

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
КАФЕДРА ДИЗАЙНА И ТЕХНОЛОГИЙ

Рабочая программа дисциплины (модуля)
КРЕАТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В СЕРВИСЕ

Направление и направленность (профиль)
43.03.01 Сервис. Digital-коммуникации в сервисе

Год набора на ОПОП
2022

Форма обучения
очная

Владивосток 2025

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Креативные технологии в сервисе» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 43.03.01 Сервис (утв. приказом Минобрнауки России от 08.06.2017г. №514) и Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утв. приказом Минобрнауки России от 06.04.2021 г. N245).

Составитель(и):

Коноплева Н.А., доктор культурологии наук, профессор, Кафедра дизайна и технологий, Nina.Konopleva@vvsu.ru

Утверждена на заседании кафедры дизайна и технологий от 14.02.2025 , протокол №

4

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой (разработчика)

Туговикова О.Ф.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ	
Сертификат	1577199753
Номер транзакции	0000000000DD5EA8
Владелец	Туговикова О.Ф.

1 Цель, планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)

Целью освоения дисциплины «Креативные технологии в сервисе» является приобретение знаний по пониманию творчества, его механизмов, основных дефиниций, способствующих освоению подходов к творчеству в целом и креативности, в частности: задатки, одаренность, способности, креативность, талант, гениальность; раскрытие психологического своеобразия одаренной личности каждого гендера в сфере художественного творчества; особенностей развития, становления, воспитательных приемов и воздействий, сложившихся в российской культуре по отношению к каждому гендеру в творческой деятельности, овладение знаниями, умениями и навыками по разработке креативных технологий в продвижении товаров и услуг в различных сферах социокультурного сервиса, а также понимание возможностей использования полученных знаний в работе с творческой личностью и творческим коллективом.

Задачи освоения дисциплины

- обучить студентов теоретическим и практическим аспектам по следующим направлениям:
- показать место гендерного подхода к исследованию художественного творчества в контексте современной социокультурной ситуации;
- изучить проявления психологического своеобразия каждого гендера: мышления, воображения и других личностных качеств - в художественном творчестве;
- изучить основные философские и психологические подходы к пониманию творчества, его механизмов, одаренности, способностей, талантливости и гениальности;
- рассмотреть основные философские и методологические подходы к проблеме гендера и творчества; показать становление гендерных исследований творчества в отечественной философской, психологической и культурологической традициях;
- рассмотреть гендерные истоки художественного творчества;
- изучить культурно-антропологический портрет художественно одаренных личностей в гендерном аспекте;
- освоить прикладные аспекты психологии художественного творчества в контексте анализа творческой личности и формирования ее образа
- освоить технологии формирования творческих подходов к сервису, а также способы их анализа и критической оценки.
- овладеть навыками разработки творческих проектов, необходимых для продвижения товаров и услуг в сервисной деятельности (выставочной, рекламной деятельности, PR).

Планируемыми результатами обучения по дисциплине (модулю), являются знания, умения, навыки. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы, представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины (модуля)

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код и формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине		
			Код результата	Формулировка результата	
43.03.01 «Сервис» (Б-СС)	ПКВ-2 : Способен организовывать event-мероприятия, конкурсы,	ПКВ-2.1к : Участвует в подготовке и разработке стратегии проведения	РД1	Знание	основных дидактических единиц, приемы развития креативности и их аналитической оценки, стратегии проведения мероприятий
			РД2	Умение	в подготовке и разработке стратегии проведения меро-

	конференции, презентации в совокупности с онлайн-продвижением	мероприятия (сбор исходных данных, анализ запросов целевой аудитории, выбор технологий и приемов вовлечения аудитории)			приятий (сбор исходных данных, анализ запросов целевой аудитории, выбор технологий и приемов вовлечения аудитории);
			РД3	Навык	подготовки и раз-работки стратегии проведения меро-приятий (сбор исходных данных, анализ запросов целевой аудитории, выбор технологий и приемов вовлечения аудитории);
		ПКВ-2.2к : Разрабатывает план и сценарий мероприятия	РД4	Знание	элементов и прие-мов написания плана и сценария творческого меро-приятия
			РД5	Умение	в написании плана и сценария творче-ского мероприятия
			РД6	Навык	в написании плана и сценария творче-ского мероприятия и разработке про-екта креативного события

В процессе освоения дисциплины решаются задачи воспитания гармонично развитой, патриотичной и социально ответственной личности на основе традиционных российских духовно-нравственных и культурно-исторических ценностей, представленные в таблице 1.2.

Таблица 1.2 – Целевые ориентиры воспитания

Воспитательные задачи	Формирование ценностей	Целевые ориентиры
Формирование гражданской позиции и патриотизма		
Воспитание уважения к истории и культуре России	Служение Отечеству и ответственность за его судьбу	Активная жизненная позиция
Формирование духовно-нравственных ценностей		
Формирование ответственного отношения к труду	Созидательный труд	Креативное мышление
Формирование научного мировоззрения и культуры мышления		
Развитие творческих способностей и умения решать нестандартные задачи	Созидательный труд	Креативное мышление
Формирование коммуникативных навыков и культуры общения		
Формирование навыков публичного выступления и презентации своих идей	Приоритет духовного над материальным	Креативное мышление

2 Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП

Учебный курс «Креативные технологии в сервисе» является дисциплиной вариативной части в цикле профессиональных дисциплин, связанных с сервисной

тематикой и формируемых участниками образовательных отношений. Современные предприятия все в большей мере оснащаются новейшей техникой, резко усложняющей технологию изготовления изделий. И если технологии сервиса не будут адекватны производственным технологиям, трудно рассчитывать на необходимое качество сервиса. Креативные технологии основаны на использовании креативных идей, нестандартного мышления, метода парадоксов, «сознательного бреда», необычных ассоциаций, символов, метафор, смены перспектив, методов бренд-манифеста, мозгового штурма, пинг-понга и др. Эти технологии могут присутствовать практически во всех направлениях сервиса.

В западных странах все инновационные тенденции формируют корпус совершенно новых технологий (High-humy) опережающего воздействия на рынок, адекватных реалиям информационного общества в противовес High-tech. Креативные технологии High-humy отличаются изменчивостью и адаптивностью к условиям среды.

Необходимость в креативных подходах к сервису обусловливается тем, что сервисные фирмы могут сталкиваться с ситуациями, когда работа заходит в тупик, нет надежд на саморазрешение ситуации, нет особенностей в продукте их деятельности, отличающих товар или услугу от подобных. В таких случаях нужен сильный толчок, источником которого может быть человек-креатор.

В связи с этим современная сервисная деятельность востребует одаренную личность, обладающую способностью к креативности, личность для которой характерна устойчивая высокого уровня направленность на творчество, мотивационно - творческая активность, проявляющаяся в органическом единстве с высоким уровнем творческих способностей, позволяющих ей достигнуть прогрессивных, культурно и личностно значимых творческих результатов в одном или нескольких видах деятельности.

- Дисциплина направлена на формирование психолого-педагогических знаний по пониманию творчества, задатков, способностей, одаренности, гендера, талантливости и гениальности;
- Способности анализировать творческую личность с учетом изученных подходов;
- Способности разрабатывать и использовать креативные технологии в сервисе (рекламе, выставочной деятельности, продвижении предприятий, PR);
- Умения анализировать и соотносить личностные характеристики человека, с характеристиками окружающего его жизненного пространства;
- Компетенций в понимании цветовых типов личности;
- Освоения методики цветового анализа личности на основе психологической диагностики М. Люшера.

3. Объем дисциплины (модуля)

Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающимися (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу, приведен в таблице 2.

Таблица 2 – Общая трудоемкость дисциплины

Название ОПОП ВО	Форма обуче- ния	Часть УП	Семестр (ОФО) или курс (ЗФО, ОЗФО)	Трудо- емкость	Объем контактной работы (час)						СРС	Форма аттес- тации
				(З.Е.)	Всего	Аудиторная			Внеауди- торная			
						лек.	прак.	лаб.	ПА	КСР		
43.03.01 Сервис	ОФО	Б1.В	4	5	73	36	36	0	1	0	107	Э

4 Структура и содержание дисциплины (модуля)

4.1 Структура дисциплины (модуля) для ОФО

Тематический план, отражающий содержание дисциплины (перечень разделов и тем), структурированное по видам учебных занятий с указанием их объемов в соответствии с учебным планом, приведен в таблице 3.1

Таблица 3.1 – Разделы дисциплины (модуля), виды учебной деятельности и формы текущего контроля для ОФО

№	Название темы	Код результата обучения	Кол-во часов, отведенное на				Форма текущего контроля
			Лек	Практ	Лаб	СРС	
1	Введение в предмет. Понятие о творчестве как культурно-историческом и философском явлении	РД1	2	0	0	1	Текущий контроль осуществляется путем проверки подготовленных эссе и творческих письменных работ и презентаций, направленных на анализ собственного становления как творческой личности и анализ жизнедеятельности известной творческой личности.
1	Введение в предмет. Понятие о творчестве как культурно-историческом и философском явлении (2 часа).		1	0	0	1	Текущий контроль осуществляется путем проверки подготовленных эссе и творческих письменных работ и презентаций, направленных на анализ собственного становления как творческой личности и анализ жизнедеятельности известной творческой личности.
2	Введение в психологию творчества. Индивидуально-психологические особенности одаренной личности		1	0	0	1	Текущий контроль осуществляется путем проверки подготовленных творческих письменных работ и презентаций, направленных на анализ жизнедеятельности известной творческой личности.
3	Пол и гендер. Биолого-физиологический и социокультурный подходы	РД1	1	0	0	1	Форма текущего контроля – Оценка вопросов, заданных приглашенному профессионалу в процессе интервью и дискуссии с ним
4	Проблема гендера в философии творчества	РД1	1	0	0	1	Проводится на основе осуществленного двумя студентами сравнительного гендерного анализа имиджа творческих личностей (мужчин и женщин-художников, актеров, музыкантов и проч.

