

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Силин Яков Петрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 05.06.2026 13:26:29
Уникальный программный ключ:
24f866be2aca16484036a8cbb3c509a9531e605f

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»

Одобрена
на заседании кафедры

04.12.2025 г.
протокол № 12
Зав. кафедрой Банных С.Г.

Утверждена

Советом по учебно-методическим
вопросам и качеству образования

16 декабря 2025 г.

протокол № 12
Председатель  Карх Д.А.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	Креативное мышление в бизнесе (продвинутый уровень)
Направление подготовки	38.04.02 Менеджмент
Профиль	Бизнес-психология и управленческий консалтинг
Форма обучения	очно-заочная
Год набора	2026
Разработана: Профессор, д.ф.н. Матвеева А.И.	

Екатеринбург
2025 г.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	3
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП	3
3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ	3
4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОПОП	3
5. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН	4
6. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ	6
7. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	8
8. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ	15
9. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	15
10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ЛИЦЕНЗИОННОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ОНЛАЙН КУРСОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ	16
11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ	17

ВВЕДЕНИЕ

Рабочая программа дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы магистратуры, разработанной в соответствии с ФГОС ВО

ФГОС ВО	Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 952)
---------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

изучить различные виды мышления, такие как: системное, управленческое, продуктивное, творческое виды мышления. Сформировать у студентов базовые основы креативного мышления, раскрыть его роль в деятельности руководителя. Утверждается, что развитие креативного мышления - одна из главных задач каждого менеджера, так как от этого зависит эффективность принимаемых им решений, создаваемых стратегий, успех развития его организации и его деловая карьера

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Промежуточная аттестация	Часов					З.е.
	Всего за семестр	Контактная работа (по уч.зан.)			Самостоятельная работа в том числе подготовка контрольных и курсовых	
		Всего	Лекции	Практические занятия, включая курсовое проектирование		
Семестр 4						
Зачет	108	20	8	12	88	3

4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОПОП

В результате освоения ОПОП у выпускника должны быть сформированы компетенции, установленные в соответствии ФГОС ВО.

Шифр и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций
организационно-управленческий	
ПК-3 Разработка, внедрение и совершенствование системы маркетинговых коммуникаций в организации	ИД-1.ПК-3 Знать: -Инструменты маркетинговых коммуникаций -Стандарты, этические нормы и принципы, регулирующие информационно-коммуникационную и рекламную деятельность организации -Состав процесса стратегического и оперативного планирования -Организация рекламного дела -Законодательство Российской Федерации и международное право в области маркетинговой деятельности, стандарты и этические принципы, регулирующие коммуникационную политику организации

ПК-3 Разработка, внедрение и совершенствование системы маркетинговых коммуникаций в организации	ИД-2.ПК-3 Уметь: -Проводить внутренние и внешние коммуникационные кампании -Формировать имидж и деловую репутацию организации -Продвигать товары (услуги) организации на рынок -Улучшать бизнес-процессы организации в области коммуникационной политики -Выстраивать систему коммуникаций в организации на уровне стратегий -Проводить анализ результативности коммуникационной политики -Использовать инструменты проектного управления в выработке эффективной коммуникационной политики
	ИД-3.ПК-3 Иметь практический опыт: -Разработка системы маркетинговых коммуникаций в организации -Разработка и проведение коммуникационных кампаний в организации -Формирование каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг организации -Разработка технических заданий и предложений по формированию фирменного стиля и рекламной продукции организации -Формирование имиджа и деловой репутации организации -Организация и проведение мероприятий по связям с общественностью для формирования маркетинговых коммуникаций организации -Разработка и проведение рекламных акций по стимулированию продаж -Работа с инструментами прямого маркетинга -Подготовка рекомендаций по совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций для принятия управленческих решений

5. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Тема	Часов						
	Наименование темы	Всего часов	Контактная работа (по уч. зан.)			Самост. работа	Контроль самостоятельной работы
			Лекции	Лабораторные	Практические занятия		
Семестр 4		108					
Тема 1.	Мысль, мышление, способности и виды мышления. Взаимосвязь интеллекта и творческих способностей в вопросах управления человеческим капиталом, мотивации, групповой динамики, командообразования, коммуникаций и управления конфликтами (ПК-3).	10	1		1	8	
Тема 2.	Базовые понятия системной логики и их объяснения. Логическое мышление в использовании инструментов маркетинговых коммуникаций. Системное мышление. (ПК-3)	5	1			4	

Тема 3.	Управленческое мышление. Латеральное мышление, как метод нестандартного подхода и решения задач при организации взаимного обмена профессиональным опытом работников подразделения в целях повышения профессионального уровня(ПК-3)	11			1	10	
Тема 4.	Преодолевать ошибки группового мышления и предубеждения. Продуктивное мышление. Поиск, критический анализ и синтез информации. (ПК-3)	5			1	4	
Тема 5.	Особенности творческого мышления: сравнение, анализ и синтез, соотношение главного и второстепенного, решение поставленных задач в бизнесе. Оценка реальных и потенциальных возможности к креативности работников подразделения.(ПК-3)	16			1	15	
Тема 6.	Развитие креативности личности: психологический аспект и его применение в улучшении бизнес-процессов организации в области коммуникационной политики. Пять принципов проактивного мышления. (ПК-3)	25	1		1	23	
Тема 7.	Формирование каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг организации с использованием информации и дезинформации. Информация и дезинформация: краткое напоминание и алгоритм первичного качественного анализа. (ПК-3)	13	2		1	10	
Тема 8.	Значение эмоционального интеллекта в развитии креативного мышления в бизнесе. Использовать инструменты проектного управления в выработке эффективной коммуникационной политики и развитии эмоционального интеллекта у сотрудников компании (ПК-3)	13	1		2	10	
Тема 9.	Роль дизайн – мышления в консультировании участников процесса управления рисками внутри организации. Способы креативной оценки влияния рыночных возможностей на развитие новых направлений деятельности и организаций.(ПК-3)	5	1		2	2	

Тема 10.	Технологии развития творческой инициативы при проведении идентификации, анализа и оценки наиболее критичных рисков организации. Различные креативные приемы и способы социализации личности в организации. (ПК-3)	5	1		2	2	
----------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---	---	--	---	---	--

6. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ

Раздел/Тема	Вид оценочного средства	Описание оценочного средства	Критерии оценивания
Текущий контроль (Приложение 4)			
Тема 1. Тема 2.	Контрольная работа №1 (Приложение 4)	Оценочное средство в виде теста. Тест состоит из 25 вопросов в каждом вопросе 4 варианта ответа и только 1 правильный.	49 и менее неудовлетворительно, 69% - 50% удовлетворительно 84% - 70% хорошо, 100% - 85% отлично.
Тема 3. Тема 4.	Контрольная работа №2 (Приложение 4)	Оценочное средство в виде теста. Тест состоит из 25 вопросов в каждом вопросе 4 варианта ответа и только 1 правильный.	49 и менее неудовлетворительно, 69% - 50% удовлетворительно 84% - 70% хорошо, 100% - 85% отлично.
Тема 5. Тема 6.	Контрольная работа №3 (Приложение 4)	Оценочное средство представлено в виде теста. Тест состоит из 20 вопросов . в каждом вопросе четыре варианта ответов и только 1 правильный.	49 и менее неудовлетворительно, 69% - 50% удовлетворительно 84% - 70% хорошо, 100% - 85% отлично.
Тема 7. Тема 8.	Контрольная работа №4 (Приложение 4)	Оценочное средство состоит из 20 творческих задач.	49 и менее неудовлетворительно, 69% - 50% удовлетворительно 84% - 70% хорошо, 100% - 85% отлично.

Тема 9. Тема 10.	Контрольная работа №5 (Приложение 4)	Оценочное средство представлено в виде теста. Тест состоит из 20 вопросов . в каждом вопросе четыре варианта ответов и только 1 правильный.	49 и менее неудовлетворительно, 69% - 50% удовлетворительно 84% - 70% хорошо, 100% - 85% отлично.
Промежуточная аттестация (Приложение 5)			
4 семестр (За)	Билеты для зачета	Оценочное средство представлено в виде 20 билетов. в каждом билете 3 вопроса . 2 вопроса теоретических 1 практический	49 и менее незачтено, 50%-

ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ

Показатель оценки освоения ОПОП формируется на основе объединения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающегося.

Показатель рейтинга по каждой дисциплине выражается в процентах, который показывает уровень подготовки студента.

Текущий контроль. Используется 100-балльная система оценивания. Оценка работы студента в течении семестра осуществляется преподавателем в соответствии с разработанной им системой оценки учебных достижений в процессе обучения по данной дисциплине.

В рабочих программах дисциплин и практик закреплены виды текущего контроля, планируемые результаты контрольных мероприятий и критерии оценки учебных достижений.

В течение семестра преподавателем проводится не менее 3-х контрольных мероприятий, по оценке деятельности студента. Если посещения занятий по дисциплине включены в рейтинг, то данный показатель составляет не более 20% от максимального количества баллов по дисциплине.

Промежуточная аттестация. Используется 5-балльная система оценивания. Оценка работы студента по окончанию дисциплины (части дисциплины) осуществляется преподавателем в соответствии с разработанной им системой оценки достижений студента в процессе обучения по данной дисциплине. Промежуточная аттестация также проводится по окончанию формирования компетенций.

Порядок перевода рейтинга, предусмотренных системой оценивания, по дисциплине, в пятибалльную систему.

Высокий уровень – 100% - 70% - отлично, хорошо.

Средний уровень – 69% - 50% - удовлетворительно.

Показатель оценки	По 5-балльной системе	Характеристика показателя
100% - 85%	отлично	обладают теоретическими знаниями в полном объеме, понимают, самостоятельно умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов на высоком уровне
84% - 70%	хорошо	обладают теоретическими знаниями в полном объеме, понимают, самостоятельно умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов. Могут быть допущены недочеты, исправленные студентом самостоятельно в процессе работы (ответа и т.д.)
69% - 50%	удовлетворительно	обладают общими теоретическими знаниями, умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов на среднем уровне. Допускаются ошибки, которые студент затрудняется исправить самостоятельно.
49 % и менее	неудовлетворительно	обладают не полным объемом общих теоретическими знаниями, не умеют самостоятельно применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов. Не сформированы умения и навыки для решения профессиональных задач
100% - 50%	зачтено	характеристика показателя соответствует «отлично», «хорошо», «удовлетворительно»
49 % и менее	не зачтено	характеристика показателя соответствует «неудовлетворительно»

7. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. Содержание лекций

Тема 1. Мысль, мышление, способности и виды мышления. Взаимосвязь интеллекта и творческих способностей в вопросах управления человеческим капиталом, мотивации, групповой динамики, командообразования, коммуникаций и управления конфликтами (ПК-3).

Общая характеристика сенсорно-перцептивных процессов.

Физиологический механизм восприятия. Этапы формирования и развития перцептивных действий.

Механизм работы перцепции. Перцептивные действия. Взаимосвязь "ощущения" и "восприятия" через познавательный психический процесс. Основные свойства ощущений.

Восприятие как сенсорно-перцептивный процесс. Понятие сенсорно-перцептивного процесса.

Виды восприятия. Сложные виды восприятия. Свойства восприятия. Предметность восприятия.

Целостность восприятия. Структурность восприятия. Константность восприятия. Апперцепция.

Осмысленность восприятия. Активность. Принципы восприятия. Виды иллюзий и их

характеристики. Взаимосвязь интеллекта и творческих способностей в вопросах управления человеческим капиталом, мотивации, групповой динамики, командообразования, коммуникаций и управления конфликтами.

Тема 2. Базовые понятия системной логики и их объяснения. Логическое мышление в использовании инструментов маркетинговых коммуникаций. Системное мышление. (ПК-3)

Системное мышление. Системно-логическое мышление. Логические формы мышления. базовые понятия системной логики. основные законы логики. Логические связи.

Логическое мышление. Системное мышление как основной элемент самообучающейся организации.

Тема 6. Развитие креативности личности: психологический аспект и его применение в улучшении бизнес-процессов организации в области коммуникационной политики. Пять принципов проактивного мышления. (ПК-3)

Креативное мышление как одно из ключевых навыков XXI века. Развитие креативности личности как предмет научного исследования. Смысл и анализ научных исследований структуры и содержания понятия «креативность» с психологической точки зрения. Концепция Стернберга и Лаверта «теория инвестирования». Составляющие интеллекта: синтетическая способность, аналитическая способность, практические способности. Концепция принятия интеллектуального решения и смысловой теории мышления Т.В. Корниловой. Четыре аспекта креативности: креативная среда, креативный продукт, креативная личность.

