

**МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
(МИНТРАНС РОССИИ)
ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ВОЗДУШНОГО ТРАНСПОРТА
(РОСАВИАЦИЯ)
ФГБОУ ВО «САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ ГРАЖДАНСКОЙ АВИАЦИИ»
(ФГБОУ ВО СПбГУГА)**

Кафедра философии и социальных коммуникаций

**ПСИХОЛОГИЯ ТВОРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕКЛАМЕ
И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

Учебно-методическое пособие
для студентов Гуманитарного факультета

Направление подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Санкт-Петербург
2016

Одобрено и рекомендовано к изданию
Учебно-методическим советом Университета

ПСИХОЛОГИЯ ТВОРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В
РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ: Учебно-
методическое пособие / Санкт-Петербургский государственный
университет гражданской авиации. Санкт-Петербург. 2016.

Составитель: А. В. Преображенская, канд. филос. наук, доц.
Рецензент: Кошелева Т.Н., доктор экон. наук, доц.

Учебно-методическое пособие издается в соответствии с программой курса «Психология творческой деятельности в рекламе и связях с общественностью», ставит своей задачей оказание помощи студентам в организации их самостоятельной работы, а также содержит ряд требований, предъявляемых к студентам, изучающим курс «Психология творческой деятельности в рекламе и связях с общественностью». Учебный процесс на дневном отделении включает лекции, практические занятия, подготовку докладов, консультации и сдачу зачета.

Учебно-методическое пособие разработано на основании примерной образовательной программы высшего образования в соответствии с требованиями ФГОС и предназначено для студентов гуманитарного факультета, обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью.

1 Цели освоения дисциплины

Целями дисциплины «Психология творческой деятельности в рекламе и связях с общественностью» является формирование теоретических знаний и практических навыков в области психологии творческой деятельности.

Для достижения поставленных целей в рамках дисциплины решаются следующие задачи:

- формирование знаний об основных понятиях и концепциях творческой деятельности в психологии;
- освоение психологических методов повышения творческого потенциала в профессиональной деятельности;
- формирование практических навыков поддержания творческого потенциала профессиональной деятельности,
- формирование умения творчески подходить к решению профессиональных задач.

Дисциплина обеспечивает подготовку выпускника к коммуникационной и рекламно-информационной видам профессиональной деятельности.

2 Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Психология творческой деятельности в рекламе и связях с общественностью» (Б1.В.ДВ.06.02) входит в блок «Гуманитарный, социальный и экономический цикл. Вариативная часть», дисциплина по выбору.

Дисциплина базируется на результатах обучения, полученных при изучении дисциплин: Философия, Психология, Социальная психология.

Дисциплина (модуль) завершает и конкретизирует формирование творческого отношения студентов к своей профессиональной деятельности.

Дисциплина изучается в 5 семестре.

3 Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование следующих компетенций:

Общекультурной компетенции: способности к самоорганизации и самообразованию (ОК-7).

Общих профессиональных компетенций:

- владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2);
- умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4).

**В результате освоения дисциплины студент должен
знать:**

- основные понятия, закономерности и проблемы, характеризующие творческую деятельность;
- специфику творческой деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью;

уметь:

- оценивать эффективность и творческий характер результатов собственной деятельности;
- осуществлять повышение квалификации, своего культурного и профессионального уровня;
- оценивать свое место в деятельности отдела;
- определять возможности своего творческого потенциала в обеспечении эффективной работы отдела;

владеть:

- способностью критически оценивать свои достоинства и недостатки;
- способами преодоления недостатков и развития достоинств;
- навыками поддержания и укрепления корпоративной культуры, благоприятного психологического климата в коллективе;
- навыками творческого подхода к своей профессиональной деятельности;
- навыками установления творческих и деловых контактов с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами.

4 Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3зачетные единицы, 108 академических часов.