5	Творчество, своеобразие психической деятельности и гендер. Одаренность и гендер. Психофизиологические основания творчества	РД1	1	0	0	1	на практическом занятии студенты дискутируют по проблемам, изученным в рамках первой – пятой тем РПД, пишут контрольную работу по изученным темам и основным научным дефинициям.
6	Прикладные аспекты творческой деятельности. Психология цвета. Цветовые характеристики зеленого, красного цветовых типов в оформлении окружающего жизненного пространства и собственной личност	РДЗ	2	0	0	6	Контроль приобретенных знаний умений и навыков осуществляется в рамках практических занятий. Студенты представляют в письменном виде результаты психодиагностического анализа цветового теста М. Люшера и в виде презентации на электронных носителях изображение оформления интерьера жилища или офиса творческой личности и результаты анализа имиджа данной личности (ее цветового типа), установленного ими на основании цветового и предметного оформления ею интерьера дома или офиса
7	Цветовые характеристики синего и желтого цветовых типов оформления окружающего жизненного пространства и собственной личности	РДЗ	1	0	0	5	контроль приобретенных знаний умений и навыков осуществляется в рамках практических занятий. Студенты представляют в письменном виде результаты психо-диагностического анализа цветового теста М. Люшера и в виде презентации на электронных носителях изображение оформления интерьера жилища или офиса творческой личности и результаты установленного ими на основании анализа цветового и предметного оформления имиджа данной личности (ее цветового типа)
8	Социокультурные условия формирования и проявления одаренности. (2часа).		2	0	0	2	в дальнейшем на основе изученного на лекции и в процессе СРС на практическом занятии студенты анализируют изученный материал, на основе изученной литературы демонстрируют возможности использования образов мужского и женского гендера в рекламе, PR, выставочной деятельности в процессе разработки проекта

9	Мышление в зеленом свете: креативные техники в PR.		1	0	0	3	Контроль осуществляется на основе оценки содержательной и структурной характеристик представленной идеи проекта
10	Техники, стимулирующие творческое мышление	РД1, РД2	1	0	0	2	Контроль осуществляется на основе оценки содержательной и структурной характеристик представленного проекта
11	Техники оценки идей	РД2, РД3	1	0	0	2	На занятии студенты представляют для обсуждения креативный проект рекламной кампании, используемой для продвижения товаров и услуг, или же проект выставочной деятельности в сфере сервиса
12	Креативные технологии в продвижении товаров и услуг. Креатив в рекламе	РД2, РД3	3	3	0	8	Контроль осуществляется на основе оценки содержательной и структурной характеристик представленного проекта
13	Креативные технологии в продвижении товаров и услуг. Креатив в рекламе		1	3	0	6	Контроль осуществляется на основе оценки содержательной и структурной характеристик представленного проекта
14	Креативные технологии в продвижении товаров и услуг. Креатив в рекламе		1	3	0	6	Контроль осуществляется на основе оценки содержательной и структурной характеристик представленного проекта
15	Креативные технологии в продвижении товаров и услуг. Креатив в рекламе		2	3	0	7	Контроль осуществляется на основе оценки содержательной и структурной характеристик представленного проекта
16	Креативные технологии в выставочной деятельности	РД2, РД3	3	4	0	11	Контроль осуществляется на основе оценки содержательной и структурной характеристик представленного проекта
17	Социокультурные условия формирования и проявления одаренности. Психология личности художника с учетом гендерных отношений.	РД1	3	2	0	7	Анализ эссе на тему: Самоанализ творческого становления; Анализ становления творческой индивидуальности (художника, музыканта, актера, танцора и проч.

18	Особенности оформления интерьера жилища и офиса синим цветовым поведенческим типом. Особенности оформления интерьера жилища и офиса зеленым цветовым поведенческим типом. Особенности оформления интерьера жилища и офиса красным цветовым поведенческим типом.	РДЗ	4	2	0	7	Студенты дискутируют в рамках изучаемой темы, презентуют анализ творческой личности на основе исследования предпочитаемых ею особенностей оформления жилища или офиса, выбора одежды. Информацию предоставляют в виде презентации
19	Особенности оформления интерьера жилища и офиса желтым цветовым поведенческим типом. Особенности выбора одежды синим и зеленым цветовым поведенческим типом. Особенности выбора одежды красным и желтым цветовым поведенческим типом.	РДЗ	4	4	0	4	Оценивается активность участия в дискуссии, умение аргументированно отвечать на вопросы, способность верно определить цветовой тип личности на основе анализа особенностей оформления ею жилища или офиса. Студенты дискутируют в рамках изучаемой темы, презентуют анализ творческой личности на основе исследования предпочитаемых ею особенностей оформления жилища или офиса, выбора одежды.
20	Креативные технологии в продвижении товаров и услуг. Креатив в рекламе.		0	6	0	10	Анализ знаний по управлению проектами рекламной деятельности, умение аргументированно презентовать его социокультурную практическую значимость, способность рассчитать финансовую составляющую проекта
21	Креативные технологии в продвижении товаров и услуг. Креативные техники в PR и выставочной деятельности	РДЗ	0	6	0	15	анализ и оценка проектов студентов, знаний и умений по организации выставочных экспозиций и организации выставочных мероприятий
Итого по таблице			36	36	0	107	

4.2 Содержание разделов и тем дисциплины (модуля) для ОФО

Тема 1 Введение в предмет. Понятие о творчестве как культурно-историческом и философском явлении.

Содержание темы: В лекции дается понятие о творчестве как когнитивной деятельности и как культурно-историческом явлении, имеющем психологические аспекты: личностный и процессуальный. Прослеживаются философские подходы к творчеству в исторической ретроспективе, обосновывается важность гендерного подхода в понимании личности творца и процесса творческой деятельности.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии. В рамках освоения первой темы студенты готовят эссе на тему: Мое становление как творческой личности. В дальнейшем на практических занятиях результаты

данных анализов представляются в виде презентаций и осуществляется критическое обсуждение студентами.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Эссе на тему "Становление творческой личности", Презентация данного Эссе.

Тема 1 Введение в предмет. Понятие о творчестве как культурно-историческом и философском явлении (2 часа).

Содержание темы: В лекции дается понятие о творчестве как когнитивной деятельности и как культурно-историческом явлении, имеющем психологические аспекты: личностный и процессуальный. Прослеживаются философские подходы к творчеству в исторической ретроспективе, обосновывается важность гендерного подхода в понимании личности творца и процесса творческой деятельности.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: В рамках освоения первой темы студенты готовят эссе на тему: Мое становление как творческой личности. В дальнейшем на практических занятиях результаты данных анализов представляются в виде презентаций и осуществляется критическое обсуждение студентами группы и дискуссия по теме.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Эссе по теме: Мое становление как творческой личности.

Тема 2 Введение в психологию творчества. Индивидуально-психологические особенности одаренной личности.

Содержание темы: В лекции дается понятие о задатках, общей и специальной одаренности, гениальности и талантливости. Прослеживаются философские и психологические взгляды на гениальность и талантливость. Обосновывается, что до настоящего времени нет четкого определения одаренности, что о таланте можно судить при таком уровне развития способностей, когда деятельность человека отличается принципиальной новизной, но отражает общественные запросы. О гениальности же можно говорить лишь тогда, когда достижения творца преодолевают имеющиеся смысловые рамки и когда осуществляются принципиальные сдвиги в той или иной сфере деятельности.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: В рамках изучения данной темы студенты осуществляют анализ жизни и творческой деятельности известных художников, актеров, танцоров, музыкантов, композиторов – мужчин и женщин на основе разработанной автором РПД анкеты.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Аналитическая работа о творческом становлении известного художника, актера, музыканта, танцора и проч.

Тема 3 Пол и гендер. Биолого-физиологический и социокультурный подходы .

Содержание темы: В лекции разделяются понятия пола и гендера на основании известных положений о том, что женский пол носитель устойчивости и наследственности, а мужской, - изменчивости. В свою очередь гендер – это социокультурная характеристика индивида. А взаимодействие гендеров обеспечивает творческую эволюцию (А. Бергсон). Отмечено, что у мужчин и женщин имеются существенные психофизиологические различия. Правое и левое полушарие функционируют у мужчин автономнее, чем у женщин (В.Е.Каган, А.А. Логинов, Д. и В. Моулфесы, Кристиан де ЛакостеУтамсинг, Р. Холлоуэй, Р. Орнштейн); женский мозг наделен более «обобщенной» ориентацией, мужской более «специализированной». Физиологией установлено, что женщины по преимуществу правополушарны, а мужчины - левополушарны (А.А. Логинов 1989), а психологическими исследованиями обоснованы лучшие математические способности и пространственная ориентировка мужчин и вербальные способности женщин. У художественных «типов» активизировано правое полушарие головного мозга (по данным электрографических исследований). Обоснованы необходимость, для художника с одной стороны,

мышления «женского типа», а с другой, важность, как мужского, так и женского типов восприятия и обработки информации в творческой деятельности, т. е. проявления андрогинной личности. Показано, что маскулинность или фемининность следует рассматривать как содержимое сообщающихся сосудов, и «свой» сосуд должен быть заполнен больше, чем «чужой» (Р.Крафт-Эбинг, В.Е. Каган). Рекомендуемая по теме литература .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: В рамках изучения данной темы организуется встреча-интервью с известной творческой личностью г. Владивостока или мастер-класс данного профессионала по предложенной тематике.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Подготовка вопросов для структурированного и неструктурированного интервью.

Тема 4 Проблема гендера в философии творчества.

Содержание темы: Прослеживается связь творчества с Эросом. Отмечается, что на эту связь указывали многие философы, они обосновывали, с одной стороны гениальность мужского начала (А. Шопенгауэр, Ф.Ницше, О. Вейнингер, С.Н. Булгаков, Н.А. Бердяев, С.Л. Франк, В.И. Иванов) и талантливость женского (Н.А. Бердяев, П.А. Флоренский, В.И. Иванов). Но вместе с тем многие из них отмечали значение женственности в творческом процессе (К.Г.Юнг, П.А. Флоренский, Б.П. Вышеславцев) и необходимость андрогинной личности для творчества (С.Н. Булгаков, Н.А. Бердяев, П.А. Флоренский, С.Л. Франк, В.Ф. Эрн, К.Г.Юнг).

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: В рамках лекции проводится дискуссия, направленная на проведение и обсуждение гендерного анализа образов творческих личностей, осуществленных в рамках работы над второй темой РПД.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

Тема 5 Творчество, своеобразие психической деятельности и гендер. Одаренность и гендер. Психофизиологические основания творчества.

Содержание темы: Обосновывается связь творчества со способом функционирования психического аппарата. Отмечается, что в случае гениального творения творец находится во власти первичных процессов, использует бессознательную, интуитивную деятельность, эмоциональное мышление. Показано, что для талантливого творчества необходим «мужской тип» деятельности психического аппарата, (активность левого полушария) и наоборот для гениального творчества необходимы в первую очередь первичные процессы, интуиция, т. е. «женский тип» деятельности психического аппарата (активность правого полушария). Вместе с тем для творчества необходимо соединение мышления и чувств, эмоциональное мышление (Л.С. Выготский, А.В. Петровский, Б.П. Вышеславцев), фантазия, являющаяся мостом между наукой и чувством, между внутренним миром и внешним, между бессознательным и сознательным (К.Г. Юнг, Б.П. Вышеславцев). В лекции отмечается, что до настоящего времени четкого определения одаренности не существует и, что это многоаспектное понятие. Обосновывается психологическое своеобразие одаренных детей, независимо от гендера. Прослеживаются психологические проявления, необходимые для продуктивной деятельности в художественном творчестве у каждого гендера. .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: В рамках лекции и практического занятия проводится дискуссия, направленная на проведение и обсуждение гендерного анализа образов творческих личностей, осуществленных в рамках работы над второй темой РПД.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Подготовка к контрольной работе по темам 1 - 5.

Тема 6 Прикладные аспекты творческой деятельности. Психология цвета. Цветовые характеристики зеленого, красного цветовых типов в оформлении окружающего жизненного пространства и собственной личности.

Содержание темы: В лекции дается характеристика типам зеленого и красного цветового поведения, особенностей их одежды, поведения и оформления интерьера жилища и офиса. .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: В рамках освоения темы осуществляется практическое психодиагностическое исследование студентов по методике: 8-ми цветный тест М. Люшера. В дальнейшем студенты проводят анализ полученных тестов – двух респондентов а также определяют имидж личности на основе анализа цветового и предметного оформления ее жилища или офиса.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Анализ двух респондентов по методике психодиагностического теста М. Люшера.

Тема 7 Цветовые характеристики синего и желтого цветовых типов оформления окружающего жизненного пространства и собственной личности.