Пять видов проактивного мышления. Проактивное мышление. 5 ключей проактивности: Управление вниманием; Управление пониманием; Управление выбором; Управление ресурсами; Воля. Суть метода QBQ.

Тема 7. Формирование каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг организации с использованием информации и дезинформации. Информация и дезинформация: краткое напоминание и алгоритм первичного качественного анализа. (ПК-3)

Понятие «информация». Информация в рамках концепции К. Шеннона. Информация с точки зрения Грегори Бейтсона. Свойство организованных социальных систем. Норберт Винер и его взгляд на информацию. Объективная информация. Субъективная (семантическая) информация. Роль гуманитарной информации в изучении дисциплины "Креативное мышление в бизнесе". В человеческом обществе решающее значение приобретает не сама информация, а её смысловое содержание. Отличие понятий "информация" и "смысл". Семантика и семиотика. Дезинформацией (также дезинформированием) как один из способов манипулирования информацией. Цель Дезеформирования. Масштабы дезинформирования. Типичные задачи манипулятивного воздействия в процессе социального взаимодействия и реализации своей роли в команде. Какие существуют способы защиты от дезинформации. Деятельность общения как одно из важнейших условий существования человеческого общества.

Тема 8. Значение эмоционального интеллекта в развитии креативного мышления в бизнесе. Использовать инструменты проектного управления в выработке эффективной коммуникационной политики и развитии эмоционального интеллекта у сотрудников компании (ПК-3)

Область изучаемых эмоциональных явлений эмоции и чувства, эмоциональная сфера, эмоциональные состояния, эмоциональные процессы, эмоциональные свойства, эмоциональные переживания и пр. Четыре основных типа способностей, составляющих структуру эмоционального интеллекта: 1) точность оценки, выражение эмоций как самого индивида, так и окружающих его людей; 2) когнитивную ассимиляцию эмоционального опыта; 3) способность распознавать, понимать и осмысливать эмоции; 4) адаптивную регуляцию эмоций индивида и окружающих его людей.

Эмоциональный интеллект в научных психологических концепциях. Две модели эмоционального интеллекта: модель способностей и смешанная модель эмоционального интеллекта. Модель способностей означает рассмотрение данного психологического феномена на пересечении эмоций и познания. В смешанной модели эмоциональный интеллект предстает как сочетание умственных способностей и индивидуальных, персональных черт личности. Выделено 4 базовых типа мышления, каждый из которых обладает специфическими характеристиками. Это предметное, символическое, знаковое и образное мышление.

Тема 9. Роль дизайн – мышления в консультировании участников процесса управления рисками внутри организации. Способы креативной оценки влияния рыночных возможностей на развитие новых направлений деятельности и организаций. (ПК-3)

Что такое дизайн-мышление. Дизайн-мышление основано преимущественно на интуиции, умении распознавать модели поведения и создавать идеи, которые несут не только функциональную, но и эмоциональную нагрузку. Кто такие дизайн-мыслители?

Критерии успешных идей: реализуемость - насколько функциональна идея; жизнеспособность - может ли идея стать частью бизнес-модели; целесообразность - имеет ли идея смысл и ценность для людей.

Подготовка брифа проекта. Преобразование потребности в необходимость. Эксперименты творческой команды. Информация о сильных и слабых сторонах модели помогает определить новые направления для создания более сложных прототипов. Создание нефизических прототипов включает создание сценариев и историй, в которых с помощью слов или картинок описаны потенциальные будущие ситуации или состояния. Выявление и оценивание новых рыночных возможностей, разработка бизнес-плана создания и развития новых направлений деятельности и организаций.

Тема 10. Технологии развития творческой инициативы при проведении идентификации, анализа и оценки наиболее критичных рисков организации. Различные креативные приемы и способы социализации личности в организации. (ПК-3)

Исторический аспект развития «инноватики». Категории «инновации». Что представляет «инновационный процесс», чем он отличается от понятия «инновация». Субъекты инновационного процесса. Функции инновационного процесса. Формы социализации. Причины инновационного кризиса. Инновационный процесс может быть представлен в виде трех компонентов: первый компонент инновационного процесса - новация; второй компонент инновационного процесса - внедрение; третий компонент инновационного процесса — диверсификация инноваций. Какую роль играет субъект, коллектив и творчество в разработке инноваций в бизнесе. Модель современной личности, которая отражает черты, востребованные прогностическими тенденциями развития общества, в ней творчество выделяется как качество современной личности. Аналитическая модель современного человека А. Инкелес.

Тема 1. Мысль, мышление, способности и виды мышления. Взаимосвязь интеллекта и творческих способностей в вопросах управления человеческим капиталом, мотивации, групповой динамики, командообразования, коммуникаций и управления конфликтами (ПК-3).

Мысль, мышление, способности и виды мышления. Суть и цель мышления. Восприятие мышления. Режимы мышления и виды когнитивных искажений. Схема работы нашего мышления.

Дисциплинарное и научные типы мышлений. Типы мышления в глобальной перспективе по Г. Гаднеру. Визуальное мышление.

Взаимосвязь интеллекта и творческих способностей. Пример соотношения креативности и интеллекта по Дж. Гилфорду. Конвергентное и дивергентное мышление. Пример соотношения креативности и интеллекта по В.Н. Дружинина. Пример соотношения креативности и интеллекта по А. Маслоу, Д.Б. Богоявленской. Взаимосвязь интеллекта и творческих способностей в вопросах управления человеческим капиталом, мотивации, групповой динамики, командообразования, коммуникаций и управления конфликтами.

Тема 3. Управленческое мышление. Латеральное мышление, как метод нестандартного подхода и решения задач при организации взаимного обмена профессиональным опытом работников подразделения в целях повышения профессионального уровня (ПК-3)

Системный интеллект. Управленческое мышление. Четыре типа мышления необходимые управленцу: рефлексивное, социальное, аналитическое, контекстное. Новое управленческое решение. Новая концепция гуманных отношений в менеджменте.

Латеральное мышление, как метод нестандартного подхода и решения задач.

Методы латерального мышления: метод шести шляп, синектический штурм, случайное слово, выход за рамки.

Тема 4. Преодолевать ошибки группового мышления и предубеждения. Продуктивное мышление. Поиск, критический анализ и синтез информации. (ПК-3)

Преодолевать ошибки группового мышления и предубеждения. Продуктивное и репродуктивное мышление. Как добиться развития продуктивного решения. Поиск, критический анализ и синтез информации. Критический анализ информации. Критическое и некритическое мышление.

Критическое мышление и его составляющие. Критерии точности критического анализа.

Критический анализ информации. 14 ключевых навыков критического мышления.

Тема 5. Особенности творческого мышления: сравнение, анализ и синтез, соотношение главного и второстепенного, решение поставленных задач в бизнесе. Оценка реальных и потенциальных возможности к креативности работников подразделения. (ПК-3)

Креативность. Креативная личность. Концепции креативности. Концепция редукции творчества.

Концепции креативности: концепция редукции творчества к интеллекту, Концепция креативности Дж. Гилфорда, Э.П. Торренса, Концепция М. Воллаха и Н. Когана, концепция А.Медника.

Особенности творческого мышления: сравнение, анализ, синтез, соотношение главного и второстепенного, решение поставленных задач в бизнесе. Метод контрольных вопросов для решения творческих задач. Метод фокальных объектов для поиска новых идей. метод гирлянд случайностей и ассоциаций для поиска креативных решений. Правила определения круга задач в рамках поставленной цели и оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений. Оценка реальных и потенциальных возможности к креативности работников подразделения.

Тема 6. Развитие креативности личности: психологический аспект и его применение в улучшении бизнес-процессов организации в области коммуникационной политики. Пять принципов проактивного мышления. (ПК-3)

Пять фундаментальных принципов проактивного мышления, которые определяют наше поведение и, в конечном счете, успех: 1) получение знаний; 2) проявление ответственности; 3) проявление креативности; 4) служение другим; 5) укрепление доверия. Помешать в приобретении новых знаний могут следующие барьеры: 1. “Перенос”, 2. “Ожидания”, 3. “Мне положено”, 4. “Ловушка опыта”, 5. “Отторжение”. 8 способов развить креативное мышление: 1. Настройте себя на позитив, 2. Тренируйтесь с помощью ассоциаций, 3. Представьте себя на месте директора, 4. Начните пользоваться второй рукой, 5. Записывайте идеи в блокнот, 6. Найдите новое применение старым вещам, 7. Запишитесь на онлайн-курсы, 8. Попробуйте поработать в кофейне.

Тема 7. Формирование каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг организации с использованием информации и дезинформации. Информация и дезинформация: краткое напоминание и алгоритм первичного качественного анализа. (ПК-3)

Хранение информации. Первичный анализ гуманитарной информации. Арсенал вторичного качественного анализа информации представлен алгоритмами, определяющими ее истинность. Фундаментальные свойства информации. Типология информации. Типы информации. По источнику информации гуманитарная информация включает в себя экологическую, техногенную, социальную и политическую. Категории гуманитарной информации. Род информации. Виды гуманитарной информации. Подвиды гуманитарной информации. Формы гуманитарной информации. По легальности («режимности») различают «открытую» и «закрытую» информацию.

Тема 8. Значение эмоционального интеллекта в развитии креативного мышления в бизнесе.

Использовать инструменты проектного управления в выработке эффективной коммуникационной политики и развитии эмоционального интеллекта у сотрудников компании (ПК-3)

Предметное мышление. Символическое мышление. Знаковое мышление. Образное мышление.

Уровень креативности и базового типа мышления. Различные точки зрения. Дж. Гилфорд, К. Тэйлор, М.А. Пономарев Д. Векслер, Г. Айзенк, Р. Стернберг и др. Эмоциональный интеллект как эмоциональное мышление. Опросник «Определение типов мышления и уровня креативности» (творческих способностей) Дж. Брунера. Опросник эмоционального интеллекта «ЭМИн» Д.В. Люсина.

Тема 9. Роль дизайн – мышления в консультировании участников процесса управления рисками внутри организации. Способы креативной оценки влияния рыночных возможностей на развитие новых направлений деятельности и организаций. (ПК-3)

Дизайн впечатлений. Современная экономика как экономика впечатлений: люди хотят не просто потреблять, а принимать участие в процессе. Правила удовлетворения потребности современных клиентов:

Хорошей идеи недостаточно, создавая продукт, продумайте разные варианты участия клиента, чтобы люди захотели попробовать что-то новое, в этом новом должны быть какие-то знакомые для них элементы.

Сегодня перед организациями стоят двойственные задачи: как научить дизайнеров, виртуозно решающих проблемы, стратегическому мышлению, и как вовлечь других специалистов в дизайн-мышление. Бизнес-мышление. Дизайн-мышление как популярный тренд. Дизайн вашей жизни.

Дизайн-мышление и организации. Советы помогут успешно применять дизайн-мышление в вашем бизнесе: Прототип должен быть тестируемым, но не обязательно физическим; обращайтесь к профессионалам; делитесь вдохновением; не позволяйте бюрократии тормозить инновации; ищите таланты всегда и везде.

Тема 10. Технологии развития творческой инициативы при проведении идентификации, анализа и оценки наиболее критичных рисков организации. Различные креативные приемы и способы социализации личности в организации. (ПК-3)

Технология коллективной творческой деятельности. Технология коллективной творческой деятельности.

Технология группового и коллективного взаимодействия. Технология социального проектирования.

Технология Дебаты. Event-технология. Интернет-технологии. Технология самопрезентации.

Технология портфолио.

7.3. Содержание самостоятельной работы

Тема 2. Базовые понятия системной логики и их объяснения. Логическое мышление в использовании инструментов маркетинговых коммуникаций. Системное мышление. (ПК-3)

1. Изучение основной и дополнительной литературы.

2. Решение практических и теоретических задач в соответствии с изучаемыми темами.

3. Подготовка к экзамену (Приложение 2).