Наименование	Всего часов
Общая трудоемкость дисциплины	108
В т.ч.: аудиторные занятия, всего	42
из них: - лекции,	14
- практические занятия (ПЗ),	28
- семинары (С),	
- лабораторные работы (ЛР),	

Наименование	Всего часов
- другие виды контактной работы	
Самостоятельная работа студента	66
Курсовой проект (работа) (количество)	
Расчетно-графические работы (количество)	
Контрольные работы (количество)	
Реферат (количество)	
Вид и количество промежуточного контроля (экзамен, зачет)	зачет

5 Обеспечение учебного процесса литературой

осуществляется при посредстве учебных пособий:

- 1) Измайлова, М. А. Психология рекламной деятельности: учебник / М.А. Измайлова. – М.: Дашков и К°, 2016.
- 2) Калошина, И. П. Психология творческой деятельности: учебное пособие. – М.: Юнити-Дана, 2015.
- 3) Ильин, Е.П. Психология творчества, креативности, одаренности. – СПб.: Питер, 2012.

В качестве дополнительной литературы к изучению курса рекомендуются следующие издания:

- 1) Лазутина, Г. В. Основы творческой деятельности журналиста: Учебник для вузов. – М.: Аспект Пресс, 2010.
- 2) Николаенко, Н. Н. Психология творчества: Учебник для вузов.– СПб.: Речь, 2007.
- 3) Творчество: теория, диагностика, технологии: Словарь-справочник / под ред. Т.А. Барышевой. – СПб.: ВВМ, 2014.
- 4) Чернецкая, Н.И. Психология творчества: Учебное пособие. – Иркутск: Изд-во ИГУ, 2010.

5 Содержание дисциплины

Раздел 1 Психология творческой деятельности как научная дисциплина

Понятие творческой деятельности. Философские и психологические подходы к определению творческой деятельности. Проблема творчества в истории философии и психологии. Отечественные и зарубежные теории психологии творческой деятельности.

Раздел 2 Творчество как процесс

Структура человеческой деятельности. Место творческой деятельности в системе деятельности человека. Субъект и объект творческой деятельности. Психологические, социально-психологические, физиологические основы творческой деятельности личности. Творческая деятельность личности как самоактуализация. Гедонистическая и созидательная функции творческой деятельности. Коммуникативная функция творческой деятельности. Основные стадии творческого процесса. Модели творческого процесса. Игра и творчество в игровой теории культуры Й.Хейзинги. Творчество и коммуникация. Особенности творческого процесса в рекламных коммуникациях. Связи с общественностью как творческий интерактивный процесс.

Раздел 3 Творческая личность

Понятие творческой личности. Типология деятельности и типы творческой личности. Концепция «личностных черт» творческого человека. Психофизиологические основы творческой деятельности. Социально-психологические факторы формирования творческой личности. Понятие творческого потенциала личности. Виды творческих способностей: перцептивные, коммуникативные и интерактивные. Уровни развития творческих способностей. Принципы и методы повышения творческого потенциала личности.

Понятие коммуникативной личности. Структура коммуникативной личности. Место творческих способностей в структуре коммуникативной личности. Компетентность и творческий потенциал коммуникатора в рекламе и связях с общественностью.

Раздел 4 Методы исследования творческой деятельности

Методологические основы психологии творческой деятельности. Феноменология психологии творческой деятельности. Критерии эффективности и креативности в рекламной деятельности. Принципы диагностики творческих способностей и креативности личности. Методики выявления творческого потенциала личности. Методы диагностики невербальной креативности. Методы диагностики вербальной креативности. Тесты творческого мышления Торренса. Методика «Пиктограмма».

6 Практические занятия (семинары)

Номер темы дисци- плины	Тематика практических занятий (семинаров)	Кол-во часов
	5 семестр	
1	Практическое занятие № 1. Творческая деятельность как предмет исследования	4
2	Практическое занятие № 2. Основные теории психологии творческой деятельности	6
3	Практическое занятие № 3. Структура творческой деятельности	2
4	Практическое занятие № 4. Стадии творческой деятельности	2
5	Практическое занятие № 5. Особенности творческой деятельности в рекламе и пиар коммуникациях	2
6	Практическое занятие № 6. Понятие и типология творческой личности	2
7	Практическое занятие № 7. Виды и уровни творческих способностей	2
8	Практическое занятие № 8. Творческий потенциал коммуникатора в рекламе и связях с общественностью	2
9	Практическое занятие № 9. Методология и методы исследования творческой деятельности	2
10	Практическое занятие № 10. Методы диагностики творческих способностей	2
11	Практическое занятие № 11. Методы оценки эффективности и креативности в рекламе и связях с общественностью	2
Итого за семестр:		28

Практическое занятие № 1.