Содержание темы: В лекции дается характеристика типам синего и желтого цветового поведения, особенностей их одежды, поведения и оформления интерьера жилища и офиса.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Лекционное и В рамках освоения темы осуществляется практическое психодиагностическое исследование студентов по методике: 8-ми цветный тест М. Люшера. В дальнейшем студенты проводят анализ полученных тестов – двух респондентов а также определяют имидж личности на основе анализа цветового и предметного оформления ее жилища или офиса.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Самоанализ и анализ цветового типа личности известного актера, певца, музыканта, художника.

Тема 8 Социокультурные условия формирования и проявления одаренности. (2 часа).

Содержание темы: В лекции прослеживаются условия и особенности становления идентичности в случае формирования одаренной личности. Констатируется, что многие исследователи выявляют у них психологические проявления противоположного пола и не рекомендуют жесткую полоролевою стереотипизацию (Р. Альтман, С. Бем, Е. Торренс, Д. Линн, Дж. Домино, К. Тэкэкс). Отмечается, что мужчины, и женщины, добившиеся успеха, обладают комбинацией мужских и женских «атрибутов» характера. Показано, что в обществе до сих пор бытует мнение, что проявление маскулинности признак психологически здорового мужчины, а фемининности - признак психологически здоровой женщины. Отмечается, что родительская поддержка в борьбе против давления социальных стереотипов важна для одаренных детей обоих полов, но особенно для девочек (L. Schwartz, Д. Ландрам, М. Мид). Прослеживаются воспитательные подходы к каждому гендеру, необходимые для воспитания личности успешной в творчестве, а также условия формирования андрогинных мужчин, способных принимать и проявлять характерные женские черты и андрогинных женщин, проявляющих мужские черты. .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Для освоения материала используется лекционная образовательная технология с презентационным материалом, доказывающим специфику гендерной идентичности творческой личности, ее андрогинность.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Сбор материала и разработка креативной идеи для завершающего курс проекта рекламной и выставочной деятельности.

Тема 9 Мышление в зеленом свете: креативные техники в PR.

Содержание темы: В лекции рассматриваются техники, стимулирующие генерацию идей. Подходы к структурированию собранной информации.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: В дальнейшем на практическом занятии студенты представляют для обсуждения идею креативного проекта рекламной кампании, используемой для продвижения товаров и услуг, или же проекта выставочной деятельности в сфере сервиса.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: разработка идеи проекта рекламной кампании или выставки для позиционирования и продвижения сервисного предприятия.

Тема 10 Техники, стимулирующие творческое мышление.

Содержание темы: В лекции рассматриваются техники, используемые для развития творческого мышления: стратегия Диснея; аффирмации, мозговые атаки; техника номинальной группы и другие.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: На занятии студенты представляют для обсуждения креативный проект рекламной кампании, используемой для продвижения товаров и услуг, или же проект выставочной деятельности в сфере сервиса.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Разработка проекта рекламной или выставочной деятельности.

Тема 11 Техники оценки идей.

Содержание темы: В лекции рассматриваются техники, используемые для оценки идей: методы формальной оценки, процедуры отбора; техника «разумной алгебры»; внешняя оценка.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: На занятии студенты представляют для обсуждения креативный проект рекламной кампании, используемой для продвижения товаров и услуг, или же проект выставочной деятельности в сфере сервиса.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Подготовка к разработке завершающего курса проекта рекламной кампании или выставочной деятельности.

Тема 12 Креативные технологии в продвижении товаров и услуг. Креатив в рекламе.

Содержание темы: Изучаются креативные технологии, используемые в продвижении товаров и услуг сервисных организаций. Особое внимание на занятии направлено на изучение креатива в рекламе.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: На занятии студенты представляют для обсуждения креативный проект рекламной кампании, используемой для продвижения товаров и услуг, или же проект выставочной деятельности в сфере сервиса.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Разработка проекта рекламной кампании.

Тема 13 Креативные технологии в продвижении товаров и услуг. Креатив в рекламе.

Содержание темы: Занятие посвящено теоретическим и практическим принципам креатива в рекламе.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: На занятии студенты представляют для обсуждения креативный проект рекламной компании, используемой для продвижения товаров и услуг, или же проект выставочной деятельности в сфере сервиса.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

Тема 14 Креативные технологии в продвижении товаров и услуг. Креатив в рекламе.

Содержание темы: Анализ креативных технологий, предложенных студентами для продвижения товаров, услуг, сервисных организаций.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: На занятии студенты представляют для обсуждения креативный проект рекламной кампании, используемой для продвижения товаров и услуг, или же проект выставочной деятельности в сфере сервиса.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

Тема 15 Креативные технологии в продвижении товаров и услуг. Креатив в рекламе.

Содержание темы: Анализ креативных идей и технологий, предложенных студентами для позиционирования и продвижения сервисных организаций.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: На занятии студенты представляют для обсуждения креативный проект рекламной кампании, используемой для продвижения товаров и услуг и сервисных организаций в целом.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

Тема 16 Креативные технологии в выставочной деятельности.

Содержание темы: В лекции рассматриваются методы организации выставок, психотехнологии в организации торговых ярмарок, стендов и экспонатов. Психология персонала стенда и коммуникации с потребителем. Психотехнологии эффективных презентаций.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: На занятии студенты представляют для обсуждения креативный проект рекламной компании, используемой для продвижения товаров и услуг, или же проект выставочной деятельности в сфере сервиса.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Разработка проекта рекламы товара, услуги, организации, проекта выставочного мероприятия.

Тема 17 Социокультурные условия формирования и проявления одаренности. Психология личности художника с учетом гендерных отношений.

Содержание темы: Рассматриваются условия культурного становления творческой личности. Студентами осуществляется самоанализ своего творческого становления и анализ творческого становления известного художника, музыканта, актера, поэта, танцора и проч. Контрольные вопросы темы: .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: практическое занятие - дискуссия по данной теме.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Подготовка эссе на тему: Самоанализ творческого становления; Анализ становления творческой индивидуальности (художника, музыканта, актера, танцора и проч.

Тема 18 Особенности оформления интерьера жилища и офиса синим цветовым поведенческим типом. Особенности оформления интерьера жилища и офиса зеленым цветовым поведенческим типом. Особенности оформления интерьера жилища и офиса красным цветовым поведенческим типом.

Содержание темы: Студенты дискутируют в рамках изучаемой темы, презентуют анализ творческой личности на основе исследования предпочитаемых ею особенностей оформления жилища или офиса, выбора одежды.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: практическое занятие - дискуссия.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

Тема 19 Особенности оформления интерьера жилища и офиса желтым цветовым поведенческим типом. Особенности выбора одежды синим и зеленым цветовым поведенческим типом. Особенности выбора одежды красным и желтым цветовым поведенческим типом.

Содержание темы: Студенты дискутируют в рамках изучаемой темы, презентуют анализ творческой личности на основе исследования предпочитаемых ею особенностей оформления жилища или офиса, выбора одежды.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: практическое занятие - дискуссия.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Аналитическая работа.

Тема 20 Креативные технологии в продвижении товаров и услуг. Креатив в рекламе.

Содержание темы: Проводятся тренинги разработки креативных технологий в рекламе.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Тренинги, дискуссии, презентация рекламных проектов, разработанных студентами.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Разработка проекта рекламной кампании.

Тема 21 Креативные технологии в продвижении товаров и услуг. Креативные техники в PR и выставочной деятельности.

Содержание темы: Анализируются проекты студентов, направленные на организацию выставочных мероприятий.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Практические занятия - анализ проектов выставочных мероприятий.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Разработка проекта.

5 Методические указания для обучающихся по изучению и реализации дисциплины (модуля)

5.1 Методические рекомендации обучающимся по изучению дисциплины и по обеспечению самостоятельной работы

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Перечень и тематика самостоятельных работ студентов по дисциплине

Самостоятельная работа студента по дисциплине предусматривает выполнение индивидуальных заданий.

Лекционный курс построен таким образом, чтобы студент

мог погрузиться в проблемы сущности творчества, креативности и понять значение творческой деятельности как для самоактуализации каждого человека, так и совершенствовании и развитии культуры и эволюции цивилизации.

Изучение дисциплины предоставляет возможность познакомиться с тем, как формировались подходы к такому уникальным явлениям культуры как творчество, креативность, одаренность, талантливость и гениальность.

Изучение лекционного курса, хотя и в краткой форме позволяет студентам познакомиться с пониманием основных цветовых поведенческих типов.

Значительное количество часов для самостоятельной работы дает возможность дополнительно изучить материал по привлекаемому вниманию разделу лекционного курса, подготовить доклады или рефераты, выбрать тему для ознакомления всей группы.

Самостоятельная работа студентов включает в себя ряд составляющих:

А. Освоение теоретического материала, основываясь на следующей литературе:

1. Коноплева Н.А. Креативные технологии в сервисе/Н.А. Коноплева// Креативные технологии в сервисе – Учебное пособие. Изд-во ВГУЭС, 2014. – 236 с.

2. Коноплева Н.А. Творческая личность в современном обществе. Гендерный и кросс-культурный аспекты: монография / Н.А. Коноплева, Е.Ю. Гаранина. – Владивосток: Дальнаука, 2007. – 360 с.

3 Коноплева, Н.А. Художественное творчество и гендер. Культуролого–психологический аспект / Н.А. Коноплева, А.Е. Коноплев. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2001. – 204 с.

4 Николаенко Н.Н. Психология творчества: Учебное пособие/Под ред. Л.М.Шипицыной. – СПб.: «Речь», 2005. – 277 с.

5.Собчик Л.Н. Психология индивидуальности. Теория и практика психодиагностики. – СПб.: «Речь», 2008. – 624 с.

Содержание этих монографий и учебных пособий положено в основу данного учебного курса.

6.Берн Ш. Гендерная психология Закономужского и женского поведения; СПб.: «Прайм – Еврознак», «изд. Дом Нева»; М.: «Олма-Пресс», 2001.

7. Гендерная психология. Практикум. 2 –е изд. / Под ред. И.С. – СПб.: Питер. 2009. – 496 с.: илл.

8.Ильин Е.П. Психология индивидуальных различий. - СПб.: Питер, 2004. – 701 с.: илл.

9. Ильин Е.П. Дифференциальная психофизиология мужчины и женщиныСПб.: Питер, 2006. – 544 с.:

А. Данные учебники позволяют студентам разобраться в понимании гендера и психологии индивидуальных различий.

Б. Разработать самостоятельные контрольных и реферативные работы по заданным темам. При этом студент пользуется не только дополнительной литературой, рекомендованной преподавателем, но и опирается при написании работы на рекомендованное в п. 6 учебной программы программное обеспечение; полнотекстовые базы данных, расположенные на сайте ВГУЭС в разделе: Библиотека.

В.Представить письменные отчеты по результатам изученной психодиагностической методики.

Г. Разработать креативный проект продвижения товаров и услуг в сфере сервиса

Тематика самостоятельных работ:

- Анализ имиджа творческой личности (известного певца, музыканта, актера, танцора, писателя, поэта, ученого и проч.) на основе анализа цветового оформления жилища и офиса и разработанного опросника по анализу творческого становления личности;

- Творческая работа по самоанализу своего образа и анализу своего становления как творческой индивидуальности в процессе социализации и влияния значимых других на формирование образа Я.

- Реферативные работы: анализ становления и формирования имиджа творческой индивидуальности по самостоятельно выбранной теме.