<p>Тема 3. Управленческое мышление. Латеральное мышление, как метод нестандартного подхода и решения задач при организации взаимного обмена профессиональным опытом работников подразделения в целях повышения профессионального уровня.(ПК-3)</p> <ol style="list-style-type: none">1. Изучение основной и дополнительной литературы.2. Решение практических и теоретических задач в соответствии с изучаемыми темами.3. Подготовка к экзамену (Приложение 2).
<p>Тема 4. Преодолевать ошибки группового мышления и предубеждения. Продуктивное мышление. Поиск, критический анализ и синтез информации. (ПК-3)</p> <ol style="list-style-type: none">1. Изучение основной и дополнительной литературы.2. Решение практических и теоретических задач в соответствии с изучаемыми темами.3. Подготовка к экзамену (Приложение 2).
<p>Тема 5. Особенности творческого мышления: сравнение, анализ и синтез, соотношение главного и второстепенного, решение поставленных задач в бизнесе. Оценка реальных и потенциальных возможности к креативности работников подразделения.(ПК-3)</p> <ol style="list-style-type: none">1. Изучение основной и дополнительной литературы.2. Решение практических и теоретических задач в соответствии с изучаемыми темами.3. Подготовка к экзамену (Приложение 2).
<p>Тема 6. Развитие креативности личности: психологический аспект и его применение в улучшении бизнес-процессов организации в области коммуникационной политики. Пять принципов проактивного мышления. (ПК-3)</p> <ol style="list-style-type: none">1. Изучение основной и дополнительной литературы.2. Решение практических и теоретических задач в соответствии с изучаемыми темами.3. Подготовка к экзамену (Приложение 2).
<p>Тема 7. Формирование каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг организации с использованием информации и дезинформации. Информация и дезинформация: краткое напоминание и алгоритм первичного качественного анализа. (ПК-3)</p> <ol style="list-style-type: none">1. Изучение основной и дополнительной литературы.2. Решение практических и теоретических задач в соответствии с изучаемыми темами.3. Подготовка к экзамену (Приложение 2).
<p>Тема 8. Значение эмоционального интеллекта в развитии креативного мышления в бизнесе. Использовать инструменты проектного управления в выработке эффективной коммуникационной политики и развитии эмоционального интеллекта у сотрудников компании (ПК-3)</p> <ol style="list-style-type: none">1. Изучение основной и дополнительной литературы.2. Решение практических и теоретических задач в соответствии с изучаемыми темами.3. Подготовка к экзамену (Приложение 2).
<p>Тема 9. Роль дизайн – мышления в консультировании участников процесса управления рисками внутри организации. Способы креативной оценки влияния рыночных возможностей на развитие новых направлений деятельности и организаций.(ПК-3)</p> <ol style="list-style-type: none">1. Изучение основной и дополнительной литературы.2. Решение практических и теоретических задач в соответствии с изучаемыми темами.3. Подготовка к экзамену (Приложение 2).
<p>Тема 10. Технологии развития творческой инициативы при проведении идентификации, анализа и оценки наиболее критичных рисков организации. Различные креативные приемы и способы социализации личности в организации. (ПК-3)</p> <ol style="list-style-type: none">1. Изучение основной и дополнительной литературы.2. Решение практических и теоретических задач в соответствии с изучаемыми темами.3. Подготовка к экзамену (Приложение 2).

7.3.1. Примерные вопросы для самостоятельной подготовки к зачету/экзамену
Приложение 1

7.3.2. Практические задания по дисциплине для самостоятельной подготовки к зачету/экзамену
Приложение 2

7.3.3. Перечень курсовых работ
Не предусмотрено

7.4. Электронное портфолио обучающегося
Материалы не размещаются в портфолио

7.5. Методические рекомендации по выполнению контрольной работы
Не предусмотрено

7.6 Методические рекомендации по выполнению курсовой работы
Не предусмотрено

8. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

По заявлению студента

В целях доступности освоения программы для лиц с ограниченными возможностями здоровья при необходимости кафедра обеспечивает следующие условия:

- особый порядок освоения дисциплины, с учетом состояния их здоровья;
- электронные образовательные ресурсы по дисциплине в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья;
- изучение дисциплины по индивидуальному учебному плану (вне зависимости от формы обучения);
- электронное обучение и дистанционные образовательные технологии, которые предусматривают возможности приема-передачи информации в доступных для них формах.
- доступ (удаленный доступ), к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определен РПД.

9. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Сайт библиотеки УрГЭУ

<http://lib.usue.ru/>

Основная литература:

2. Матвеева Креативное мышление в бизнесе. Курс лекций. Тема 1. Общая характеристика сенсорно-перцептивных процессов. Мысль, мышление, способности и виды мышления. Взаимосвязь интеллекта и творческих способностей [Электронный ресурс]:. - Екатеринбург: [б. и.], 2021. - 1 – Режим доступа: <http://lib.wbstatic.usue.ru/202109/101.mp4>

3. Матвеева Креативное мышление в бизнесе. Курс лекций. Тема 2. Системное мышление. Базовые понятия системной логики и их объяснения. Логическое мышление [Электронный ресурс]: - Екатеринбург: [б. и.], 2021. - 1 – Режим доступа: <http://lib.wbstatic.usue.ru/202109/102.mp4>

4. Дубина И. Н. Творческие решения в управлении и бизнесе [Электронный ресурс]: Учебное пособие для вузов. - Москва: Юрайт, 2022. - 325 – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/491933>

5. Дубина И. Н. Творческие решения в управлении и бизнесе [Электронный ресурс]: учебник для вузов. - Москва: Юрайт, 2025. - 325 – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/562657>

6. Платов А.В., Новичкова И.А., Удалов Д.Э., Панова А.Г., Костромина Е.А., Дмитриева Н.В., Платов А.В. Креативный менеджмент: теория и практика [Электронный ресурс]: Учебник. - Москва: Русайнс, 2026. - 255 – Режим доступа: <https://book.ru/book/960526>

Дополнительная литература:

2. Джей Р., Темплар Р. Алгоритмы эффективной работы [Электронный ресурс]: Учебное пособие. - Москва: Альпина Бизнес Букс, 2016. - 228 – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/911887>

3. Степанов А.А., Савина М.В. Креативный менеджмент [Электронный ресурс]: учебник. - Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2019. - 252 – Режим доступа: <https://znanium.ru/catalog/product/1081693>

4. Кошлякова М.О. Социальное пространство имиджа [Электронный ресурс]: Монография. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2022. - 153 – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1859843>

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ЛИЦЕНЗИОННОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ОНЛАЙН КУРСОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Перечень лицензионного программного обеспечения:

Astra Linux Common Edition. Договор №0417-ПО/2019 от 08.05.2019, Акт №Sk000343 от 24.05.2019 и Контракт № 35-У/2018 от 13.06.2018, Акт № УТ213 от 17.12.2018. Срок действия лицензии - без ограничения срока.

Libre Office. Лицензия GNU LGPL. Срок действия лицензии - без ограничения срока.

МойОфис стандартный. Соглашение № СК-281 от 7 июня 2017. Дата заключения - 07.06.2017. Срок действия лицензии - без ограничения срока.

Перечень информационных справочных систем, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Реализация учебной дисциплины осуществляется с использованием материально-технической базы УрГЭУ, обеспечивающей проведение всех видов учебных занятий и научно-исследовательской и самостоятельной работы обучающихся:

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения всех видов занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду УрГЭУ.

Все помещения укомплектованы специализированной мебелью и оснащены мультимедийным оборудованием спецоборудованием (информационно-телекоммуникационным, иным компьютерным), доступом к информационно-поисковым, справочно-правовым системам, электронным библиотечным системам, базам данных действующего законодательства, иным информационным ресурсам служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа презентации и другие учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации.

7.3.1. Примерные вопросы для самостоятельной подготовки к экзамену по дисциплине «Креативное мышление в бизнесе»

1. Пять видов проактивного мышления. Раскройте суть 5 ключей проактивности: управление вниманием; управление пониманием; управление выбором; управление ресурсами; воля. Как проактивность помогает в управлении бизнесом. Приведите примеры.

2. Суть метода QVQ. Как метод QVQ помогает для выявления и оценивания новых рыночных возможностей и развития новых направлений деятельности и организаций. Приведите примеры.

3. Концепция принятия интеллектуального решения и смысловой теории мышления Т.В. Корниловой. Раскройте содержание четырех аспектов креативности: креативная среда, креативный продукт, креативная личность.

4. Перечислите 5 полезных для предпринимателя качеств, которые развиваются благодаря креативному мышлению. Раскройте подробно их содержание и приведите практические примеры.

5. Раскройте суть каждой из техник креативного мышления: 1. Мозговой штурм; 2. Десять идей в день; 3. Смена привычек; 4. Нестандартное применение; 5. Анализ текущей информации; 6. Метод ассоциаций; 7. Стратегия креативности Уолта Диснея; 8. Случайное слово; 9. Фрирайтинг; 10. Шесть шляп мышления; 11. Латеральное мышление. Объясните плюсы и минусы использования каждой техники креативного мышления на практике.

6. Системное мышление. Системно-логическое мышление. Для чего менеджеру необходимо развивать системно-логическое мышление?

7. Раскройте содержание современных подходов к изучению креативности: Мистический; Психо-динамический; Психометрический; Когнитивный; Социально-личностный; Интегративный. Назовите авторов каждого из них и приведите практические примеры применения данных подходов на практике.

8. Раскройте содержание креативного принципа «Превращение задачи в ритуал, традицию», которая позволяет создавать новый продукт или услугу», используемый менеджерами. Приведите два практических примера.

9. Выберите из предложенных вариантов правильный:

Разница между «я буду бегать по утрам» и «я завтра выйду на пробежку» заключается в том, что первое утверждение носит общий характер, а второе представляет собой конкретное намерение, являясь

а) креативным

- б) продуктивным
- в) логическим
- г) репродуктивным.

Дайте определение выбранному ответу и приведите 2-3 практических примера использования данного типа мышления в бизнесе.

10. Кратко содержание Теории креативности: Грэхем Уоллес. Приведите практические примеры использования перечисленных теорий.

11. Дайте определение понятию «креативные управленческие решения». Приведите примеры креативных управленческих решений и обоснуйте их значимость для бизнеса.

12. Что такое дизайн-мышление. Дайте определение дизайн-мышлению. На чем оно основано? Кто такие дизайн-мыслители?

13. Техника креативного мышления «Мозговой штурм»: суть, примеры. Достоинства и недостатки классического мозгового штурма.

14. Раскройте содержание пяти навыков критического мышления: сбор информации, наблюдение, умозаключение, рационализация, рефлексивность. Объясните почему именно эти навыки так необходимы менеджерам в бизнесе. Приведите примеры по использованию каждого навыка на практике.

15. Дайте определение понятию «Критическое мышление». Для чего в современном мире необходимо развивать критическое мышление. Раскройте содержание перечисленных пяти навыков критического мышления: сбор информации, наблюдение, умозаключение, рационализация, рефлексивность. Приведите конкретные примеры использования каждого навыка для развития бизнеса.

16. Эмоциональный интеллект. Какую роль играет эмоциональный интеллект для руководителей. Раскройте содержание каждой из двух перечисленных моделей эмоционального интеллекта: «модель способностей» и «смешанная модель эмоционального интеллекта».

17. Поиск, критический анализ и синтез информации. Критический анализ информации. Критическое и некритическое мышление.

18. Раскройте содержание четырех основных типов способностей, составляющих структуру эмоционального интеллекта: 1) точность оценки, выражение эмоций как самого индивида, так и окружающих его людей; 2) когнитивную ассимиляцию эмоционального опыта; 3) способность распознавать, понимать и осмысливать эмоции; 4) адаптивную регуляцию эмоций индивида и окружающих его людей.

19. Продуктивное и репродуктивное мышление. Как добиться развития продуктивного решения.

20. Эмоциональный интеллект в научных психологических концепциях. Две модели эмоционального интеллекта: модель способностей и смешанная модель эмоционального интеллекта. Значение эмоционального интеллекта для бизнеса.

21. Раскройте содержание концепции креативности Э.П. Торренса.