Входной контроль знаний по обеспечивающим дисциплинам.

Философия

1. Сформулируйте основные философские концепции сущности человека.
2. Что означает тезис об активности субъекта познавательной деятельности?
3. Как соотносятся познание и творчество в деятельности человека?
4. В чем заключается специфика философского подхода к определению сущности сознания?
5. Как соотносятся сознание и деятельность человека?
6. В чем специфика философского подхода к пониманию личности?

Психология

1. Каково соотношение ощущения, восприятия и представления в структуре чувственного познания?
2. Сформулируйте определение памяти.
3. Назовите факторы, влияющие на запоминание и забывание.
4. Сформулируйте определение мышления.
5. Какие вы знаете виды мышления?
6. Каковы особенности творческого мышления?
7. Сформулируйте определение воображения.
8. Назовите функции воображения.
9. Сформулируйте определение эмоций.
10. Сформулируйте понятие воли.
11. Приведите классификацию потребностей и мотивов.
12. Как соотносятся потребность, мотив, мотивация и цель в динамике психической регуляции поведения?

Социальная психология

1. Сформулируйте основные подходы к определению личности в социальной психологии.
2. Назовите основные этапы процесса социализации.
3. Сформулируйте определение Я-концепции.
4. Каковы факторы формирования Я-концепции?
5. Назовите основные ошибки самопознания.
6. Сформулируйте определение понятия социальной установки.
7. Какова структура социальной установки?
8. Как соотносятся установки и поведение?

Тема 1: Творческая деятельность как предмет исследования.

1. Понятие творческой деятельности.

2. Философские и психологические подходы к определению творческой деятельности.
3. Проблема творчества в истории философии и психологии.

Практическое занятие № 2.

Тема: Основные теории психологии творческой деятельности

1. Концепция художественного творчества А. Потебни.
2. Теория психологии творчества Д.Н. Овсянко-Куликовского.
3. Теория творчества П.К. Энгельмейера.
4. Теория творчества М.А. Блоха.
5. Теория творчества П.М. Якобсона.
6. Теория творческого выражения и индивидуальности личности Б.Г. Ананьева.
7. Концепция творческого процесса А.Н. Леонтьева.
8. Рефлексологическая теория творчества В.М. Бехтерева, Ф.Ю. Левинсона-Лессинга.
9. Концепция одаренности Б.М. Теплова.
10. Теория творчества О.С. Грузенберга.

Практическое занятие № 3.

Тема: Структура творческой деятельности

1. Структура человеческой деятельности.
2. Место творческой деятельности в системе деятельности человека.
3. Субъект и объект творческой деятельности.
4. Психологические, социально-психологические, физиологические основы творческой деятельности личности.
5. Творческая деятельность личности как самоактуализация.

Практическое занятие № 4.

Тема: Стадии творческой деятельности

1. Функции творческой деятельности
2. Основные стадии творческого процесса.
3. Модели творческого процесса.
4. Игра и творчество в игровой теории культуры Й. Хейзинги.

Практическое занятие № 5.

Тема: Особенности творческой деятельности в рекламе и пиар коммуникациях

1. Творчество и коммуникация.
2. Особенности творческого процесса в рекламных коммуникациях.
3. Связи с общественностью как творческий интерактивный процесс.

Практическое занятие № 6.

Тема: Понятие и типология творческой личности

1. Понятие творческой личности.
2. Типология деятельности и типы творческой личности.
3. Концепция «личностных черт» творческого человека.
4. Психофизиологические основы творческой деятельности.
5. Социально-психологические факторы формирования творческой личности.

Практическое занятие № 7.