1. Исследование образа Л. Ван Бетховена
 1. Исследование образа П.И. Чайковского
 2. Исследование образа С. Дали
 3. Исследование образа Г. Серебряковой
 4. Исследование образа М. Башкирцевой
 5. Исследование образа Н. Рушевой
 6. Исследование имиджа А. Пугачевой
 7. Исследование имиджа Н. Баскова
 8. Исследование образа М. Магомаева
10. Исследование образа М. Эсамбаева
11. Исследование образа В. Тихонова
12. Исследование образа О. Янковского
13. Исследование образа А. Абдулова
14. Исследование имиджа творческого коллектива
15. Анализ культурно-исторической типологии художников – реалистов
16. Анализ культурно-исторической типологии художниц-авангардистов
17. Анализ культурно-исторической типологии художника-символиста
18. Анализ культурно-исторической типологии художника-модерниста
19. Сравнительно-сопоставительный анализ образов женщин и мужчин-художников - авангардистов
20. Креативные разработки в рекламе, PR., выставочной деятельности в продвижении товаров, услуг, личности, организации.

6.2. Методические рекомендации по изучению практической части курса

Поскольку учебный курс «Креативные технологии в сервисе» является одним из составляющих компетентности будущего выпускника, практические занятия построены следующим образом:

Прежде всего, часть из них имеют характер и структуру семинара, что позволяет определить уровень усвоения материала и дать дополнительные разъяснения по сложным аспектам темы.

Другую часть практических занятий составляют обсуждения самостоятельных, контрольных работ и рефератов, подготовленных студентами по анализу образа известной в культуре творческой личности, особенностям ее становления и творческой реализации, по самоанализу, по исследованию имиджа творческой личности на основании анализа ее цветового поведения и особенностей цветового оформления жилища и офиса, креативным технологиям в рекламе, PR., выставочной деятельности в продвижении товаров, услуг, личности, организации.

6.3 Методические указания по самостоятельному выполнению практических заданий

Рассмотрены на примере используемой в изучаемом курсе методики: Цветовой тест М. Люшера.

1. Процедура тестирования

1.1. Порядок обследования в цветовом тесте

К наиболее общим элементам процедуры тестирования относится следующее. Цветовые карточки предъявляются испытуемому на белом фоне. Карточки раскладываются в случайном порядке, на примерно равном расстоянии от испытуемого (условно - полукругом).

Инструкция испытуемому: *«Посмотрите внимательно на эти восемь карточек. Выберите и отложите в сторону наиболее симпатичный, приятный Вам а данный*

момент цвет. Постарайтесь не связывать цвет с какими-либо вещами: цвет одежды, обоев, машины и т.д. Выбирайте цвет наиболее приятный сам по себе». Указанный испытуемым цвет убирается в сторону и кладется цветом вниз, чтобы полностью убрать его из поля зрения.

Продолжение инструкции: *«Хорошо, а теперь выберите наиболее симпатичный цвет из оставшихся»*. Эта инструкция (и соответственно выборы испытуемого) повторяется до тех пор, пока перед испытуемым не останутся три последних карточки. М. Люшер считает, что в среднем последние три цвета воспринимаются испытуемыми как неприятные. Поэтому для облегчения работы испытуемого инструкция изменяется: *«Хорошо, а теперь укажите наиболее несимпатичный, неприятный цвет из оставшихся»*. Такое инструктирование выбора испытуемого позволяет распределить 8 цветов в ряд по степени убывания их субъективной приятности.

Крайне редко, но все же имеют место отказы испытуемых выбирать цвета, поскольку все они ему неприятны. В данной ситуации экспериментатор должен спокойно согласиться с тем, что это вполне может быть. После чего просить указать самый неприятный, противный цвет. Затем, самый неприятный цвет из оставшихся и так до конца. Записываются выборы испытуемого соответственно как бы с конца, справа налево.

Запись выборов испытуемого экспериментатор проводит в условных цифровых обозначениях: серый цвет - 0, темно-синий - 1, зеленый - 2, оранжево-красный - 3, желтый - 4, фиолетовый - 5, коричневый - 6, черный - 7. Примечание: ниже в тексте для краткости изложения темно-синий цвет будет называться синим, а оранжево-красный - красным. В известных нам переводах «фиолетовым» называется цвет, близкий к малиновому.

Таким образом, если испытуемый выбирает по убыванию неприятности - черный, зеленый (перед испытуемым остался синий цвет), то экспериментатор должен будет сделать такую запись:

1	3	0	4	5	6	1	2	7
выбор								

Точно такая же запись будет, если испытуемый счел все цвета неприятными, а потом по убыванию субъективной неприятности выбрал черный, зеленый, синий, коричневый, фиолетовый, желтый, серый, красный.

М. Люшер утверждает, что повторное тестирование является более информативным (хотя и не уточняет, что конкретно имеется в виду). Поэтому по окончании первой серии выборов карточки снова раскладываются перед испытуемым.

Инструкция: *«Сейчас давайте повторим процедуру выборов еще раз. Речь при этом ни в коем случае не идет о проверке памяти. Вы можете выбрать цвета в той же последовательности, что в первый раз, можете в какой-то другой. Главное - выбирать и откладывать наиболее симпатичные в данный момент цвета»* - далее в точности воспроизводится процедура цветовых выборов и их записи экспериментатором. Основная мысль, которая должна быть доведена до испытуемого перед повторной серией выборов - речь не идет о проверке памяти или «серьезности», надежности работы испытуемого при первой раскладке цветов. Предположим, что запись выборов испытуемого в итоге оказалась следующей:

1	3	0	4	5	6	1	2	7
выбор								
2	3	5	0	4	1	6	2	7
выбор								

На этом тестирование завершается.

1.2. Комментарии и рекомендации

М. Люшер обозначает цвета 1, 2, 3 и 4 основными, что в общем не противоречит теории цветового восприятия. К этим основным цветам, несущим максимальную информационную (психодиагностическую) нагрузку автор добавил «для повышения информативности» теста еще четыре дополнительных цвета. Обоснование необходимости

именно 8 цветов не дается. Хотя логически можно допустить, что с увеличением их числа будет прогрессивно нарастать субъективная сложность выборов испытуемого и, следовательно, увеличиваться длительность обследования и ненадежность каждого отдельного выбора.

Практический опыт показал, что незначительные отклонения оттенков цвета в тестовом наборе от эталона не изменяют статистически значимо усредненных результатов группового обследования. Однако точно определить границы допустимых колебаний оттенков в настоящее время не представляется возможным. И поэтому для получения сопоставимых результатов следует пользоваться стандартным цветовым набором.

В специально поставленном исследовании установлено, что выполняя задачу на свободную сортировку цветов на четыре группы (самые приятные, приятные, безразличные и неприятные), испытуемые чаще всего идут путем, рекомендуемым М. Люшером: сначала выбирают наиболее приятные, потом приятные, потом безразличные и последними остаются неприятные цвета.

Переделка инструкции после выбора испытуемым первых пяти цветов - (теперь выбирать наиболее неприятный цвет), как показывает опыт, нецелесообразна: подавляющее большинство испытуемых никаких затруднений в выборах не испытывает. В свою очередь изменение инструкции тормозит работу испытуемого (удлиняет обследование) и способствует ошибкам в записи выборов экспериментатором.

2. Обработка данных тестирования

2.1. Варианты обработки данных цветового теста

2.1.1. Группировка цветов по предпочтениям. Если второй выбор полностью идентичен первому, то он разбивается на пары, имеющие следующие обозначения и смысл:

«+» - наиболее симпатичные цвета (выбранные первым и вторым);

«х» - симпатичные цвета (стоящие в ряду предпочтений третьим и четвертым);

«=» - безразличные цвета (пятый и шестой в ряду);

«-» - неприятные, отвергаемые цвета (седьмой и восьмой от начала ряда).

Таким образом, если некий испытуемый дважды разложил карточки в последовательности 35041627, то этот ряд группируется по предпочтениям следующим образом: +3+5; хОх4; =1=6; -2-7.

Если второй выбор незначительно отличается от первого, то принимается, что цвета являются группой и в том случае, если во втором выборе они меняются друг с другом местами. Сначала устанавливаются «+» и «-» группы, потом «х», все остальные цвета включаются в группу «=». Для приведенного выше примера разбиение цветов на группы будет таким:

3	0	4	5	6	1	2	7
3	5	0	4	1	6	2	7
+	+	Х		=	=	-	-

Группы «+», «х» и «-» устанавливаются всегда и включают в себя от 1 до 3 разных цветов. Группа «=» может отсутствовать, либо содержать от 1 до 4 цветов.

Иногда перестановки цветов во втором ряду предпочтений настолько велики, что такого рода разделение цветов на группы оказывается невозможным. М. Люшер рекомендует тогда брать второй выбор, как более информативный, и делить его на пары цветов.

2.1.2. Выделение компенсации и тревог

М. Люшер утверждает, что в норме основные цвета должны находиться в начале ряда предпочтений, т.е. восприниматься испытуемым как приятные. Дополнительные цвета должны оказаться во второй половине ряда, т.е. восприниматься как безразличные или неприятные. Отсюда вытекают три правила:

1. Появление любого основного цвета на последних трех местах в ряду предпочтений декларируется ненормальным и обозначает наличие тревоги.

2. Появление любого дополнительного (кроме фиолетового) цвета на первых трех местах декларируется М. Люшером ненормальным и обнаруживает наличие компенсаций: вынужденного, вычурного, самозащитного поведения и соответствующих переживаний.

3. Если есть хоть одна тревога, то первый цвет автоматически рассматривается как ее компенсация. Если есть хоть одна компенсация, то в любом случае последний цвет рассматривается как индикатор тревоги, ее вызывающей.

Для условно-численной оценки выраженности компенсаций и тревог М. Люшер предлагает такие обозначения:

! - если основной цвет стоит на 6.месте (дополнительный на 3 месте);

!! - если основной цвет стоит на 7 месте (дополнительный на 2 месте);

!!! - если основной цвет стоит на 8 месте (дополнительный на первом).

С точки зрения компенсаций и тревог пример обозначается так:

2	3	5	0	4	1	6	2	7
			!				!!	

выбор

Общая выраженность компенсаций и тревог вычисляется как сумма условных баллов (!), может находиться в диапазоне от 0 до 12 баллов и для данного примера равна 3 баллам.

При наличии хотя бы одного знака «!» М. Люшер предлагает дополнительно определять «+» группы цветов. Прежде всего, это первый и последний цвета ряда, а также +3-2; +5-2; +0-7; +0-2.

«+» -группы, по утверждению М. Люшера, отражают центральные конфликты испытуемого внутриличностного плана.

2.1.3. Понятие «рабочей группы» цветов

М. Люшер рекомендует особое внимание уделять тому, как испытуемый отнесся к трем цветам (2, 3, 4), обозначенным как «рабочая группа».

2.2. Комментарии и рекомендации

Разбиение второго ряда цветовых предпочтений на 4 пары является более предпочтительным, чем попытки разбиения с учетом изменения цветовых предпочтений от первого ко второму выборам (см. 2.1.1).

Выделение основных и дополнительных цветов, а также их привязка к началу и концу цветового ряда в целом экспериментально подтверждается. На разных выборках испытуемых обнаружено, что появление 2, 3, 4 и 5 цветов в начале ряда сочетается с высокими самооценками своего состояния по анкете САН. Выход на первые места 0, 1, 6 и 7 цветов сочетается с низкими самооценками.