22. Раскройте содержание креативного принципа «Ограничить, чтобы заинтересовать», используемый менеджерами. Приведите два практических примера.
23. Раскройте содержание концепции креативности М. Воллаха.
24. Раскройте содержание креативного принципа «Практически все вокруг может само себе помочь», используемый менеджерами. Приведите два практических примера.
25. Раскройте содержание концепции креативности Н. Когана.
26. Раскройте суть каждой из техник креативного мышления: «Смена привычек» и «Нестандартное применение».
27. Раскройте содержание концепции креативности А.Медника.
28. Раскройте содержание Теории креативности: «Шесть шляп» Эдварда де Боно. Приведите практические примеры использования перечисленных теорий.
29. Раскройте содержание креативного принципа «Масштабироваться вопреки здравому смыслу», используемый менеджерами. Приведите два практических примера.
30. Раскройте содержание Теории креативности: SCAMPER. Приведите практические примеры использования перечисленных теорий.
31. Дайте определение креативности. Раскройте содержание каждого вида креативности и приведите практические примеры: личностная; поведенческая; интеллектуальная; словесная (вербальная); изобразительная (невербальная); специализированная (способность к творческой деятельности в какой либо определенной сфере).
32. Раскройте содержание Теории креативности: «Ментальные карты» Тони Бьюзена. Приведите практические примеры использования перечисленных теорий.
33. Раскройте содержание креативного принципа «Ищите решение задачи там, где она уже решена», используемый менеджерами. Приведите два практических примера.
34. Раскройте содержание Теории креативности: ТРИЗ. Приведите практические примеры использования перечисленных теорий.
35. Раскройте содержание креативного принципа «Смешение форматов» используемый менеджерами. Приведите два практических примера.
36. Раскройте суть каждой из техник креативного мышления: «Анализ текущей информации» и «Метод ассоциаций», «Латеральное мышление».
37. Раскройте содержание креативного принципа «Ограничить, чтобы заинтересовать» используемый менеджерами. Приведите два практических примера.
38. Раскройте суть каждой из техник креативного мышления: «Стратегия креативности Уолта Диснея», «Случайное слово». и «Фрирайтинг».

39. Раскройте содержание креативного принципа «Совместимость несовместимого», которая позволяет создавать новый продукт или услугу», используемый менеджерами. Приведите два практических примера.

40. Дайте подробное свое объяснение на вопрос «Для чего нужна креативность в бизнесе?». Посмотрите на предложенные варианты ответов и раскройте практическую значимость каждого. Приведите практические примеры. Креативность в бизнесе нужна чтобы: придумывать оригинальные идеи; выходить за рамки обыденного, расширять сознание; масштабировать и совершенствовать собственное дело; отстраиваться от конкурентов.

41. Понятие «информация». Информация в рамках концепции К. Шеннона. Информация с точки зрения Грегори Бейтсона.

42. Свойство организованных социальных систем. Норберт Винер и его взгляд на информацию.

43. Объективная информация. Субъективная (семантическая) информация.

44. Типичные задачи манипулятивного воздействия в процессе социального взаимодействия и реализации своей роли в команде.

45. Четыре основных типа способностей, составляющих структуру эмоционального интеллекта: 1) точность оценки, выражение эмоций как самого индивида, так и окружающих его людей; 2) когнитивную ассимиляцию эмоционального опыта; 3) способность распознавать, понимать и осмысливать эмоции; 4) адаптивную регуляцию эмоций индивида и окружающих его людей.

46. Эмоциональный интеллект в научных психологических концепциях. Две модели эмоционального интеллекта: модель способностей и смешанная модель эмоционального интеллекта.

Практические задания

Задача 1

Решите четыре задачи на креативное мышление:

А) На первом этаже разместились восемь человек, на каждом последующем - на 2 больше, чем на предыдущем. На каком этаже отеля лифт вызывают чаще всего?

Б) На первом этаже разместились восемь человек, на каждом последующем - на 2 больше, чем на предыдущем. На каком этаже отеля лифт вызывают чаще всего?

В) Вам дали это, оно и сейчас принадлежит вам. Вы его никогда никому не передавали, однако им пользуются все ваши знакомые. Что это?

С) На столе лежат линейка, карандаш, циркуль и резинка. На листе бумаги нужно начертить окружность. С чего начать?

Задача 2

Как называется креативный принцип, используемый менеджерами: Французский фармацевт Антуан Огюст Пармантье был участником Семилетней войны в Европе (1757–1763), куда попал в качестве военного аптекаря. Оказавшись в прусском плену, ему пришлось питаться картофелем, который тогда считали настолько малосъедобным, что кормили им только домашний скот и пленных. Вернувшись на родину, для популяризации картофеля, он попросил у короля Людовика XVI вооруженную охрану для полей с картофелем и приказал солдатам оставаться на посту только в дневное время, чтобы у крестьян была возможность по ночам воровать клубни. Простые люди видели, что поля охраняются королевской гвардией и сразу решали, что на полях наверняка растет что-то очень ценное и с заходом солнца массово отправлялись копать для себя картошку.

Задача 3

Назовите какой метод креативного мышления описывается в задаче.

Суть метода креативного мышления: заменить привычное понимание ситуации на нечто совсем иное, которое ранее никем не использовалось.

Пример: в компании Bayer производили аспирин. Сфера применения понятна: болеутоляющее лекарство. Креативные головы компании пошли дальше и придумали следующее: оказывается, обычный аспирин может снижать риск сердечных приступов - а значит, его можно продавать совершенно новой целевой аудитории. Что и было сделано. Еще пример: производители сыра решили вывести свойства продукта в новое измерение и создали сладкий сыр на палочках, похожий на конфеты. Итог - добавилась новая ЦА - дети и их родители, которая ранее вообще не рассматривалась.

Задача 4

Эту методику можно отнести как к прокачивающей мышление, так и к креативной.

Пример: дана определенная ситуация. Например, вы стоите перед выбором: повышать цены на товары или оставить все как есть. Вот и пробегитесь по всем шляпам: сначала решите, какой итоговой цели хотите добиться, потом соберите в одно все факты: что конкуренты давным-давно подняли цены, в стране инфляция и вы вообще не меняли ценовую политику последние пять лет. Что вы при этом чувствуете - облегчение, уверенность, страх, что продажи снизятся, а клиенты уйдут? А если и правда уйдут - насколько возможен такой риск? А если не уйдут, а примут новые цены и останутся с вами? И так далее.

Назовите о какой методике креативного мышления говорится в примере?

Задача 5.

Как называется креативный принцип, используемый менеджерами:
Французский фармацевт Антуан Огюст Пармантье был участником Семилетней войны в Европе (1757–1763), куда попал в качестве военного аптекаря. Оказавшись в прусском плену, ему пришлось питаться картофелем, который тогда считали настолько малосъедобным, что кормили им только домашний скот и пленных. Вернувшись на родину, для популяризации картофеля, он попросил у короля Людовика XVI вооруженную охрану для полей с картофелем и приказал солдатам оставаться на посту только в дневное время, чтобы у крестьян была возможность по ночам воровать клубни. Простые люди видели, что поля охраняются королевской гвардией и сразу решали, что на полях наверняка растет что-то очень ценное и с заходом солнца массово отправлялись копать для себя картошку.

Приведите еще один практический пример использования данного креативного принципа.

Задача 6.

Как называется креативный принцип, используемый менеджерами:
Финансовый кризис 2008 года сильно ударил по экономикам многих государств. Среди особенно пострадавших стран – Исландия, которая осенью того года объявила себя банкротом. Тогда местный писатель Андре Снайр Магнасон уговорил местные власти передать заброшенную угольную электростанцию в бесплатное пользование малому креативному классу. Объединившись с творческим сообществом, государство совместными усилиями стало презентовать себя потенциальным инвесторам в новых креативных форматах и формах. Сегодня в этой отрасли задействованы свыше 5% трудоспособного населения, что превышает совокупные объемы рыболовной и сельскохозяйственной отраслей.

Приведите еще один практический пример использования данного креативного принципа.

Задача 7.

Методику «Шести шляп» можно отнести как к прокачивающей мышление, так и к креативной.

Суть: каждую проблему, каждую ситуацию можно разложить в виде условных шести шляп. Это нужно для того, чтобы уложить в голове все по полочкам, и подходит для группового решения. Приведите конкретный практический пример по использованию данной методики. Перечислите какие аспекты мышления рассматриваются в каждой из «шести шляп».

Задача 8.

Как называется креативный принцип, используемый менеджерами:

Сразу после обвала рынка в 1929 году производитель удвоил бюджет на рекламу, запустив масштабную кампанию по радио, и стал больше инвестировать в своих работников. Производитель хлопьев спонсировал первую регулярную радиопередачу для детей «Поющая леди — Ирен Уикер». Кроме того, бренд снабдил адмирала Ричарда Бэрда, собиравшегося отправиться на Южный полюс, двухлетним запасом своих фирменных хлопьев. Уже во время Второй мировой войны, компания стала отправлять американской армии готовые завтраки Kellogg's Rice Krispies Marshmallow Treats, после чего эти хлопья стали самой популярной едой для отправки родным на фронт. В результате в один только Нью-Йорк компания стала отгружать по шестьдесят вагонов кукурузных хлопьев в месяц вместо прежних двух.

Приведите еще один практический пример использования данного креативного принципа.

Задача 9.

Как называется креативный принцип, используемый менеджерами:

За почти двухсотлетнюю историю Procter & Gamble не раз сталкивался с внешними вызовами, среди которых была и Великая депрессия. На колоссальный спад потребительской активности в те годы, бренд отреагировал полномасштабной рекламной кампанией.

Во-первых, бренд рискнул воспользоваться новым для тех лет каналом рекламы – радио, а во-вторых, придумал, как привлечь внимание своей целевой аудитории, выступив спонсором сериала для домохозяек – Ma Perkins, вышедшего в эфир в 1933 году. В результате мыло Oxydol от P&G, которое рекламировалось в этом шоу, заняло лидирующие позиции на рынке США, а сериалы для домохозяек навсегда получили неофициальное название «мыльных опер».

Приведите еще один практический пример использования данного креативного принципа.

Задача 10.

Как называется креативный принцип, используемый менеджерами:

Сухой закон в США, действовавший с 1920 года по 1933 год, не смог полностью остановить алкогольную индустрию, но очень сильно повлиял на ее трансформацию. Речь о создании в то время первых алкогольных

коктейлей, которые стали появляться в 20-е годы в американских заведениях. Они помогли владельцам решить сразу две большие проблемы, ограничивающие реализацию товара – необходимость завуалировать крепкие напитки под томатный сок или чай («кровавая Мэри», «Лонг-Айленд») и сгладить вкусовые несовершенства подпольного производства, которое уступало по качеству алкоголю прошлых лет.

Приведите еще один практический пример использования данного креативного принципа.

Задача 11.

Как называется креативный принцип, используемый менеджерами:
Компания Масы's после открытия в 1927 году своего флагманского магазина в Нью-Йорке решила запустить парад с использованием огромных надувных игрушек, чтобы утром в День Благодарения. Бренд сделал ставку на то, что веселый и масштабный формат мероприятия, в котором приняли участие свыше 200 тысяч человек, пробудит у потребителей аппетит к праздничному шоппингу и не прогадал. Парад сразу стал традицией и через 2 года, когда в США началась Великая депрессия, привычка шоппинга в Масы's в рождественские дни помогла компании избежать серьезных проблем с клиентами.

Приведите еще один практический пример использования данного креативного принципа.

Задача 12.

Как называется креативный принцип, используемый менеджерами:
В 30-е годы прошлого века рынок бриллиантов испытывал сложности, даже среди обеспеченных людей, бриллиант стал считаться просто дорогой и бессмысленной безделушкой. Поэтому в 1938 году президент легендарного бренда De Beers Гарри Оппенгеймер решил создать новые смыслы для этого камня и прочно связать его с самим понятием романтики.

Была запущена многолетняя рекламная кампания, целью которой было убедить американцев, что помолвка без кольца с бриллиантом неполноценное событие. Для этого было размещено свыше сотни публикаций в газетах и таблоидах, которые описывали свадьбы всех знаменитостей того времени и всегда уделяли отдельное внимание именно этому аксессуару. К слову, с 1939 до 1979 доходы с продажи драгоценного камня у De Beers в США выросли с 23 млн до 2.1 млрд.

Приведите еще один практический пример использования данного креативного принципа.

Задача 13.

Как называется креативный принцип, используемый менеджерами:

Сухой закон в США, действовавший с 1920 года по 1933 год, не смог полностью остановить алкогольную индустрию, но очень сильно повлиял на ее трансформацию. Речь о создании в то время первых алкогольных коктейлей, которые стали появляться в 20-е годы в американских заведениях. Они помогали владельцам решить сразу две большие проблемы, ограничивающие реализацию товара – необходимость завуалировать крепкие напитки под томатный сок или чай («красная Мэри», «Лонг-Айленд») и сгладить вкусовые несовершенства подпольного производства, которое уступало по качеству алкоголю прошлых лет.