Тема: Виды и уровни творческих способностей

1. Понятие творческого потенциала личности.
2. Виды творческих способностей: перцептивные, коммуникативные и интерактивные.
3. Уровни развития творческих способностей.
4. Принципы и методы повышения творческого потенциала личности.

Практическое занятие № 8.

Тема: Творческий потенциал коммуникатора в рекламе и связях с общественностью

1. Понятие коммуникативной личности.
2. Структура коммуникативной личности.
3. Место творческих способностей в структуре коммуникативной личности.
4. Компетентность и творческий потенциал коммуникатора в рекламе и связях с общественностью.

Практическое занятие № 9.

Тема: Методология и методы исследования творческой деятельности

1. Методологические основы психологии творческой деятельности.
2. Феноменология психологии творческой деятельности.

Практическое занятие № 10.

Тема: Методы диагностики творческих способностей

1. Критерии эффективности и креативности в рекламной деятельности.
2. Принципы диагностики творческих способностей и креативности личности.
3. Методики выявления творческого потенциала личности.

Практическое занятие № 11.

Тема: Методы оценки эффективности и креативности в рекламе и связях с общественностью

1. Методы диагностики невербальной креативности.
2. Методы диагностики вербальной креативности.
3. Тесты творческого мышления Торренса.
4. Методика «Пиктограмма».

7 Образовательные технологии

В процессе преподавания дисциплины «Психология творческой деятельности в рекламе и связях с общественностью» используются классические формы и методы обучения: лекции, практические занятия (семинары), практические задания.

В рамках изучения дисциплины предполагается использовать следующие образовательные технологии.

Традиционная лекция составляет основу теоретического обучения в рамках дисциплины и направлена на систематизированное изложение накопленных и актуальных научных знаний. Лекция предназначена для раскрытия состояния и перспектив психологии творческой деятельности в современных условиях. На лекции концентрируется внимание обучающихся на наиболее сложных и узловых вопросах, стимулируется их активная познавательная деятельность.

Ведущим методом в лекции выступает устное изложение учебного материала, который может сопровождаться одновременной демонстрацией слайдов, созданных в среде PowerPoint, при необходимости привлекаются открытые Интернет-ресурсы, а также демонстрационные и наглядно-иллюстрационные материалы.

Семинары (практические занятия) по дисциплине проводятся в соответствии с учебно-тематическим планом по отдельным группам. Цель практических занятий (семинаров) – закрепить теоретические

знания, полученные обучающимися на лекциях и в результате самостоятельного изучения соответствующих разделов рекомендуемой литературы, а также приобрести начальные практические навыки. Семинар предназначен для более глубокого освоения и анализа тем, изучаемых в рамках данной дисциплины.

Практическое задание выполняется в целях практического закрепления теоретического материала, излагаемого на лекции, отработки навыков использования пройденного материала. Выполнение практического задания предполагает изучение методик тестирования творческих способностей личности.

Главной целью практического задания является индивидуальная, практическая работа каждого обучающегося, направленная на формирование у него компетенций, определенных в рамках дисциплины «Психология творческой деятельности в рекламе и связях с общественностью».

Самостоятельная работа студента (обучающегося) является составной частью учебной работы. Ее основной целью является формирование навыка самостоятельного приобретения знаний по некоторым не особо сложным вопросам теоретического курса, закрепление и углубление полученных знаний, самостоятельная работа со справочниками, периодическими изданиями и научно-популярной литературой, в том числе находящимися в глобальных компьютерных сетях. Самостоятельная работа подразумевает выполнение учебных заданий. Самостоятельная работа - это планируемая работа студентов, которая выполняется при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия.

Продуктивная работа с литературой обеспечивается определенной методической подготовкой, т.е. знакомством студентов с основными приемами работы с текстом, формами фиксации ее результатов.

Самостоятельное изучение учебной литературы с необходимостью предполагает использование различных видов записи:

- **планов** — наиболее кратких записей, содержащих лишь перечень рассматриваемых вопросов;
- **тезисов** — изложение в сжатой повествовательной форме основных положений изучаемого материала;
- **выписок** — дословного воспроизведения отдельных наиболее важных положений;
- **конспектов** — наиболее совершенных форм записей, где

излагаются в логической последовательности основные положения какого-либо источника.