Среднее место цвета можно рассматривать численной мерой непривлекательности цвета для испытуемого. Первое место в ряду (условно 1 балл) означает максимальную привлекательность данного цвета, последнее место в ряду (условно 8 баллов) - максимальную непривлекательность.

3. Оценка результатов тестирования

3.1. Качественная характеристика результатов тестирования

М. Люшер постулировал постоянное, независимое от отношения испытуемого значение цветов следующим образом:

1. Синий: состояние покоя, потребность в отдыхе, эмоциональная стабильность, душевная привязанность в отношении к партнеру, умиротворение, гармония, удовлетворенность.

2. Зеленый: волевое усилие, напряжение, высокий уровень притязаний, стремление к самовыражению, успеху и власти, деловитость, настойчивость, уверенность в себе, энергичная защита своих позиций, упорство в достижении целей.

3. Красный: энергичная активность, стремление к успеху через борьбу, возбужденность, потребность действовать и расходовать силы, лидерство, инициативность.

4. Желтый: надежда на легкость, радость, расслабление, стремление к новому, освобождение, оптимизм, раскрепощение, восприимчивость, расширение возможностей.
5. Фиолетовый: впечатлительность, эмоциональная выразительность, чувствительность, интуитивное понимание, зачарованность, мечтательность, восхищение.
6. Коричневый: комфорт телесных ощущений, физическая легкость, сенсорная удовлетворенность.
7. Черный: отрицание, окончание, отказ, отречение, неприятие, протест, небытие.
0. Серый: нейтральность, неучастие, социальная отгороженность, свобода от обязательств.

При этом утверждается, что перечисленные выше значения цветов могут служить основой для составления текста интерпретации в терминах различных специалистов: медицинского психолога, работника отдела кадров и т.д. Руководство Г. Клара к цветовому тесту написано в терминах медицинского психолога. Этим мы хотим подчеркнуть, что сам М. Люшер не считал интерпретации, изложенные в руководстве к тесту, «истинными» и единственно верными. Каждый специалист вправе преломлять значения цветов под свои задачи и условия деятельности.

3.1.1. Оценка выделенных групп цветов

Руководство к тесту включает в себя таблицы интерпретаций для «+», «х», «=», «-» и «+-» групп цветов. В каждой из пяти таблиц приведены все возможные сочетания каждого цвета с каждым. Поскольку М. Люшер считает «+» и «-» группы наиболее информативными, то приводимые здесь психологические интерпретации наиболее развернуты. Описание «х» и «=» групп ограничивается 1-3 фразами.

3.1.2. Оценка «рабочей группы» цветов

Положение «рабочей группы» (красный, желтый, зеленый) в ряду предпочтений испытуемого характеризует его работоспособность. Расположение «рабочей группы» в начале ряда предпочтений прогнозирует высокую, устойчивую работоспособность испытуемого. Ее появление в конце ряда говорит о его неспособности к работе. При этом по тому, какой цвет является первым в «рабочей группе» испытуемого, можно судить о ведущей черте его работоспособности (см. значение цветов). С другой стороны, когда зеленый цвет оказывается отвергаемым, то это означает уменьшение упорства, настойчивости в работе; красный - истощение сил; желтый - отсутствие удовлетворения от самого процесса работы.

«Рыхлое» расположение «рабочей группы», когда между ее цветами стоят в ряду предпочтений испытуемого другие цвета, а также ее «распад» или смещение к концу ряда от первого выбора ко второму служат дополнительными индикаторами низкой работоспособности, утомляемости.

3.1.3. Оценка конфликтов внутриличностного плана

Любой из основных цветов (1, 2, 3, 4), оказавшийся на последних трех местах в ряду предпочтений, обнаруживает наличие тревоги, страдания, страха. Эти переживания обуславливаются подавлением, неудовлетворенностью субъективно значимой для испытуемого потребности. Смысл потребности вытекает из значения цвета, оказавшегося на последних местах.

Наличие тревоги способствует выработке компенсаций, устанавливаемых по первому цвету в ряду предпочтений. По мнению М. Люшера, компенсация - это такой тип поведения, который, вызывая временное облегчение, никогда не приводит к действительному удовлетворению ущемленной потребности. Психологическая характеристика имеющихся у испытуемого тревог и компенсации дает возможность понять содержание ведущих конфликтов, «актуальные проблемы личности». Аналогично оценивается конфликт и в случае появления дополнительных цветов (кроме фиолетового) на первых трех местах в ряду предпочтений.

Численной мерой напряженности внутриличностных конфликтов М. Люшер предлагает считать сумму «!». Однако, статистических или качественных нормативов этого показателя в руководстве к цветовому тесту не дается.

3.2. Комментарии и рекомендации

Выбор испытуемым цветов в порядке аутогенной нормы предположительно обнаруживает энергичного, деятельного субъекта, не имеющего признаков утомления, с оптимизмом смотрящего в будущее, не обремененного глубокими личностными проблемами и конфликтами, уверенного, эмоционально стабильного и уравновешенного.

Известен ряд исследований, где от испытуемых требовалось подбирать «наиболее подходящие» цвета к названиям различных психических состояний. Такое ассоциирование цвета с состояниями позволяет легко получить средние групповые цветовые характеристики последних.

Расчеты показывают, что последовательность аутогенной нормы наиболее тесно коррелирует с состояниями радости и уверенности с положительным знаком и с состояниями огорчения и утомления - с отрицательным.

Методические указания по работе с литературой

Начиная работу с литературой, студент должен прежде всего записать библиографические данные анализируемого источника с учетом требований стандарта к оформлению списка литературы:

Примеры оформления списка литературы

ЛИТЕРАТУРА:

1. Гадамер, Г.Г. Истина и метод/Г.Г. Гадамер. – М., 1988
2. Каган, М.С. О методологическом своеобразии гуманитарного знания / М.С. Каган //

Избранные труды. В VII т. Т. I Проблемы методологии. – СПб.: ИД «Петрополис», 2006. – С. 110 – 124.

1. Ясперс, К. Смысл и назначение истории/ К. Ясперс. – М.: Изд-во полит. Литер., 1991. – 289 с.
2. Adler A. Understanding Life. – Harmondsworth, 1997. – 420 p.

Справочные издания:

1. Абушенко, В.Л. // Новейший философский словарь / В.Л. Абушенко, Г. Зиммель; Сост. А.А. Грицанов. – Минск: Изд-во «Скакун», 1998. – 246 с.

Электронные ресурсы:

1. Воронина О.А. Социокультурные детерминанты развития гендерной теории в России и на Западе [Электронный ресурс] / Полнотекстовые базы данных ВГУЭС «OECDILIBRARY» – Режим доступа : <http://www.ebiblioteka.ru/browse/doc/3563808>.

Работая с литературой в дальнейшем необходимо обратить внимание на оглавление книги, выбрать те разделы, которые касаются темы реферативной работы, изучить их. Познакомившись с рядом источников по исследуемой проблеме, студенту необходимо проанализировать материал, выявить сходные и различные взгляды ученых на проблему и систематизировать материал. В заключении сделать самостоятельные выводы и затем расположить список литературы.

5.2 Особенности организации обучения для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

При необходимости обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов (по заявлению обучающегося) предоставляется учебная информация в доступных формах с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания, консультации и др.

- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания, консультации и др.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; индивидуальные задания, консультации и др.

6 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

В соответствии с требованиями ФГОС ВО для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений планируемым результатам обучения по дисциплине (модулю) созданы фонды оценочных средств. Типовые контрольные задания, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, а также критерии и показатели, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, представлены в Приложении 1.

7 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

7.1 Основная литература

1. Душкина, М. Р. Психология рекламы и связей с общественностью в маркетинге : учебник для вузов / М. Р. Душкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 259 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12786-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/566990> (дата обращения: 18.06.2025).

2. Креативный менеджмент=Creative management : учебник / А. А. Степанов, М. В. Савина, В. И. Салыгин [и др.] ; под ред. А. А. Степанова, М. В. Савины. — Москва : КноРус, 2025. — 214 с. — ISBN 978-5-406-14296-7. — URL: <https://book.ru/book/956951> (дата обращения: 18.06.2025). — Текст : электронный.

3. Кузнецов, П. А. Копирайтинг & спичрайтинг : эффективные рекламные и PR-технологии : практическое пособие : [16+] / П. А. Кузнецов. — 7-е изд. — Москва : Дашков и К°, 2025. — 130 с. : ил., табл. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=720370> (дата обращения: 20.06.2025). — Библиогр.: с. 126-127. — ISBN 978-5-394-06150-9. — Текст : электронный.

4. Тимохович, А. Н., Креатив в рекламе : учебник / А. Н. Тимохович. — Москва : КноРус, 2025. — 216 с. — ISBN 978-5-406-14065-9. — URL: <https://book.ru/book/956558> (дата обращения: 18.06.2025). — Текст : электронный.

5. Трищенко, Д. А. Копирайтинг : учебник для вузов / Д. А. Трищенко, Е. Д. Трищенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 124 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15275-3. — Текст : электронный // Образовательная

платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/566429> (дата обращения: 18.06.2025).

7.2 Дополнительная литература

1. Гайченко, С. В. Игровые коммуникативные технологии в условиях инклюзивного образования : учебное пособие / С.В. Гайченко. — Москва : ИНФРА-М, 2025. — 83 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-015951-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2179075> (Дата обращения -18.06.2025)

2. Коноваленко М. Ю., Ясин М. И. ПСИХОЛОГИЯ РЕКЛАМЫ И PR. Учебник для вузов [Электронный ресурс] , 2020 - 393 - Режим доступа: <https://urait.ru/book/psihologiya-reklamy-i-pr-450081>

3. Коноплева Н. А. ОРГАНИЗАЦИЯ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ ПРОЕКТОВ ДЛЯ ДЕТЕЙ И МОЛОДЕЖИ 2-е изд., испр. и доп. Учебное пособие для вузов [Электронный ресурс] , 2020 - 254 - Режим доступа: <https://urait.ru/book/organizaciya-sociokulturnyh-proektov-dlya-detey-i-molodezhi-455483>

4. Коноплева, Нина Алексеевна. Креативные технологии в сервисе : учеб. пособие для студентов вузов, обуч. по направл. подготовки "Сервис" / Н. А. Коноплева ; Владивосток. гос. ун-т экономики и сервиса - Владивосток : Изд-во ВГУЭС , 2014 - 236 с.

5. Коноплева, Нина Алексеевна. Преобладающие мотивы творческой деятельности в современной российской культуре (на примере творческих личностей г. Владивостока) / Н. А. Коноплева // Территория новых возможностей. - 2017г. - №1(9) - с.220-236

6. Мальшина, Н. А. Индустрия культуры и креатива: управление потоковыми процессами : монография / Н.А. Мальшина, А.П. Гарнов. — Москва : ИНФРА-М, 2025. — 160 с. — (Научная мысль). — DOI 10.12737/1158704. - ISBN 978-5-16-016470-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2170070> (Дата обращения - 18.06.2025)

7. Марков, А. А. Связи с общественностью в органах власти : учебник / А.А. Марков. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 190 с. — (Высшее образование:Бакалавриат). — DOI 10.12737/2518. - ISBN 978-5-16-006212-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2091918> (Дата обращения -18.06.2025)

8. Осенкова, Т. А., Психология рекламы : учебное пособие / Т. А. Осенкова. — Москва : КноРус, 2025. — 141 с. — ISBN 978-5-406-14589-0. — URL: <https://book.ru/book/957680> (дата обращения: 18.06.2025). — Текст : электронный.