Приведите еще один практический пример использования данного креативного принципа.

Задача 14.

Как называется креативный принцип, используемый менеджерами:

До начала пандемии самый успешный концерт рэп-исполнителя Трэвиса Скотта принес ему в 2019 году \$1,7 млн. После введения повсеместных ограничений на массовое скопление людей, многие музыканты начали использовать Zoom и другие онлайн-площадки для своих выступлений. Доходы от них редко достигали допандемийных цифр, но Скотту удалось не только повторить свой лучший результат, но и увеличить его более, чем в 7 раз! Для этого рэппер выбрал онлайн-платформу внутри популярной компьютерной игры Fortnite, где тогда были зарегистрированы свыше 350 млн пользователей. В результате 10-минутный концерт, ради которого внутри Fortnite была построена виртуальная сцена с круглым экраном, принесла музыканту более \$12,3 млн.

Приведите еще один практический пример использования данного креативного принципа.

Задача 15.

Решите три задачи на креативность:

А) Представьте ряд из шести чашек на столе. Три первые из них ничем не наполнены, а три следующие – с водой. Как добиться чередования пустых чашек и чашек с водой? Касаться разрешается только одной чашки. При этом толкать чашку чашкой запрещается. Что вы предпримите?

Б) В санатории на лужайке двое мужчин играют в настольный теннис. Один ударяет ракеткой так сильно, что теннисный шарик улетает далеко и попадает в трубу из стали. Труба зарыта в землю вертикально на три метра. Шарик лежит на дне трубы, то есть на расстоянии трёх метров от плоскости

земли. У игроков нет другого шарика. Как спортсменам достать игровой шар без извлечения трёхметровой трубы из-под земли?

В) Через пролив идет десятикилометровый мост. Максимальная нагрузка для него – 25 тонн. С начала этого моста стартовал грузовик, масса которого – ровно 25 тонн. Автомобиль продолжает движение к противоположному краю. Баланс моста пока не нарушен. Неожиданно, когда грузовик достиг середины пути, на него сел воробей со своим весом. Приведёт ли вес птицы к нарушению балансировки и разрушению моста?

Задача 16.

Как называется креативный принцип, используемый менеджерами:

Во время Первой мировой войны из-за нехватки мужчин в гражданской сфере жизни, женщинам повсеместно приходилось осваивать мужские профессии, где требовалась более практичная одежда. Чем и воспользовалась легендарная Коко Шанель. Впервые в западной истории силуэт женской моды сместился с подчеркивания талии на стройное прямое тело, а в моду вошли свободные платья. Подол юбок был приподнят выше щиколотки, а в некоторых случаях полностью заменен на брюки.

Приведите еще один практический пример использования данного креативного принципа.

Задача 17.

Решите три задачи на креативность:

А) Производитель обуви принял стратегическое решение: все правые ботинки производить в одном городе, а все левые — в другом. Зачем это было нужно?

Б) Компания по производству средств для ухода за волосами нанимает маркетолога, чтобы увеличить продажи. Он добавляет всего одну фразу на этикетку — продажи растут в 2 раза. Что это была за фраза на инструкции?

В) Жители дома жаловались, что лифт слишком медленно поднимается и спускается. Замена лифта стоила бы очень дорого, поэтому хитрый управдом придумал, как сэкономить и при этом все жители были довольны. **Что он сделал?**

Задача 18.

Как называется креативный принцип, используемый менеджерами:

Компания Macy's после открытия в 1927 году своего флагманского магазина в Нью-Йорке решила запустить парад с использованием огромных надувных

игрушек, чтобы утром в День Благодарения. Бренд сделал ставку на то, что веселый и масштабный формат мероприятия, в котором приняли участие свыше 200 тысяч человек, пробудит у потребителей аппетит к праздничному шоппингу и не прогадал. Парад сразу стал традицией и через 2 года, когда в США началась Великая депрессия, привычка шоппинга в Macy's в рождественские дни помогла компании избежать серьезных проблем с клиентами.

Приведите еще один практический пример использования данного креативного принципа.

Задача 19.

Решите четыре задачи:

А) На столе лежат две монеты, в сумме они дают 3 рубля. Одна из них - не 1 рубль. Какие это монеты?

Б) В вашем шкафу лежат черные и коричневые носки, в пропорции 4:5. Сколько носков вам нужно вынуть, чтобы у вас в руках гарантированно оказалась одна пара одного цвета?

В) 5 машин делают 5 деталей за 5 минут. За какое время 100 машин сделает 100 деталей?

С) Мячик и бейсбольная бита вместе стоят 1 доллар и 10 центов. Бита стоит на доллар дороже мячика. Сколько стоит мячик?

Задача 20.

Как называется креативный принцип, используемый менеджерами:

The Big Issue – это британская печатная газета, которая создала сеть продавцов, состоящую в основном из бездомных или малообеспеченных людей. Во время пандемии эта группа оказалась практически без доходов перед рождеством, потеряв связь даже со своими постоянными покупателями.

Поэтому The Big Issue объединила усилия с профессиональным сервисом LinkedIn, чтобы протестировать схему, направленную на поддержку сети уличных торговцев журналами. Запуском совместной кампании «Поднятие профиля» помог улучшить ситуацию для тех, кто продавал прессу. Продавцы смогли обращаться к клиентам в LinkedIn, а также идентифицировать компании, расположенные рядом с их прежним местом продаж, сообщая им, что теперь они могут приобрести копию The Big Issue в цифровом виде.

Приведите еще один практический пример использования данного креативного принципа.

7.3.2. Практические задания для самостоятельной подготовки к зачету/экзамену
по дисциплине «Креативное мышление в бизнесе» (продвинутый уровень)

ПК-3: Разработка, внедрение и совершенствование системы маркетинговых коммуникаций в организации

ИД-1.ПК-3: Знать:

-Инструменты маркетинговых коммуникаций

ИД-2.ПК-3: Уметь:

-Проводить внутренние и внешние коммуникационные кампании

-Улучшать бизнес-процессы организации в области коммуникационной политики

ИД-2.ПК-3: -Выстраивать систему коммуникаций в организации на уровне стратегий

-Формирование каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг организации

-Проводить анализ результативности коммуникационной политики

ИД-3.ПК-3: Иметь практический опыт:

-Разработка системы маркетинговых коммуникаций в организации

Тема 1 4 Мысль, мышление, способности и виды мышления. Взаимосвязь интеллекта и творческих способностей в вопросах управления человеческим капиталом, мотивации, групповой динамики, командообразования, коммуникаций и управления конфликтами (ПК-3).

Тема 2 4 Базовые понятия системной логики и их объяснения. Логическое мышление в использовании инструментов маркетинговых коммуникаций. Системное мышление. (ПК-3)

Открытые вопросы

1. Мысль, мышление, способности и виды мышления. Суть и цель мышления. Восприятие мышления.
2. Какие принципы лежат в основе сбора информации для принятия решений в бизнесе?
3. Как правильно отбирать информацию, чтобы она была максимально полезной для принятия решения?
4. Какие методы используются для обобщения информации и превращения ее в знания, которые могут быть использованы для принятия решений?
5. Режимы мышления и виды когнитивных искажений.
6. Дисциплинарное и научное типы мышлений.
7. Типы мышления в глобальной перспективе по Г. Гаднеру. Визуальное мышление.

8. Взаимосвязь интеллекта и творческих способностей.
9. Пример соотношения креативности и интеллекта по Дж. Гилфорду.
10. Как вы соотносите разнородные явления в своей работе?
11. Какие методы систематизации вы используете при работе с информацией?
12. Как вы применяете свои знания для решения бизнес-задач?
13. Как вы оцениваете эффективность своих методов систематизации информации?
14. Какие преимущества вы видите в использовании креативного мышления в своей работе?
15. Конвергентное и дивергентное мышление.
16. Пример соотношения креативности и интеллекта по В.Н. Дружинина.
17. Пример соотношения креативности и интеллекта по А. Маслоу, Д.Б. Богоявленской.

Закрытые вопросы

1. Что такое системное мышление?

- а) Способность человека мыслить логически и анализировать информацию.
- б) Способность человека понимать и анализировать сложные системы и их взаимодействие.
- в) Способность человека определять цели и задачи, а также разрабатывать стратегии их достижения.
- г) Способность человека находить решения сложных проблем и задач, используя системный подход.

2. Что является базовым понятием системной логики?

- а) Системотехника.
- б) Системология.
- в) Системный анализ.
- г) Системная инженерия.

3. Что означает понятие “системная инженерия”?

- а) Наука о проектировании и разработке сложных технических систем.
- б) Наука о создании и эксплуатации сложных технических систем в условиях неопределенности.
- в) Наука о разработке и внедрении новых технологий и методов в различные сферы деятельности.
- г) Наука о поиске оптимальных решений для сложных задач и проблем.

4. Какое из перечисленных понятий описывает логическое мышление?

- а) Умение анализировать информацию и делать выводы.
- б) Умение решать сложные задачи и проблемы.
- в) Умение критически мыслить и оценивать свои действия.

г) Умение использовать логические связи и закономерности для принятия решений.

5. Какой тип задач относится к основным задачам в рамках выбранной профессии?

- а) Задачи, которые требуют большого объема знаний и опыта
- б) Задачи, решение которых требует быстрого принятия решений
- в) Задачи, связанные с созданием новых продуктов и услуг
- г) Задачи, направленные на улучшение качества работы и повышение эффективности

6. Какие ресурсы необходимы для выполнения задач в рамках выбранной профессии?

- а) Финансовые ресурсы
- б) Технические ресурсы
- в) Человеческие ресурсы
- г) Информационные ресурсы

7. Как вы определяете наиболее важные задачи в рамках выбранных видов профессиональной деятельности?

- а) Основываясь на приоритетах компании
- б) Основываясь на личных интересах и предпочтениях
- в) Основываясь на оценке рисков и последствий
- г) Основываясь на анализе рынка и конкуренции

8. Как вы планируете свою деятельность в соответствии с имеющимися ресурсами?

- а) Разбиваете задачи на более мелкие и выполняете их по очереди
- б) Распределяете задачи между несколькими людьми и контролируете их выполнение
- в) Выбираете наиболее эффективные методы и инструменты для достижения цели
- г) Оцениваете свои возможности и выбираете задачи, которые соответствуют вашим навыкам и опыту

9. В каких ситуациях вы принимаете быстрое решение, чтобы решить поставленную задачу?

- а) Когда ситуация требует немедленных действий
- б) Когда задача не является критически важной
- в) Когда есть несколько вариантов решения проблемы
- г) Когда нужно выбрать между двумя равнозначными вариантами

10. Как вы соотносите главное и второстепенное при решении задач в рамках выбранных видов профессиональной деятельности?

- а) Главное – это выполнение задачи в срок и с высоким качеством
- б) Главное – это достижение поставленных целей и результатов
- в) Главное – это экономия ресурсов и снижение затрат
- г) Главное – это обеспечение безопасности и защиты окружающей среды

11. Сенсорно-перцептивные процессы - это:

- а) процессы восприятия информации из внешнего мира
- б) процессы мышления
- в) процессы формирования образа восприятия
- г) процессы решения задач

12. Какие виды мышления существуют?

- а) логическое
- б) творческое
- в) интуитивное
- г) аналитическое

13. Что такое интеллект?

- а) способность к обучению и развитию
- б) способность мыслить логически
- в) способность решать задачи
- г) способность адаптироваться к новым условиям

14. Как взаимосвязаны интеллект и творческие способности?

- а) интеллект является основой для развития творческих способностей
- б) творческие способности могут влиять на интеллект
- в) интеллект и творческие способности не связаны между собой
- г) интеллект не влияет на творческие способности

Практические задачи

Практическое задание 1

Решите четыре задачи на креативное мышление:

А) На первом этаже разместились восемь человек, на каждом последующем - на 2 больше, чем на предыдущем. На каком этаже отеля лифт вызывают чаще всего?

Б) На первом этаже разместились восемь человек, на каждом последующем - на 2 больше, чем на предыдущем. На каком этаже отеля лифт вызывают чаще всего?

В) Вам дали это, оно и сейчас принадлежит вам. Вы его никогда никому не передавали, однако им пользуются все ваши знакомые. Что это?

С) На столе лежат линейка, карандаш, циркуль и резинка. На листе бумаги нужно начертить окружность. С чего начать?