Конспект объединяет в себе и план, и тезисы, и выписки; он позволяет также выразить отношение того, кто конспектирует, к воспроизводимым положениям, раскрыть их методологическую и теоретическую значимость для изучаемого курса.

Все задания, выносимые на самостоятельную работу, выполняются студентом либо в конспекте, либо на отдельных листах формата А4 (по указанию преподавателя). Контроль выполнения заданий, выносимых на самостоятельную работу, осуществляет преподаватель за счет часов, отведенных Учебным планом на практические (семинарские) занятия.

Консультации являются одной из форм руководства самостоятельной работой студентов (обучающихся) и оказания им помощи в освоении учебного материала. Консультации проводятся регулярно не менее двух раз в месяц в часы, свободные от учебных занятий, и носят в основном индивидуальный характер. На консультациях повторно рассматриваются вопросы, на которых базируется изучаемая дисциплина, и которые по результатам входного и текущего контроля не достаточно усвоены обучающимися.

8 Примерный перечень вопросов к зачету для проведения промежуточного контроля по дисциплине

1. Понятие творческой деятельности.
2. Проблема творчества в истории философии и психологии.
3. Концепция художественного творчества А.Потебни.
4. Теория психологии творчества Д.Н. Овсяннико-Куликовского.
5. Теория творчества П.К. Энгельмейера.
6. Теория творчества М.А. Блоха.
7. Теория творчества П.М. Якобсона.
8. Теория творческого выражения и индивидуальности личности Б.Г. Ананьева.
9. Концепция творческого процесса А.Н. Леонтьева.
10. Рефлексологическая теория творчества В.М. Бехтерева, Ф.Ю. Левинсона-Лессинга.
11. Концепция одаренности Б.М. Теплова.
12. Теория творчества О.С. Грузенберга.
13. Структура человеческой деятельности.

14. Место творческой деятельности в системе деятельности человека.
15. Субъект и объект творческой деятельности.
16. Психологические, социально-психологические, физиологические основы творческой деятельности личности.
17. Творческая деятельность личности как самоактуализация.
18. Гедонистическая и созидательная функции творческой деятельности. Коммуникативная функция творческой деятельности.
19. Основные стадии творческого процесса.
20. Модели творческого процесса.
21. Игра и творчество в игровой теории культуры Й.Хейзинги.
22. Творчество и коммуникация.
23. Особенности творческого процесса в рекламных коммуникациях.
24. Связи с общественностью как творческий интерактивный процесс.
25. Понятие творческой личности.
26. Типология деятельности и типы творческой личности.
27. Концепция «личностных черт» творческого человека.
28. Психофизиологические основы творческой деятельности.
29. Социально-психологические факторы формирования творческой личности.
30. Понятие творческого потенциала личности.
31. Виды творческих способностей: перцептивные, коммуникативные и интерактивные.
32. Уровни развития творческих способностей.
33. Принципы и методы повышения творческого потенциала личности.
34. Понятие коммуникативной личности.
35. Структура коммуникативной личности.
36. Место творческих способностей в структуре коммуникативной личности.
37. Компетентность и творческий потенциал коммуникатора в рекламе и связях с общественностью.
38. Методологические основы психологии творческой деятельности.
39. Феноменология психологии творческой деятельности.
40. Критерии эффективности и креативности в рекламной деятельности.

41. Принципы диагностики творческих способностей и креативности личности.
42. Методики выявления творческого потенциала личности.
43. Методы диагностики невербальной креативности.
44. Методы диагностики вербальной креативности.
45. Тесты творческого мышления Торренса.
46. Методика «Пиктограмма».

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ГРАЖДАНСКОЙ АВИАЦИИ»**

А.В. Преображенская

ПСИХОЛОГИЯ ТВОРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕКЛАМЕ
И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Учебно-методическое пособие
для студентов Гуманитарного факультета

Направление подготовки: «Реклама и связи с
общественностью»

Формат бумаги 60 x 90 1/16

СПбГУ ГА.196210.С-Петербург, ул. Пилотов, дом 38