9. Под ред. Воронцовой М.В. ТЕХНОЛОГИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА, PR И РЕКЛАМЫ В СОЦИАЛЬНОЙ РАБОТЕ. Учебник и практикум для вузов [Электронный ресурс] , 2020 - 250 - Режим доступа: <https://urait.ru/book/tehnologiya-formirovaniya-imidzha-pr-i-reklamy-v-socialnoy-rabote-466145>

7.3 Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы (при необходимости):

1. Образовательная платформа "ЮРАЙТ"
2. Электронно-библиотечная система "BOOK.ru"
3. Электронно-библиотечная система "ZNANIUM.COM"
4. Электронно-библиотечная система "УНИВЕРСИТЕТСКАЯ БИБЛИОТЕКА ОНЛАЙН"

5. Электронно-библиотечная система издательства "Юрайт" - Режим доступа: <https://urait.ru/>

6. Open Academic Journals Index (ОАИ). Профессиональная база данных - Режим доступа: <http://oaji.net/>

7. Президентская библиотека им. Б.Н.Ельцина (база данных различных профессиональных областей) - Режим доступа: <https://www.prilib.ru/>

8. Информационно-справочная система "Консультант Плюс" - Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>

8 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения

Основное оборудование:

- Проектор

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
КАФЕДРА ДИЗАЙНА И ТЕХНОЛОГИЙ

Фонд оценочных средств
для проведения текущего контроля
и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

КРЕАТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В СЕРВИСЕ

Направление и направленность (профиль)
43.03.01 Сервис. Digital-коммуникации в сервисе

Год набора на ОПОП
2022

Форма обучения
очная

Владивосток 2025

1 Перечень формируемых компетенций

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код и формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения компетенции
43.03.01 «Сервис» (Б-СС)	ПКВ-2 : Способен организовывать event-мероприятия, конкурсы, конференции, презентации в совокупности с онлайн-продвижением	ПКВ-2.1к : Участвует в подготовке и разработке стратегии проведения мероприятия (сбор исходных данных, анализ запросов целевой аудитории, выбор технологии и приемов вовлечение аудитории)
		ПКВ-2.2к : Разрабатывает план и сценарий мероприятия

Компетенция считается сформированной на данном этапе в случае, если полученные результаты обучения по дисциплине оценены положительно (диапазон критериев оценивания результатов обучения «зачтено», «удовлетворительно», «хорошо», «отлично»). В случае отсутствия положительной оценки компетенция на данном этапе считается несформированной.

2 Показатели оценивания планируемых результатов обучения

Компетенция ПКВ-2 «Способен организовывать event-мероприятия, конкурсы, конференции, презентации в совокупности с онлайн-продвижением»

Таблица 2.1 – Критерии оценки индикаторов достижения компетенции

Код и формулировка индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине			Критерии оценивания результатов обучения
	Код	Тип	Результат	
ПКВ-2.1к : Участвует в подготовке и разработке стратегии проведения мероприятия (сбор исходных данных, анализ запросов целевой аудитории, выбор технологии и приемов вовлечение аудитории)	РД 1	Знание	основных дидактических единиц, приемы развития креативности и их аналитической оценки, стратегии проведения мероприятий	Полное знание основных дидактических единиц, приемов развития креативности и их аналитической оценки, стратегий проведения мероприятий
	РД 2	Умение	в подготовке и разработке стратегии проведения мероприятий (сбор исходных данных, анализ запросов целевой аудитории, выбор технологий и приемов вовлечения аудитории);	корректность и обоснованность в подготовке и разработке стратегии проведения мероприятий (сбор исходных данных, анализ запросов целевой аудитории, выбор технологий и приемов вовлечения аудитории);
	РД 3	Навык	подготовки и разработки стратегии проведения мероприятий (сбор исходных данных, анализ запросов целевой аудитории, выбор технологий и приемов вовлечения аудитории);	Корректность и самостоятельность подготовки и разработки стратегии проведения мероприятий (сбор исходных данных, анализ запросов целевой аудитории, выбор технологий и приемов вовлечения аудитории);
ПКВ-2.2к : Разрабатывает план и сценарий мероприятия	РД 4	Знание	элементов и приемов написания плана и сценария творческого мероприятия	Полное знание элементов и приемов написания плана и сценария творческого мероприятия

	РД 5	У ме ни е	в написании плана и сценария творческого мероприятия	Корректность и осознанность в разработке плана и сценария творческого мероприятия
	РД 6	На вы к	в написании плана и сценария творческого мероприятия и разработке проекта креативного события	Корректность и самостоятельность решения задачи написания плана и сценария творческого мероприятия и разработке проекта креативного события

Таблица заполняется в соответствии с разделом 1 Рабочей программы дисциплины (модуля).

3 Перечень оценочных средств

Таблица 3 – Перечень оценочных средств по дисциплине (модулю)

Контролируемые планируемые результаты обучения		Контролируемые темы дисциплины	Наименование оценочного средства и представление его в ФОС	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
Очная форма обучения				
РД1	Знание : основных дидактических единиц, приемы развития креативности и их аналитической оценки, стратегии проведения мероприятий	1.1. Введение в предмет. Понятие о творчестве как культурно-историческом и философском явлении	Анкета / опросник	Доклад, сообщение
			Анкета / опросник	Опрос
			Анкета / опросник	Разноуровневые задачи и задания
			Контрольная работа	Доклад, сообщение
			Контрольная работа	Опрос
			Контрольная работа	Разноуровневые задачи и задания
			Реферат	Доклад, сообщение
			Реферат	Опрос
			Реферат	Разноуровневые задачи и задания
			Список вопросов	Доклад, сообщение
			Список вопросов	Опрос
			Список вопросов	Разноуровневые задачи и задания
			Эссе	Доклад, сообщение

			Эссе	Опрос
			Эссе	Разноуровневые задачи и задания
		1.3. Пол и гендер. Биолого-физиологический и социокультурный подходы	Анкета / опросник	Доклад, сообщение
			Анкета / опросник	Опрос
			Анкета / опросник	Разноуровневые задачи и задания
			Контрольная работа	Доклад, сообщение
			Контрольная работа	Опрос
			Контрольная работа	Разноуровневые задачи и задания
			Реферат	Доклад, сообщение
			Реферат	Опрос
			Реферат	Разноуровневые задачи и задания
			Список вопросов	Доклад, сообщение
			Список вопросов	Опрос
			Список вопросов	Разноуровневые задачи и задания
			Эссе	Доклад, сообщение
			Эссе	Опрос
			Эссе	Разноуровневые задачи и задания
		1.4. Проблема гендера в философии творчества	Анкета / опросник	Доклад, сообщение
			Анкета / опросник	Опрос
			Анкета / опросник	Разноуровневые задачи и задания
			Контрольная работа	Доклад, сообщение
			Контрольная работа	Опрос
			Контрольная работа	Разноуровневые задачи и задания
			Реферат	Доклад, сообщение

			Реферат	Опрос
			Реферат	Разноуровневые задачи и задания
			Список вопросов	Доклад, сообщение
			Список вопросов	Опрос
			Список вопросов	Разноуровневые задачи и задания
			Эссе	Доклад, сообщение
			Эссе	Опрос
			Эссе	Разноуровневые задачи и задания
		1.5. Творчество, своеобразии психической деятельности и гендер. Одаренность и гендер. Психологические основания творчества	Анкета / опросник	Доклад, сообщение
			Анкета / опросник	Опрос
			Анкета / опросник	Разноуровневые задачи и задания
			Контрольная работа	Доклад, сообщение
			Контрольная работа	Опрос
			Контрольная работа	Разноуровневые задачи и задания
			Реферат	Доклад, сообщение
			Реферат	Опрос
			Реферат	Разноуровневые задачи и задания
			Список вопросов	Доклад, сообщение
			Список вопросов	Опрос
			Список вопросов	Разноуровневые задачи и задания
			Эссе	Доклад, сообщение
			Эссе	Опрос
			Эссе	Разноуровневые задачи и задания
			Анкета / опросник	Доклад, сообщение

		1.10. Техники, стимулирующие творческое мышление	Анкета / опросник	Опрос
			Анкета / опросник	Разноуровневые задачи и задания
			Контрольная работа	Доклад, сообщение
			Контрольная работа	Опрос
			Контрольная работа	Разноуровневые задачи и задания
			Реферат	Доклад, сообщение
			Реферат	Опрос
			Реферат	Разноуровневые задачи и задания
			Список вопросов	Доклад, сообщение
			Список вопросов	Опрос
			Список вопросов	Разноуровневые задачи и задания
			Эссе	Доклад, сообщение
			Эссе	Опрос
			Эссе	Разноуровневые задачи и задания
		1.17. Социокультурные условия формирования и проявления одаренности. Психология личности и художника с учетом гендерных отношений.	Анкета / опросник	Доклад, сообщение
			Анкета / опросник	Опрос
			Анкета / опросник	Разноуровневые задачи и задания
			Контрольная работа	Доклад, сообщение
			Контрольная работа	Опрос
			Контрольная работа	Разноуровневые задачи и задания
			Реферат	Доклад, сообщение
			Реферат	Опрос
			Реферат	Разноуровневые задачи и задания
			Список вопросов	Доклад, сообщение

			Список вопросов	Опрос
			Список вопросов	Разноуровневые задачи и задания
			Эссе	Доклад, сообщение
			Эссе	Опрос
			Эссе	Разноуровневые задачи и задания
РД2	Умение : в подготовке и раз-работке стратегии проведения меро-прият-ий (сбор исходных данных, анализ запросов целевой аудито-рии, выбор техно-логий и приемов вовлечения ауди-тории;	1.10. Техники, стимулирующие творческое мышление	Список вопросов	Тест
		1.11. Техники оценки идей	Список вопросов	Тест
		1.12. Креативные технологии в продвижении товаров и услуг.Креатив в рекламе	Список вопросов	Тест
		1.16. Креативные технологии в выставочной деятельности	Список вопросов	Тест
РД3	Навык : подготовки и раз-работки стратегии проведения меро-прият-ий (сбор ис-ходных данных, анализ запросов целевой аудито-рии, выбор техно-логий и приемов вовлечения ауди-тории;	1.6. Прикладные аспекты творческой деятельности. Психология цвета. Цветовые характеристики зеленого, красного цветовых типов в оформлении окружающего жизненного пространства и собственной личност	Контрольная работа	Проект
			Контрольная работа	Тест
			Опрос	Проект
			Опрос	Тест
			Проект	Проект
			Проект	Тест
			Разноуровневые задачи и задания	Проект
			Разноуровневые задачи и задания	Тест
			Список вопросов	Проект
			Список вопросов	Тест
		1.7. Цветовые характеристики синего и желтого цветовых типов оформления окружающего жизненного пространства и собственной личности	Контрольная работа	Проект
			Контрольная работа	Тест
			Опрос	Проект
			Опрос	Тест