Практическое задание 2

Назовите какой метод креативного мышления описывается в задаче.

Суть метода креативного мышления: заменить привычное понимание ситуации на нечто совсем иное, которое ранее никем не использовалось.

Пример: в компании Bayer производили аспирин. Сфера применения понятна: болеутоляющее лекарство. Креативные головы компании пошли дальше и придумали следующее: оказывается, обычный аспирин может снижать риск сердечных приступов - а значит, его можно продавать совершенно новой целевой аудитории. Что и было сделано. Еще пример: производители сыра решили вывести свойства продукта в новое измерение и создали сладкий сыр на палочках, похожий на конфеты. Итог - добавилась новая ЦА - дети и их родители, которая ранее вообще не рассматривалась.

Практическое задание 3

Эту методику можно отнести как к прокачивающей мышление, так и к креативной.

Пример: дана определенная ситуация. Например, вы стоите перед выбором: повышать цены на товары или оставить все как есть. Вот и пробегитесь по всем шляпам: сначала решите, какой итоговой цели хотите добиться, потом соберите в одно все факты: что конкуренты давным-давно подняли цены, в стране инфляция и вы вообще не меняли ценовую политику последние пять лет. Что вы при этом чувствуете - облегчение, уверенность, страх, что продажи снизятся, а клиенты уйдут? А если и правда уйдут - насколько возможен такой риск? А если не уйдут, а примут новые цены и останутся с вами? И так далее.

Назовите о какой методике креативного мышления говорится в примере?

Практическое задание 4

Как называется креативный принцип, используемый менеджерами:

Французский фармацевт Антуан Огюст Пармантье был участником Семилетней войны в Европе (1757–1763), куда попал в качестве военного аптекаря. Оказавшись в прусском плену, ему пришлось питаться картофелем, который тогда считали настолько малосъедобным, что кормили им только домашний скот и пленных. Вернувшись на родину, для популяризации картофеля, он попросил у короля Людовика XVI вооруженную охрану для полей с картофелем и приказал солдатам оставаться на посту только в дневное время, чтобы у крестьян была возможность по ночам воровать клубни. Простые люди видели, что поля охраняются королевской гвардией и сразу решали, что на полях наверняка растет что-то очень ценное и с заходом солнца массово отправлялись копать для себя картошку.

Приведите еще один практический пример использования данного креативного принципа.

работодателя.

- б) Задачи, связанные с выполнением работы в рамках конкретной должности.
- в) Задачи, решение которых позволит достичь поставленных целей.
- г) Задачи, требующие использования определенных навыков и знаний.

2. Как следует планировать свою деятельность, исходя из имеющихся ресурсов?

- а) Оценивая свои возможности и принимая во внимание ограничения.
- б) Распределяя задачи между сотрудниками и определяя сроки выполнения.
- в) Планируя задачи и распределяя их между несколькими сотрудниками.
- г) Разрабатывая план действий и соблюдая его.

3. Как соотносить главное и второстепенное в задачах?

- а) Отделять важные задачи от незначительных, чтобы сосредоточиться на выполнении первых.
- б) Выполнять все задачи в порядке их важности, не уделяя внимания второстепенным.
- в) Выполнять задачи последовательно, начиная с самых важных.
- г) Оценивать задачи по их срочности и приоритетности, и выполнять их в соответствии с этим.

4. Как решать поставленные задачи в профессиональной деятельности?

- а) Следуя инструкциям и рекомендациям коллег и руководства.
- б) Используя свой опыт и знания для нахождения оптимальных решений.
- в) Пользуясь помощью других сотрудников и используя ресурсы организации.
- г) Решая задачи самостоятельно, без помощи других людей.

5. Что такое латеральное мышление?

- а) Способность быстро принимать решения
- б) Способность находить нестандартные решения проблем
- в) Способность мыслить нестандартно
- г) Способность принимать обоснованные решения

6. Какие типы латерального мышления существуют?

- а) Горизонтальное мышление
- б) Вертикальное мышление
- в) Диагональное мышление
- г) Круговое мышление

7. Какой метод мышления используется для поиска нестандартных решений проблем?

- а) Аналитическое мышление
- б) Логическое мышление
- в) Латеральное мышление
- г) Абстрактное мышление

8. Какие качества необходимы для развития латерального мышления?

- а) Гибкость мышления
- б) Креативность
- б). Логичность
- г) Аналитичность

9. Как можно использовать латеральное мышление в управлении?

- а) Для разработки новых продуктов и услуг
- б) Для принятия решений в сложных ситуациях
- в) Для анализа данных и выявления тенденций
- г) Для решения проблем и оптимизации процессов

10. Какой метод принятия решений является наиболее эффективным при использовании латерального мышления?

- а) Метод экспертных оценок
- б) Метод мозгового штурма
- в) Метод Дельфи
- г) Метод анализа иерархий

11. Как латеральное мышление может помочь в решении проблем в управлении?

- а) Поможет найти нестандартные решения
- б) Позволит быстро принимать обоснованные решения
- в) Поможет выявить скрытые возможности
- г) Поможет оценить риски и возможности

12. Какие преимущества дает использование латерального мышления в управлении?

- а) Улучшение качества принимаемых решений
- б) Ускорение процесса принятия решений
- в) Увеличение эффективности работы команды
- г) Уменьшение затрат на принятие решений

13. Какой тип мышления является наиболее продуктивным?

- а) Логическое мышление
- б) Эмоциональное мышление
- в) Абстрактное мышление
- д) Все вышеперечисленное

14. Какие из следующих методов могут помочь в поиске информации?

- а) Чтение книг
- б) Использование поисковых систем
- в) Общение с экспертами
- г) Использование социальных сетей
- е) Все вышеперечисленные

15. **Как вы определяете, является ли информация достоверной?**
- а) На основе личного опыта
 - б) На основе источников информации
 - в) На основе критического анализа
 - д) На основе интуиции

16. **Что такое критическая оценка информации?**
- а) Процесс проверки достоверности информации
 - б) Процесс оценки качества информации
 - в) Процесс поиска новых идей на основе полученной информации
 - г) Процесс использования информации для принятия решений

17. **Что такое синтез информации?**
- а) Слияние двух или более источников информации в единый документ
 - б) Объединение нескольких идей в одно целое
 - в) Создание новой идеи на основе полученной информации
 - г) Анализ информации и выделение ключевых моментов

18. **Какой из следующих принципов не является одним из пяти принципов проактивного мышления?**

- а) Принцип оптимизма
- б) Принцип самосовершенствования
- в) Принцип творчества
- г) Принцип ответственности

19. **Какой принцип проактивного мышления означает, что человек должен постоянно искать новые способы решения проблем и находить новые подходы к жизни?**

- а) Принцип оптимизма
- б) Принцип самореализации
- в) Принцип креативности
- г) Принцип ответственности

20. **Какой принцип означает, что каждый человек может и должен принимать ответственность за свою жизнь и свои действия?**

- а) Оптимизм
- б) Самосовершенствование
- в) Креативность
- г) Ответственность

21. **Какой термин относится к новому подходу к решению проблем, основанному на использовании творческих способностей человека?**

- а) Проактивность
- б) Креативность
- в) Оптимизм
- г) Самореализация

22. Какой принцип подразумевает, что человек всегда должен стремиться к самосовершенствованию и развитию своих способностей?

- а) Ответственность
- б) Творчество
- в) Саморазвитие
- г) Оптимизм

Практические задачи

Практическое задание 1

Как называется креативный принцип, используемый менеджерами:

Французский фармацевт Антуан Огюст Пармантье был участником Семилетней войны в Европе (1757–1763), куда попал в качестве военного аптекаря. Оказавшись в прусском плену, ему пришлось питаться картофелем, который тогда считали настолько малосъедобным, что кормили им только домашний скот и пленных. Вернувшись на родину, для популяризации картофеля, он попросил у короля Людовика XVI вооруженную охрану для полей с картофелем и приказал солдатам оставаться на посту только в дневное время, чтобы у крестьян была возможность по ночам воровать клубни. Простые люди видели, что поля охраняются королевской гвардией и сразу решали, что на полях наверняка растет что-то очень ценное и с заходом солнца массово отправлялись копать для себя картошку.

Практическое задание 2

Как называется креативный принцип, используемый менеджерами:

Финансовый кризис 2008 года сильно ударил по экономикам многих государств. Среди особенно пострадавших стран – Исландия, которая осенью того года объявила себя банкротом. Тогда местный писатель Андре Снайр Магнасон уговорил местные власти передать заброшенную угольную электростанцию в бесплатное пользование малому креативному классу. Объединившись с творческим сообществом, государство совместными усилиями стало презентовать себя потенциальным инвесторам в новых креативных форматах и формах. Сегодня в этой отрасли задействованы свыше 5% трудоспособного населения, что превышает совокупные объемы рыболовной и сельскохозяйственной отраслей.

Приведите еще один практический пример использования данного креативного принципа.

Задачи на развитие креативности

1. После допроса подозреваемых Марка, Роберта и Джона Шерлок Холмс говорит своему другу доктору Ватсону: «Если убийца Роберт или Джон, тогда алиби Марка подтверждается. Если Марк или Джон невиновны, то убийца

Роберт. Если Джон виновен, значит, в преступлении участвовал и Марк». Подумав немного, доктор Ватсон улыбается. Теперь он знает, кто убийца. А вы знаете?

2. Встречаются три дамы: Желтовская, Краснова и Зеленцова. Одна из них в желтом платье, вторая – в красном, а третья – в зеленом. «Заметьте, – говорит дама в зеленом платье, – что ни у одной из нас цвет платья не соответствует фамилии». «Вы правы», – отвечает Краснова. У кого из них платье зеленого цвета?

3. Один человек проводил отпуск в глухой деревушке в Южном Тироле. Он решил подстричься и узнал, что в деревне целых два парикмахера. У первого был грязный салон, испорченные зубы и ужасная прическа. У второго был аккуратный салон, белоснежные зубы и прическа по последней моде. К какому парикмахеру пошел наш отпускник?

4. На полке в ряд стоят часы. Двое из них – с кукушкой. Одни часы с кукушкой занимают шестое место справа, а вторые – восьмое слева. Между обоими часами с кукушкой стоят еще трое часов. Назовите минимальное количество часов, которые могут стоять на полке.

5. В подвале есть три выключателя света. Один из них включает свет на втором этаже, но вы не знаете, какой именно. Вы можете только один раз подняться на второй этаж, чтобы выяснить, горит свет или нет. Как определить нужный выключатель?

Тема 6 Развитие креативности личности: психологический аспект и его применение в улучшении бизнес-процессов организации в области коммуникационной политики. Пяти принципов проактивного мышления. (ПК-3)

Тема 7 Формирование каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг организации с использованием информации и дезинформации. Информация и дезинформация: краткое напоминание и алгоритм первичного качественного анализа. (ПК-3)

Тема 8 Значение эмоционального интеллекта в развитии креативного мышления в бизнесе. Использовать инструменты проектного управления в выработке эффективной коммуникационной политики и развитии эмоционального интеллекта у сотрудников компании (ПК-3)

Открытые вопросы:

1. Дайте определение понятию «Предметное мышление».
2. Дайте определение понятию «Символическое мышление».
3. Дайте определение понятию «Знаковое мышление» и «Образное мышление».
4. Как определить уровень креативности и базового типа мышления?
5. Эмоциональный интеллект как эмоциональное мышление.
6. Какие критерии раскрывает опросник «Определение типов мышления и уровня креативности» (творческих способностей) Дж. Брунера.
7. Какие критерии раскрывает опросник эмоционального интеллекта «ЭмИн» Д.В. Люсина.

8. Какими методами происходит формирование каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг организации с использованием информации и дезинформации.
9. Пяти принципов проактивного мышления.

