички творчої роботи з медіа-матеріалом в галузі реклами та зв'язків з громадськістю.

Метою викладання навчальної дисципліни «Творчі аспекти в галузі реклами та зв'язків з громадськістю» є формування у слухачів системи знань щодо креативних практик, а також формування стійких навичок створення оригінальних медіа-послань та розробки унікальних медіа-проектів. Придбання знань про розвиток творчих здібностей колектива.

Основними завданнями вивчення дисципліни «Творчі аспекти в галузі реклами та зв'язків з громадськістю» - отримання знань про практичне вирішення творчих завдань, пов'язаних з комунікативними практиками та створенням медіа-продуктом. Отримання навичок створення творчих і цікавих медіа-матеріалів.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні:

знати:

як організувати творчий процес в галузі реклами та зв'язків з громадськістю;
як створити творчий настрій у себе і колективу в галузі реклами та зв'язків з громадськістю;
як формується мотивація в творчих роботах в галузі реклами та зв'язків з громадськістю;
як поліпшується розуміння творчих задач і їх реалізація в галузі реклами та зв'язків з громадськістю;

вміти:

використовувати творчі техніки;
формувати творчі завдання;
створювати творчі колективи;
творчо мислити.

Міждисциплінарні зв'язки: базується на вивченні нормативних дисциплін: "Техніка та технології галузі".

Програма навчальної дисципліни МОДУЛЬ 1

Змістовний модуль 1 Творчі здібності людини та креативні завдання

Тема 1. Творчі аспекти діяльності.

Робота в області реклами і зв'язків з громадськістю лежить в області творчої взаємодії з потенційними Клієнтами компаній і організацій. Знаходження оптимального шляху донесення важливої інформації є найважливішим завданням подібної комунікації.

Тема 2. Самодіагностика творчих здібностей. Ментальна схема (по Кену Робінсону) індивідуальних здібностей людини: інвентаризація потенціалу. Геніальні знання людини.

Ментальна карта потенціалу будується з метою описати шлях, який показує, яким чином людина може з ідеї перетворити об'єкт в реальність, і з цього потрапити в майбутнє.

Змістовний модуль 2 Практики розкриття творчого потенціалу працівника в галузі реклами та зв'язків з громадськістю

Тема 1. Практики пошуку творчих ідей та методика виходу за рамки парадигм.

Пошук нової ідеї як специфічна діяльність працівника в області реклами і зв'язків з громадськістю. Практика виходу за рамки звичних парадигм, а також практики створення якорів уваги дозволяють створювати переконливі і ємні творчі послання Клієнтам компаній і організацій.

Тема 2. реалізація творчих проектів

Реалізація творчих задумів в області реклами і зв'язків з громадськістю. Нестандартні підходи (ТРИЗ, ментальні схеми та ін.) Створення переконливих меседж в рекламі. Творча робота з текстом і зображенням. "Переклад" даних в нові наочні форми.

Тема 3. Практика творчої роботи в колективі. Оцінка потенціалу учасників творчого процесу.

Оцінка творчого потенціалу учасників (за методикою Е. де Боно, за тестуванням), вибір найбільш комфортною ролі в творчому процесі. Розробка творчих медіа-проектів.

Мова викладання: українська.

Форма підсумкового контролю успішності навчання - залік.

Рекомендована література

1. Альтшулер Г. Найти идею: Введение в ТРИЗ – теорию решения изобретательских задач. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2008.
2. Баркер Дж. Парадигмы мышления: Как увидеть новое и преуспеть в меняющемся мире. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2007
3. Бернс Г. Разрушители стереотипов: Когда и как можно нарушать общепринятые правила и выходить победителем. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2009.
4. Боно Э. Курсы развития мышления
http://www.koob.ru/edwdebono/courses_thinking
5. Боно Э. Научите себя думать/
http://www.koob.ru/edwdebono/nauchite_seba_dumat_bon
6. Брабандер Л. де. Забытая сторона перемен: Как творческий подход изменяет реальность. – М.: Претекст, 2006 .
7. О'Коннор Дж. Искусство системного мышления: Необходимые знания о системах и творческом подходе к решению проблемы. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2006.
8. Лерер Дж. Вообрази: как работает креативность. М.: АСТ, 2013.

Додаткова література

1. Рок Д. Мозг. Инструкция по применению. Как использовать свои возможности по максимуму и без перегрузок. М: Альпина Паблишер, 2017.
2. Микалко М. Взлом креатива. М: МИФ, 2016.
3. Леви М. Гениальность на заказ. М: МИФ 2017.
4. Глейзер Д., Найт К., Дизайн. Разработка проектов. Разбуди свое вдохновение! СПб: Питер, 2014.
5. Каммингс С. Реконструкция стратегии. –Х.:Гуманитарный Центр, 2010.
6. Кун Т. Структура научных революций. М.: АСТ, 2003.