			Проект	Проект
			Проект	Тест
			Разноуровневые задачи и задания	Проект
			Разноуровневые задачи и задания	Тест
			Список вопросов	Проект
			Список вопросов	Тест
		1.11. Техники оценки идей	Контрольная работа	Проект
			Контрольная работа	Тест
			Опрос	Проект
			Опрос	Тест
			Проект	Проект
			Проект	Тест
			Разноуровневые задачи и задания	Проект
			Разноуровневые задачи и задания	Тест
			Список вопросов	Проект
			Список вопросов	Тест
		1.12. Креативные технологии в продвижении товаров и услуг. Креатив в рекламе	Контрольная работа	Проект
			Контрольная работа	Тест
			Опрос	Проект
			Опрос	Тест
			Проект	Проект
			Проект	Тест
			Разноуровневые задачи и задания	Проект
			Разноуровневые задачи и задания	Тест

			Список вопросов	Проект
			Список вопросов	Тест
		1.16. Креативные технологии в выставочной деятельности	Контрольная работа	Проект
			Контрольная работа	Тест
			Опрос	Проект
			Опрос	Тест
			Проект	Проект
			Проект	Тест
			Разноуровневые задачи и задания	Проект
			Разноуровневые задачи и задания	Тест
			Список вопросов	Проект
			Список вопросов	Тест
		1.18. Особенности оформления интерьера жилища и офиса синим цветовым поведенческим типом. Особенности оформления интерьера жилища и офиса зеленым цветовым поведенческим типом. Особенности оформления интерьера жилища и офиса красным цветовым поведенческим типом.	Контрольная работа	Проект
			Контрольная работа	Тест
			Опрос	Проект
			Опрос	Тест
			Проект	Проект
			Проект	Тест
			Разноуровневые задачи и задания	Проект
			Разноуровневые задачи и задания	Тест
			Список вопросов	Проект
			Список вопросов	Тест
		1.19. Особенности оформления интерьера жилища и офиса желтым цветовым поведенческим типом. Особенности выбо	Контрольная работа	Проект
			Контрольная работа	Тест

		ра одежды синим и зеленым цветовым поведенческим типом. Особенности выбора одежды красным и желтым цветовым поведенческим типом.	Опрос	Проект
			Опрос	Тест
			Проект	Проект
			Проект	Тест
			Разноуровневые задачи и задания	Проект
			Разноуровневые задачи и задания	Тест
			Список вопросов	Проект
			Список вопросов	Тест
		1.21. Креативные технологии в продвижении товаров и услуг. Креативные техники в PR и выставочной деятельности	Контрольная работа	Проект
			Контрольная работа	Тест
			Опрос	Проект
			Опрос	Тест
			Проект	Проект
			Проект	Тест
			Разноуровневые задачи и задания	Проект
			Разноуровневые задачи и задания	Тест
			Список вопросов	Проект
			Список вопросов	Тест

4 Описание процедуры оценивания

Качество сформированности компетенций на данном этапе оценивается по результатам текущих и промежуточных аттестаций при помощи количественной оценки, выраженной в баллах. Максимальная сумма баллов по дисциплине (модулю) равна 100 баллам.

Вид учебной деятельности	Оценочное средство**												
	Собеседование	Эссе	Контрольная работа	аналитическая работа	контрольная раб.	Тест	Тест	Аналитическая работа	Проект	Проект	Экзамен	посещение лекций	Итого

			аб ота										
Лекции			2.5		2.5							5	10
Лабораторные занятия													...
Практические занятия	2.5				2.5	5	5						15
Самостоятельная работа		5		10				10					25
ЭОС													
Промежуточная аттестация									10	20	20		50
Итого													100

Сумма баллов, набранных студентом по всем видам учебной деятельности в рамках дисциплины, переводится в оценку в соответствии с таблицей.

Сумма баллов по дисциплине	Оценка по промежуточной аттестации	Характеристика качества сформированности компетенции
от 91 до 100	«зачтено» / «отлично»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций, обладает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой, умеет свободно выполнять практические задания, предусмотренные программой, свободно оперирует приобретенными знаниями, умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.
от 76 до 90	«зачтено» / «хорошо»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций: основные знания, умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.
от 61 до 75	«зачтено» / «удовлетворительно»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций: в ходе контрольных мероприятий допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие отдельных знаний, умений, навыков по некоторым дисциплинарным компетенциям, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.
от 41 до 60	«не зачтено» / «неудовлетворительно»	У студента не сформированы дисциплинарные компетенции, проявляется недостаточность знаний, умений, навыков.
от 0 до 40	«не зачтено» / «неудовлетворительно»	Дисциплинарные компетенции не сформированы. Проявляется полное или практически полное отсутствие знаний, умений, навыков.

5 Примерные оценочные средства

5.1 Список вопросов к устному собеседованию

1. Понятие сервиса.
2. Охарактеризуйте понятие «сервисная деятельность».
3. Охарактеризуйте современные научные подходы к понятиям «сервис» и «сервисная деятельность».
4. Проведите сравнительно-сопоставительный анализ понятий «товар», «продукт», «сервис», «услуга».
5. Охарактеризуйте концепцию сервиса К. Лавлока.
6. Дайте характеристику понятию «социокультурный сервис». Проведите сравнительный анализ данного понятия в российской и зарубежной практике.
7. Понятие технологии.
8. Охарактеризуйте основные исторические периоды появления термина «технология».
9. Охарактеризуйте все имеющиеся трактовки термина «технология».

10. Проведите сравнительно-сопоставительный анализ понятий «практическая технология», «научная технология», «теоретическая технология».
11. Охарактеризуйте понятия «информационно-коммуникационные технологии» и «технологии управления».
12. Проведите сравнительный анализ понятий «социальные технологии» и «сервисные технологии».
13. Дайте характеристику понятию «креативные технологии».
14. Охарактеризуйте особенности применения технологий в сфере современного сервиса.
15. Понятие творчества.
16. Творчество как когнитивная деятельность.
17. Творчество как социокультурное явление.
18. Психология творчества. Творчество как процесс.
19. Философия творчества. Взгляд на творчество и творческую личность в античной философии и в Средние века.
20. Философский взгляд на творчество в эпоху Возрождения.
21. Творчество в философии Нового времени.
22. Творчество в идеалистической философии и философии жизни. Творческая эволюция по А. Бергсону. Значение взглядов А. Бергсона в гендерном подходе к творчеству.
23. Творчество в философии экзистенциализма, прагматизма, неопозитивизма, марксизма.
24. Обоснуйте важность гендерного подхода в психологии творчества.
25. Понятие о задатках.
26. Характеристика одаренности.
27. Понятие об общих и специальных способностях.
28. Философские взгляды на гениальность и талантливость в различные эпохи: древнегреческая философия, новоевропейская философия. Гениальность в немецкой классической философии и неогуманизме рубежа XVIII–XIX вв. Понятие о гениальности в философии Канта, Гегеля, Шопенгауэра, Ницше, Карлейля.
29. Талантливость, гениальность и гендер.
30. Психологический взгляд на гениальность и талантливость.
31. Характеристика психологических особенностей творческой личности.
32. Определение пола.
33. Определение гендера.
34. Понятие об онтогенезе и филогенезе.
35. Обоснование биолого-физиологического своеобразия женского пола.
36. Психофизиологические различия женщин и мужчин.
37. Проблема доминантности полушарий и функциональной асимметрии головного мозга у каждого гендера. Особенности деятельности головного мозга у творчески одарённых личностей.
38. Два способа функционирования психического аппарата. Характеристика с учетом гендерных оппозиций.
39. Характеристика первичных и вторичных психических процессов в контексте гендерного своеобразия.
40. Особенности деятельности воображения в процессе творчества. Воображение и гендер.
- Фантазия, творческая деятельность и гендер.
41. Понятие о первичном, вторичном и интегративном творчестве. Роль каждого гендера в этих видах творческой деятельности.
42. Психологическая характеристика одарённых детей независимо от гендера.
43. Одарённость и женский гендер.

44. Психологическое своеобразие одаренных мужчин.
45. Условия формирования полоролевой идентичности у одаренных детей.
46. Социокультурные проявления гендерного своеобразия одаренных детей.
47. Характеристика препятствий на профессиональном пути одаренных женщин.
48. Социокультурные гендерные стереотипы в России, их влияние на формирование креативности у каждого гендера.
49. Путь к андрогинной творческой личности каждого гендера в процессе социокультурных влияний и воспитания.
50. Охарактеризуйте цветовые поведенческие типы: роль-идол и роль-защиту.
51. Дайте характеристику зеленому и красному цветовым поведенческим стилям.
52. Охарактеризуйте выбор одежды при поведении + и – зеленый.
53. Охарактеризуйте особенности оформления жилища человеком, относящимся к красно-зеленой цветовой оси.
54. Охарактеризуйте цветовые поведенческие типы: роль-идол и роль-защиту.
55. Дайте характеристику синему и желтому цветовым поведенческим стилям.
56. Охарактеризуйте выбор одежды при поведении + и – синий.
57. Охарактеризуйте выбор одежды при поведении + и – желтый.
58. Дайте характеристику особенностям оформления жилища и офиса человеком, относящимся к желтому цветовому типу.
59. Охарактеризуйте предпочтения в оформлении жилища и офиса людьми, относящимися к синему цветовому поведенческому типу.
60. Характеристика мышления в зеленом свете.
61. Охарактеризуйте критерии креативных технологий.
62. Охарактеризуйте креативные техники: мышление от будущего к настоящему; формулирование проблемы наоборот; создание вымышленного персонажа; змейки и лесенки; метод шаблона, техника произвольно выбранных слов; метод фокусирования; использование метафор.
63. Охарактеризуйте метод шести шляп.
64. Охарактеризуйте технологии PR-деятельности при продвижении фирм, товаров и услуг.
65. Характеристика техник, стимулирующих творческое мышление.
66. Охарактеризуйте техники, стимулирующие творческое мышление: стратегия Диснея; аффирмации, мозговые атаки; техника номинальной группы и др.
67. Охарактеризуйте технику структурированной мозговой атаки, ментальной провокации, концептуального веера и прогрессирующего абстрагирования, модерации, бисоциации.
68. Характеристика техник, используемых для оценки креативных идей.
69. Охарактеризуйте техники, используемые для оценки идей: аналитические методы, методы формальной оценки, процедуры отбора; технику «разумной алгебры»; внешней оценки, метод неформальных внешних контактов, контрольные таблицы Осборна и др.
70. Охарактеризуйте понятие «позиционирование».
71. Дайте характеристику процесса позиционирования по И.А. Гизатову.
72. Рассмотрите условия, необходимые для эффективного позиционирования.
73. Охарактеризуйте понятие «презентация», особенности ее использования в сервисной деятельности. Виды презентаций.
74. Особенности презентации услуг.
75. Основные подходы к рекламе товаров и услуг.
76. Технологии поиска креативных идей.
77. Охарактеризуйте технологии творческого мышления. Охарактеризуйте понятие «креативные технологии».

78. Охарактеризуйте виды и специфику креативных технологий в выставочной деятельности.

79. Проведите сравнительный анализ технологий (High-humy), адекватных реалиям информационного общества в противовес High-tech.

80. Рассмотрите функции выставок.

81. Охарактеризуйте отличительные особенности креативных технологий в маркетинговых коммуникациях по А. Двоскину.

82. Рассмотрите рациональные и проекционные стратегии в маркетинге и рекламе по И. Фрейзеру.

83. Этапы организации выставок.

В экзаменационный билет включается два вопроса. Сумма баллов, набранных студентом по дисциплине, переводится в оценку в соответствии с таблицей, указанной выше.