Закрытые вопросы:

1. Что такое синтез информации?
 - а) Слияние двух или более источников информации в единый документ
 - б) Объединение нескольких идей в одно целое
 - в) Создание новой идеи на основе полученной информации
 - г) Анализ информации и выделение ключевых моментов

2. Какой из следующих принципов не является одним из пяти принципов проактивного мышления?
 - а) Принцип оптимизма
 - б) Принцип самосовершенствования
 - в) Принцип творчества
 - г) Принцип ответственности

3. Какие из следующих методов могут помочь в поиске информации?
 - а) Чтение книг
 - б) Использование поисковых систем
 - в) Общение с экспертами
 - г) Использование социальных сетей
 - е) Все вышеперечисленные

4. Как вы определяете, является ли информация достоверной?
 - а) На основе личного опыта
 - б) На основе источников информации
 - в) На основе критического анализа
 - д) На основе интуиции

5. Какой метод мышления используется для поиска нестандартных решений проблем?
 - а) Аналитическое мышление
 - б) Логическое мышление
 - в) Латеральное мышление
 - г) Абстрактное мышление

6. Какие качества необходимы для развития латерального мышления?
 - а) Гибкость мышления
 - б) Креативность
 - б). Логичность
 - г) Аналитичность

Практические задачи

Практическое задание 1

Как называется креативный принцип, используемый менеджерами:

Сразу после обвала рынка в 1929 году производитель удвоил бюджет на рекламу, запустив масштабную кампанию по радио, и стал больше инвестировать в своих работников. Производитель хлопьев спонсировал первую регулярную радиопередачу для детей «Поющая леди — Ирен Уикер». Кроме того, бренд снабдил адмирала Ричарда Бэрда, собиравшегося отправиться на Южный полюс, двухлетним запасом своих фирменных хлопьев. Уже во время Второй мировой войны, компания стала отправлять американской армии готовые завтраки Kellogg's Rice Krispies Marshmallow Treats, после чего эти хлопья стали самой популярной едой для отправки родным на фронт. В результате в один только Нью-Йорк компания стала отгружать по шестьдесят вагонов кукурузных хлопьев в месяц вместо прежних двух.

Приведите еще один практический пример использования данного креативного принципа.

Практическое задание 2

Как называется креативный принцип, используемый менеджерами:

За почти двухсотлетнюю историю Procter & Gamble не раз сталкивался с внешними вызовами, среди которых была и Великая депрессия. На колоссальный спад потребительской активности в те годы, бренд отреагировал полномасштабной рекламной кампанией.

Во-первых, бренд рискнул воспользоваться новым для тех лет каналом рекламы – радио, а во-вторых, придумал, как привлечь внимание своей целевой аудитории, выступив спонсором сериала для домохозяек – Ma Perkins, вышедшего в эфир в 1933 году. В результате мыло Oxydol от P&G, которое рекламировалось в этом шоу, заняло лидирующие позиции на рынке США, а сериалы для домохозяек навсегда получили неофициальное название «мыльных опер».

Приведите еще один практический пример использования данного креативного принципа.

Задачи на развитие креативности

1. У вас есть два ведра. Одно вмещает ровно 3 литра воды, а второе – 5 литров. Никаких отметок на них не имеется. Вы стоите у колонки с водой, и вам нужно отмерить ровно 4 литра. Как это сделать?

2. Самолет летит из Берлина в Рим, а затем возвращается обратно. Все это время довольно сильный ветер дует прямо в направлении Рим – Берлин. Совершенно очевидно, что попутный ветер ускоряет полет, а встречный замедляет. А теперь сравните эту ситуацию с той, когда на протяжении всего маршрута туда и обратно царит полное безветрие. Будет ли суммарное время полета в обоих случаях одинаковым? Если да, то почему?

3. Видите, какую осторожность надо соблюдать в подобных вопросах? Первый спонтанный ответ кажется вполне «логичным», но он необязательно верен. А вот вам еще один вопрос, на который каждый готов дать ответ, не задумываясь. Но насколько он правилен? Вопрос. В семье двое детей, один из которых мальчик. Какова вероятность того, что другой ребенок тоже мальчик?

4. Необходимо заполнить водой цистерну. У вас есть четыре насоса различной мощности. Самый мощный может заполнить цистерну за 1 час, второй – за 2 часа, третий – за 3 часа, а четвертому для этого понадобится 6 часов. Поскольку работа срочная, вы одновременно включаете все насосы. Через какое время цистерна будет заполнена?

5. Вообще-то весы – символ уравнения. Все, что находится на их чашах, можно представить в виде чисел. Но символизировать различные числа могут также песочные часы или ведра с водой. Вот несколько примеров.

6. У вас есть двое песочных часов. В одних песок полностью пересыпается из верхней емкости в нижнюю за 7 минут, а в других – за 4 минуты. Можно ли с их помощью отмерить ровно девять минут?

Тема 9 4 Роль дизайн – мышления в консультировании участников процесса управления рисками внутри организации. Способы креативной оценки влияния рыночных возможностей на развитие новых направлений деятельности и организаций.(ПК-3)

Тема 10 4 Технологии развития творческой инициативы при проведении идентификации, анализа и оценки наиболее критичных рисков организации. Различные креативные приемы и способы социализации личности в организации. (ПК-3)

Открытые вопросы

1. Предметное мышление.
2. Символическое мышление.
3. Знаковое мышление.
4. Образное мышление.
5. Уровень креативности и базового типа мышления.
6. Различные точки зрения. Дж. Гилфорд, К. Тэйлор, М.А. Пономарев Д. Векслер, Г. Айзенк, Р. Стернберг и др.

7. Эмоциональный интеллект как эмоциональное мышление.
Опросник «Определение типов мышления и уровня креативности» (творческих способностей) Дж. Брунера.
8. Опросник эмоционального интеллекта «ЭМИн» Д.В. Люсина.
9. Технологии развития творческой инициативы в бизнесе.
10. Дизайн впечатлений.
11. Технология коллективной творческой деятельности.
12. Технология группового и коллективного взаимодействия.
Технология социального проектирования.
13. Технология Дебаты. Event-технология. Интернет-технологии.
Технология самопрезентации.
14. Технология портфолио.
15. Главный механизм работы с торговой маркой и брендом- дизайн-менеджмент.
16. Понятия «дизайн» и «менеджмент».
17. Теория «голубого океана» Чан Ким и Рене Моборн.
18. Механизмы повышения конкурентоспособности предпринимательских структур.

Закрытые вопросы

1. **Какой термин означает процесс, посредством которого индивид усваивает нормы, ценности и роли, принятые в его обществе?**
 - а) Социализация
 - б) Социальная адаптация
 - в) Социальное взаимодействие
 - г) Социальная дезадаптация
2. **Какая группа факторов определяет успешность процесса социальной адаптации?**
 - а) Факторы социальной среды
 - б) Факторы личностные
 - в) Факторы мотивационные
 - г) Факторы социальные
3. **Какие способы взаимодействия между людьми могут быть классифицированы как социальное взаимодействие?**
 - а) Взаимодействие на основе личных интересов
 - б) Взаимодействие на основе общих интересов
 - в) Взаимодействие на основе социальных норм и правил
 - г) Взаимодействие на основе личностных качеств и характеристик
4. **Какой тип взаимодействия предполагает обмен информацией между двумя или более людьми?**
 - а) Коммуникативное взаимодействие
 - б) Когнитивное взаимодействие
 - в) Эмоциональное взаимодействие
 - г) Физическое взаимодействие

5. Какой из перечисленных терминов относится к понятию “социальное взаимодействие”?

- а) Общение
- б) Социум
- в) Социальные отношения
- г) Социальные связи

6. Какой фактор влияет на успешность социального взаимодействия?

- а) Уровень образования
- б) Уровень интеллекта
- в) Уровень коммуникативных навыков
- г) Уровень социально-экономического статуса

7. Какая категория людей может быть классифицирована как “маргиналы”?

- а) Люди, которые находятся на границе двух социальных групп
- б) Люди, у которых нет доступа к ресурсам
- в) Люди, не имеющие социального статуса
- г) Люди, имеющие проблемы с законом

8. Какой термин относится к процессу, посредством которого люди получают знания о социальной среде и ее нормах?

- а) Образование
- б) Социализация
- б) Социальная адаптация
- г) Социальное развитие

9. Какие методы используются для оценки рынка и новых возможностей развития бизнеса?

- а) Опрос клиентов
- б) Анализ конкурентов
- в) Интервьюирование экспертов
- г) Все вышеперечисленные методы

10. Что такое дизайн-мышление?

- а) Метод разработки продукта
- б) Способ решения проблем
- в) Все вышеперечисленное

11. Каким образом дизайн-мышление может помочь в создании новых продуктов?

- а) Ускорение процесса разработки
- б) Улучшение пользовательского опыта
- в) Оба варианта верны

12. Как дизайн-мышление помогает в оценке рыночных возможностей?

- а) Анализируя потребности и желания потребителей
- б) Разрабатывая прототипы продуктов
- в) Оценивая конкурентную среду
- г) Все вышеперечисленное

13. Какой из перечисленных методов используется для исследования поведения потребителей на рынке?

- а) Опрос клиентов
- б) Анализ конкурентов
- в) Интервьюирование экспертов
- г) Все вышеперечисленные

14. Каким образом дизайн-мышление способствует улучшению пользовательского опыта?

- а) Ускоряет процесс разработки продукта
- б) Улучшает взаимодействие пользователя с продуктом
- г) Оба варианта верны

15. Каким из перечисленных методов можно оценить рыночные возможности?

- а) Изучением потребностей и желаний потребителей
- б) Разработкой прототипов продуктов
- в) Анализом конкурентной среды
- г) Всеми вышеперечисленными методами.

Практические задания

Практическое задание 1

Как называется креативный принцип, используемый менеджерами:

Сухой закон в США, действовавший с 1920 года по 1933 год, не смог полностью остановить алкогольную индустрию, но очень сильно повлиял на ее трансформацию. Речь о создании в то время первых алкогольных коктейлей, которые стали появляться в 20-е годы в американских заведениях. Они помогли владельцам решить сразу две большие проблемы, ограничивающие реализацию товара – необходимость завуалировать крепкие напитки под томатный сок или чай («кровавая Мэри», «Лонг-Айленд») и сгладить вкусовые несовершенства подпольного производства, которое уступало по качеству алкоголю прошлых лет.

Приведите еще один практический пример использования данного креативного принципа.

Практическое задание 2

Как называется креативный принцип, используемый менеджерами:

Компания Macy's после открытия в 1927 году своего флагманского магазина в Нью-Йорке решила запустить парад с использованием огромных надувных игрушек, чтобы утром в День Благодарения. Бренд сделал ставку на то, что веселый и масштабный формат мероприятия, в котором приняли участие свыше 200 тысяч человек, пробудит у потребителей аппетит к праздничному шоппингу и не прогадал. Парад сразу стал традицией и через 2 года, когда в США началась Великая депрессия, привычка шоппинга в Macy's в рождественские дни помогла компании избежать серьезных проблем с клиентами.

Приведите еще один практический пример использования данного креативного принципа.

Практическое задание 3

Как называется креативный принцип, используемый менеджерами:

В 30-е годы прошлого века рынок бриллиантов испытывал сложности, даже среди обеспеченных людей, бриллиант стал считаться просто дорогой и бессмысленной безделушкой. Поэтому в 1938 году президент легендарного бренда De Beers Гарри Оппенгеймер решил создать новые смыслы для этого камня и прочно связать его с самим понятием романтики.

Была запущена многолетняя рекламная кампания, целью которой было убедить американцев, что помолвка без кольца с бриллиантом неполноценное событие. Для этого было размещено свыше сотни публикаций в газетах и таблоидах, которые описывали свадьбы всех знаменитостей того времени и всегда уделяли отдельное внимание именно этому аксессуару. К слову, с 1939 до 1979 доходы с продажи драгоценного камня у De Beers в США выросли с 23 млн до 2.1 млрд.

Приведите еще один практический пример использования данного креативного принципа.

Практическое задание 4

Как называется креативный принцип, используемый менеджерами:

Сухой закон в США, действовавший с 1920 года по 1933 год, не смог полностью остановить алкогольную индустрию, но очень сильно повлиял на ее трансформацию. Речь о создании в то время первых алкогольных коктейлей, которые стали появляться в 20-е годы в американских заведениях. Они помогли владельцам решить сразу две большие проблемы, ограничивающие реализацию товара – необходимость завалировать крепкие напитки под томатный сок или чай («кровавая Мэри», «Лонг-Айленд») и сгладить вкусовые несовершенства подпольного производства, которое уступало по качеству алкоголю прошлых лет.

Приведите еще один практический пример использования данного креативного принципа.

Практическое задание 5

Как называется креативный принцип, используемый менеджерами:

До начала пандемии самый успешный концерт рэп-исполнителя Трэвиса Скотта принес ему в 2019 году \$1,7 млн. После введения повсеместных ограничений на массовое скопление людей, многие музыканты начали использовать Zoom и другие онлайн-площадки для своих выступлений. Доходы от них редко достигали допандемийных цифр, но Скотту удалось не только повторить свой лучший результат, но и увеличить его более, чем в 7 раз! Для этого рэппер выбрал онлайн-платформу внутри популярной компьютерной игры Fortnite, где тогда были зарегистрированы свыше 350 млн пользователей. В результате 10-минутный концерт, ради которого внутри Fortnite была

построена виртуальная сцена с круглым экраном, принесла музыканту более \$12,3 млн.

Приведите еще один практический пример использования данного креативного принципа.

Практическое задание 6

Решите три задачи на креативность:

А) Представьте ряд из шести чашек на столе. Три первые из них ничем не наполнены, а три следующие – с водой. Как добиться чередования пустых чашек и чашек с водой? Касаться разрешается только одной чашки. При этом толкать чашку чашкой запрещается. Что вы предпримите?

Б) В санатории на лужайке двое мужчин играют в настольный теннис. Один ударяет ракеткой так сильно, что теннисный шарик улетает далеко и попадает в трубу из стали. Труба зарыта в землю вертикально на три метра. Шарик лежит на дне трубы, то есть на расстоянии трёх метров от плоскости земли. У игроков нет другого шарика. Как спортсменам достать игровой шар без извлечения трёхметровой трубы из-под земли?

В) Через пролив идет десятикилометровый мост. Максимальная нагрузка для него – 25 тонн. С начала этого моста стартовал грузовик, масса которого – ровно 25 тонн. Автомобиль продолжает движение к противоположному краю. Баланс моста пока не нарушен. Неожиданно, когда грузовик достиг середины пути, на него сел воробей со своим весом. Приведёт ли вес птицы к нарушению балансировки и разрушению моста?

Тема 5 Особенности творческого мышления: сравнение, анализ и синтез, соотношение главного и второстепенного, решение поставленных задач в бизнесе. (П-3)

ИД-3. -Предоставление необходимой информации по запросам участников процесса управления рисками

Тема 6 Развитие креативности личности: психологический аспект и его применение в улучшении бизнес-процессов организации в области коммуникационной политики. Пяти принципов проактивного мышления. (П-3)

Тема 7 Информация и дезинформация: краткое напоминание и алгоритм первичного качественного анализа. (П-3)

ИД-3. ПК-3: -Формирование каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг организации

О: Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций;

ИД-3.О: Владеет навыками оценки влияния рыночных возможностей на развитие новых направлений деятельности и организаций

ИД-3.-Предоставление необходимой информации по запросам участников процесса управления рисками

Открытые вопросы.

1. Особенности творческого мышления: сравнение, анализ, синтез, соотношение главного и второстепенного, решение поставленных задач в бизнесе.
2. Метод контрольных вопросов для решения творческих задач. Метод фокальных объектов для поиска новых идей. метод гирлянд случайностей и ассоциаций для поиска креативных решений.
3. Правила определения круга задач в рамках поставленной цели и оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.
4. Научное исследование креативности и творчества.
5. Психологическое определение творчества и креативности.
6. Классификация основных подходов к изучению творчества и креативности: психофизиологический подход, личностный подход, экономико-прагматический подход, системный подход, психометрический подход, атрибутивное направление в изучении креативности и творчества.
7. Хранение информации. Первичный анализ гуманитарной информации.
8. Арсенал вторичного качественного анализа информации представлен алгоритмами, определяющими ее истинность.
9. Фундаментальные свойства информации.
10. Типология информации. Типы информации.
11. По источнику информации гуманитарная информация включает в себя экологическую, техногенную, социальную и политическую. Категории гуманитарной информации.
12. Род информации. Виды гуманитарной информации. Подвиды гуманитарной информации.
13. Формы гуманитарной информации.
14. Дезинформация. Масштабы дезинформирования.
15. Типичные задачи манипулятивного воздействия.
16. Алгоритм предварительной классификации источников информации.
17. Какие методы творческого мышления используются в бизнесе для решения сложных задач?
18. Как можно использовать креативное мышление для разработки новых продуктов и услуг?
19. Как можно применять креативное мышление при создании маркетинговых кампаний?
20. Какие факторы влияют на успешность использования креативного мышления в бизнесе?

Закрытые вопросы

1. Что такое творческое мышление?

- а) Способность создавать новые идеи и решения.
- б) Способность анализировать и оценивать информацию.

- в) Способность находить нестандартные подходы к решению задач.
- г) Способность к абстрактному мышлению.

2. Какие особенности творческого мышления можно выделить?

- а) Сравнение и анализ.
- б) Синтез и обобщение.
- в) Решение поставленных задач.
- г) Соотношение главного и второстепенного.

3. Что такое анализ?

- а) Разделение объекта на части.
- б) Определение свойств и характеристик объекта.
- в) Оценка объекта с точки зрения его значимости.

4. Что такое синтез?

- а) Объединение различных элементов в единое целое.
- б) Разделение элементов на группы.
- в) Определение закономерностей и взаимосвязей между элементами.

5. Что такое сравнение?

- а) Сопоставление объектов для выявления различий.
- б) Сопоставление объектов для определения сходств.
- в) Сопоставление объектов для оценки их значимости.

6. Что такое соотношение главного и второстепенного?

- а) Определение важности отдельных элементов.
- б) Установление взаимосвязи между элементами.
- в) Выделение наиболее значимых элементов.

7. Как соотносятся между собой анализ, синтез и сравнение в творческом мышлении?

- а) Анализ позволяет разбить объект на части, синтез объединяет эти части в единое целое, а сравнение сравнивает их с другими объектами.
- б) Анализ и синтез позволяют объединить различные элементы в единое целое, сравнение определяет значимость этих элементов.
- в) Анализ и сравнение позволяют определить свойства и характеристики объекта, синтез обобщает эти свойства и характеристики.

8. Как можно использовать творческое мышление в бизнесе?

- а) Для создания новых продуктов и услуг.
- б) Для улучшения качества продукции и услуг.
- в) Для анализа конкурентов и определения рыночных тенденций.

9. Что такое рыночная конъюнктура?

- а) Ситуация на рынке в определенный момент времени.
- б) Изменение цен на товары и услуги.

- в) Анализ экономической ситуации в стране.
- г) Все вышеперечисленное.

10. Какие методы анализа рыночной конъюнктуры вы знаете?

- а) Анализ спроса и предложения.
- б) Анализ цен на товары.
- в) SWOT-анализ.
- г) Анализ конкуренции на рынке.
- д) Все вышеперечисленные.

11. Что вы знаете о SWOT-анализе?

- а) Определение сильных и слабых сторон компании.
- б) Оценка рисков и возможностей на рынке.
- в) Все вышеперечисленное.

12. Что такое рыночные возможности?

- а) Возможности для создания новых продуктов, услуг и технологий.
- б) Возможности для расширения существующих продуктов, услуг и технологий.
- в) Возможности для улучшения существующих продуктов и услуг.
- г) Возможности для снижения затрат на производство товаров и услуг.
- д) Все вышеперечисленное.

13. Для чего используются рыночные возможности в организации?

- а) Для создания новых продуктов и услуг, которые будут востребованы рынком.
- б) Для расширения существующих продуктов и услуг на новые рынки.
- в) Для улучшения качества существующих продуктов и услуг с учетом потребностей рынка.
- г) Все вышеперечисленное.

14. Какие факторы влияют на выбор рыночных возможностей?

- а) Конкуренция на рынке.
- б) Целевая аудитория.
- в) Технологические возможности.
- г) Финансовые ресурсы.
- д) Все вышеперечисленные.

15. Как организация оценивает рыночные возможности для развития новых направлений деятельности?

- а) На основе анализа рынка и целевой аудитории.
- б) На основе конкурентной среды и технологических возможностей.
- в) На основе финансовых ресурсов и рисков.
- г) На основе всех вышеперечисленных факторов.
- д) На основе интуиции и опыта руководителя.

16. Какие шаги должна предпринять организация для реализации рыночных возможностей?

- а) Определить целевую аудиторию и разработать продукт или услугу, который будет соответствовать ее потребностям.
- б) Изучить конкурентов на рынке и определить свои преимущества.
- в) Разработать план маркетинга и продвижения продукта или услуги на рынок.
- г) Определить финансовые ресурсы, необходимые для реализации проекта.
- д) Все вышеперечисленные шаги.

17. Информация - это:

- а) Данные, полученные из различных источников.
- б) Сведения, необходимые для принятия решения.
- в) Факт, который можно проверить.
- г) Мнение, основанное на опыте и знаниях.

18. Дезинформация - это:

- а) Недостоверные сведения, распространяемые с целью обмана.
- б) Информация, которая не соответствует действительности.
- в) Ложь, распространяемая с целью получения выгоды.
- г) Сведение, которое может ввести в заблуждение.

19. Алгоритм первичного качественного анализа информации состоит из следующих шагов:

- а) Сбор данных и их анализ.
- б) Оценка достоверности источника информации.
- в) Проверка фактов и мнений, содержащихся в информации.
- г) Анализ последствий распространения недостоверной информации.

20. Важными принципами качественного анализа информации являются:

- а) Критическое мышление и анализ данных.
- б) Уважительное отношение к источникам информации.
- в) Оценка надежности и достоверности информации.
- г) Использование различных источников информации для подтверждения или опровержения фактов.

Практические задания

Практическое задание 1

Как называется креативный принцип, используемый менеджерами:
Во время Первой мировой войны из-за нехватки мужчин в гражданской сфере жизни, женщинам повсеместно приходилось осваивать мужские профессии, где требовалась более практичная одежда. Чем и воспользовалась легендарная Коко Шанель. Впервые в западной истории силуэт женской моды сместился с подчеркивания талии на стройное прямое тело, а в моду вошли свободные платья. Подол юбок был приподнят выше щиколотки, а в некоторых случаях полностью заменен на брюки.

Приведите еще один практический пример использования данного креативного принципа.

Практическое задание 2

Решите три задачи на креативность:

А) Производитель обуви принял стратегическое решение: все правые ботинки производить в одном городе, а все левые — в другом. Зачем это было нужно?

Б) Компания по производству средств для ухода за волосами нанимает маркетолога, чтобы увеличить продажи. Он добавляет всего одну фразу на этикетку — продажи растут в 2 раза. Что это была за фраза на инструкции?

В) Жители дома жаловались, что лифт слишком медленно поднимается и спускается. Замена лифта стоила бы очень дорого, поэтому хитрый управдом придумал, как сэкономить и при этом все жители были довольны. **Что он сделал?**

Практическое задание 3

Как называется креативный принцип, используемый менеджерами:

Компания Масы's после открытия в 1927 году своего флагманского магазина в Нью-Йорке решила запустить парад с использованием огромных надувных игрушек, чтобы утром в День Благодарения. Бренд сделал ставку на то, что веселый и масштабный формат мероприятия, в котором приняли участие свыше 200 тысяч человек, пробудит у потребителей аппетит к праздничному шоппингу и не прогадал. Парад сразу стал традицией и через 2 года, когда в США началась Великая депрессия, привычка шоппинга в Масы's в рождественские дни помогла компании избежать серьезных проблем с клиентами.

Приведите еще один практический пример использования данного креативного принципа.

Практическое задание 4

Решите четыре задачи:

А) На столе лежат две монеты, в сумме они дают 3 рубля. Одна из них - не 1 рубль. Какие это монеты?

Б) В вашем шкафу лежат черные и коричневые носки, в пропорции 4:5. Сколько носков вам нужно вынуть, чтобы у вас в руках гарантированно оказалась одна пара одного цвета?

В) 5 машин делают 5 деталей за 5 минут. За какое время 100 машин сделает 100 деталей?

С) Мячик и бейсбольная бита вместе стоят 1 доллар и 10 центов. Бита стоит на доллар дороже мячика. Сколько стоит мячик?

Практическое задание 5

Решите четыре задачи:

А) На столе лежат две монеты, в сумме они дают 3 рубля. Одна из них - не 1 рубль. Какие это монеты?

Б) В вашем шкафу лежат черные и коричневые носки, в пропорции 4:5. Сколько носков вам нужно вынуть, чтобы у вас в руках гарантированно оказалась одна пара одного цвета?

В) 5 машин делают 5 деталей за 5 минут. За какое время 100 машин сделает 100 деталей?

С) Мячик и бейсбольная бита вместе стоят 1 доллар и 10 центов. Бита стоит на доллар дороже мячика. Сколько стоит мячик?