Краткие методические указания

Краткие методические указания

Собеседование рассчитано на выяснение объема знаний обучающегося по определенной теме. Готовиться к собеседованию необходимо последовательно, с учетом представленных контрольных вопросов по теме. Сначала следует определить место каждого контрольного вопроса в соответствующем разделе темы учебной программы, а затем внимательно прочитать и осмыслить рекомендованную рабочей программой учебную литературу. При этом полезно делать хотя бы самые краткие выписки и заметки. Работу над темой можно считать завершенной, если даны ответы на все контрольные вопросы и определения понятий по изучаемой теме.

Для обеспечения полноты ответа на контрольные вопросы и лучшего запоминания теоретического материала рекомендуется составлять план ответа на контрольный вопрос. Это будет способствовать успешному освоению материала и эффективному использованию его на практических занятиях. При подготовке необходимо также выявлять наиболее сложные, дискуссионные вопросы, с тем, чтобы обсудить их с преподавателем. При подготовке к собеседованию необходимо углубить и расширить ранее приобретенные знания.

Шкала оценки

Шкала оценки

Оценка	Баллы	Описание
5	2	студент отвечает на все вопросы, иллюстрируя свой ответ примерами и демонстрируя дополнительные знания
4	2	студент отвечает на вопросы, иллюстрируя свой ответ примерами
3	1	студент отвечает на вопросы в кратком объеме лекционного курса и учебной литературы
2	0	Студент при ответе на вопросы демонстрирует фрагментарные знания лекционного курса и учебной литературы

5.2 Примеры заданий для выполнения контрольных работ

Контрольная работа №1 – Проводится в письменном виде по основным понятиям сервисной деятельности: сервис, услуга, виды сервиса, особенности социокультурного сервиса

Контрольная работа № -2 – Проводится в письменном виде по понятийным категориям, имеющим отношение к творчеству и технологиям: сущность и виды технологий, особенности аналитических и креативных технологий, креативность, талант, гениальность, одаренность, задатки, способности, творчество, виды творчества, гендер, пол, психологические особенности одаренной личности. Каждый студент получает один вопрос из перечисленных

Краткие методические указания

Студент готовится к контрольным работам ориентируясь на перечень вопросов, указанных в первом оценочном средстве - собеседовании, с учетом тематики контрольных работ

Шкала оценки

Шкала оценивания каждой КР

5 баллов выставляется студенту – если студент демонстрирует полностью сформированное умение в осуществлении глубокого анализа, работа выполнена в виде презентации. Презентация выполнена качественно с соблюдением всех требований. Студент четко доложил на занятии содержание проделанной работы, используя научную терминологию и знание основных дефиниций;

3 балла выставляется если студент демонстрирует не полностью сформированные знания,

Презентация выполнена менее качественно с неполным соблюдением всех требований. Студент не достаточно четко доложил на занятии содержание проделанной работы, используя не всю необходимую научную терминологию и знание основных дефиниций;

0 баллов – работа не выполнена

5.3 Перечень тем докладов, сообщений

5.3 Аналитическая работа №1 студенты осуществляют анализ жизни и творческой деятельности известных художников, актеров, танцоров, музыкантов, композиторов – мужчин и женщин на основе разработанной автором РПД анкеты,

(Работа сдается на электронном носителе)

5.3 Аналитическая работа № 2 Встреча-интервью № 1 с известной творческой личностью г. Владивостока или мастер-класс данного профессионала по предложенной тематике.

Краткие методические указания

Первая аналитическая работа осуществляется на основе разработанной преподавателем анкеты-опросника;

Готовя вопросы к интервью студенты изучают принципы и сущностные характеристики типов интервью и принципов разработки вопросов для них по работе Ядова: Методы научных исследований

Шкала оценки

Шкала оценки аналитической работы № 1 10 баллов выставляется студенту – если осуществлен глубокий анализ, работа выполнена в виде презентации. Презентация выполнена качественно с соблюдением всех требований. Студент четко доложил на занятии содержание проделанной работы, используя научную терминологию и знание основных дефиниций;

5 баллов выставляется если студент демонстрирует не полностью сформированные знания,

Презентация выполнена менее качественно с неполным соблюдением всех требований. Студент не достаточно четко доложил на занятии содержание проделанной работы, используя не всю необходимую научную терминологию и знание основных дефиниций;

3 балла выставляется

если работа выполнена поверхностно, не учтены требования к выполнению презентаций, студент не умеет четко и аргументированно донести информацию, не знает основные дефиниции;

0 баллов – работа не выполнена

Шкала оценки аналитической работы № 2

10 баллов выставляется студенту – если он умеет формулировать вопросы для структурированного, полу структурированного интервью, вести диалог с гостем в

свободной форме. Умеет разрабатывать анкеты для социологических и маркетинговых исследований;

5 баллов выставляется если студент демонстрирует не полностью сформированные владения в формулировании вопросов для структурированного, полу структурированного интервью, если не достаточно владеет техникой ведения диалога в свободной форме. Не полностью сформированы умения в разработке анкет для социологических и маркетинговых исследований;

3 балла выставляется

если работа выполнена поверхностно, не учтены требования к формулировке вопросов для интервью и анкетирования.

5.4 Тематика эссе

5.4 Эссе №1 Студенты готовят Эссе на тему: «Мое становление как творческой личности». В дальнейшем на практических занятиях результаты данных эссе (анализов) представляются в виде презентаций и осуществляется критическое обсуждение студентами группы и дискуссия по теме.

Краткие методические указания

на практических занятиях результаты данных эссе (анализов) анализируются и осуществляется критическое обсуждение студентами группы и дискуссия по теме. Студенты осуществляют анализ воспитательных факторов и приемов в их родительской семье, дискутируют по данным тема

Шкала оценки

Шкала оценивания 5 баллов выставляется студенту – если студент демонстрирует полностью сформированное умение в осуществлении глубокого анализа, работа выполнена в виде презентации. Презентация выполнена качественно с соблюдением всех требований. Студент четко доложил на занятии содержание проделанной работы, используя научную терминологию и знание основных дефиниций;

3 баллов выставляется если студент демонстрирует не полностью сформированные знания,

Презентация выполнена менее качественно с неполным соблюдением всех требований. Студент не достаточно четко доложил на занятии содержание проделанной работы, используя не всю необходимую научную терминологию и знание основных дефиниций;

2 балла выставляется если работа выполнена поверхностно, не учтены требования к выполнению презентаций, студент не умеет четко и аргументированно донести информацию, не знает все основные дефиниции;

0 баллов – работа не выполнена

5.5 Пример заданий для выполнения расчетно-графической работы

Тест М. Люшера № 1 – Самоанализ, анализ цветового типа личности (5.5)

Шкала оценивания 10 баллов выставляется если работа выполнена согласно всем требованиям, представленным в ниже расположенных методических указаниях. В случае поверхностного выполнения работы, она возвращается на доработку.

5.5 Тест М. Люшера № 2 – прикладная аналитическая работа осуществляется

студенты осуществляют анализ цветового типа личности на основе особенностей оформления ею своего жилища или офиса. Работа сдается в виде презентации, содержащей цветовые изображения помещений жилища или офиса и анализа типологии личности, проживающей в данном жилище или офиса, в котором работает анализируемый индивид

Краткие методические указания

Промежуточная аттестация по дисциплине «*Креативные технологии в сервисе*» включает в себя теоретические задания, позволяющие оценить уровень усвоения обучающимися знаний, и практические задания, выявляющие степень сформированности умений и владений, указанные выше

Усвоенные знания и освоенные умения проверяются при выполнении контрольных работ, эссе, аналитических работ по разработке анкеты-опросника для маркетингового исследования востребованности услуги, предлагаемой для реализации в разрабатываемом студентом проекте, по анализу образа исследуемой личности, результатов самостоятельного анализа двух индивидуумов с использованием психодиагностического теста М. Люшера и цветового анализа личности, сценарного плана проекта и презентации проекта в целом рекламной, выставочной и других видов социокультурного сервиса устного экзамена.

Объем и качество освоения обучающимися дисциплины, уровень сформированности дисциплинарных компетенций оцениваются по результатам текущих и промежуточной аттестаций количественной оценкой, выраженной в баллах, максимальная сумма баллов по дисциплине равна 100 баллам.

Практические тестовые задания рассмотрены на примере используемой в изучаемом курсе методики: Цветовой тест М. Люшера.

Процедура тестирования. Порядок обследования в цветовом тесте

К наиболее общим элементам процедуры тестирования относится следующее. Цветовые карточки предъявляются испытуемому на белом фоне. Карточки раскладываются в случайном порядке, на примерно равном расстоянии от испытуемого (условно - полукругом).

Инструкция испытуемому: *«Посмотрите внимательно на эти восемь карточек. Выберите и отложите в сторону наиболее симпатичный, приятный Вам а данный момент цвет. Постарайтесь не связывать цвет с какими-либо вещами: цвет одежды, обоев, машины и т.д. Выбирайте цвет наиболее приятный сам по себе»*. Указанный испытуемым цвет убирается в сторону и кладется цветом вниз, чтобы полностью убрать его из поля зрения.

Продолжение инструкции: *«Хорошо, а теперь выберите наиболее симпатичный цвет из оставшихся»*. Эта инструкция (и соответственно выборы испытуемого) повторяется до тех пор, пока перед испытуемым не останутся три последних карточки. М. Люшер считает, что в среднем последние три цвета воспринимаются испытуемыми как неприятные. Поэтому для облегчения работы испытуемого инструкция изменяется: *«Хорошо, а теперь укажите наиболее несимпатичный, неприятный цвет из оставшихся»*. Такое инструктирование выбора испытуемого позволяет распределить 8 цветов в ряд по степени убывания их субъективной приятности.

Крайне редко, но все же имеют место отказы испытуемых выбирать цвета, поскольку все они ему неприятны. В данной ситуации экспериментатор должен спокойно согласиться с тем, что это вполне может быть. После чего просить указать самый неприятный, противный цвет. Затем, самый неприятный цвет из оставшихся и так до конца. Записываются выборы испытуемого соответственно как бы с конца, справа налево.

Запись выборов испытуемого экспериментатор проводит в условных цифровых обозначениях: серый цвет - 0, темно-синий - 1, зеленый - 2, оранжево-красный - 3, желтый - 4, фиолетовый - 5, коричневый - 6, черный - 7. Примечание: ниже в тексте для краткости изложения темно-синий цвет будет называться синим, а оранжево-красный - красным. В известных нам переводах «фиолетовым» называется цвет, близкий к малиновому.

Таким образом, если испытуемый выбирает по убыванию неприятности - черный, зеленый (перед испытуемым остался синий цвет), то экспериментатор должен будет сделать такую запись:

1 выбор	3	0	4	5	6	1	2	7
------------	---	---	---	---	---	---	---	---

Точно такая же запись будет, если испытуемый счел все цвета неприятными, а потом по убыванию субъективной неприятности выбрал черный, зеленый, синий, коричневый, фиолетовый, желтый, серый, красный.

М. Люшер утверждает, что повторное тестирование является более информативным (хотя и не уточняет, что конкретно имеется в виду). Поэтому по окончании первой серии выборов карточки снова раскладываются перед испытуемым.

Инструкция: *«Сейчас давайте повторим процедуру выборов еще раз. Речь при этом ни в коем случае не идет о проверке памяти. Вы можете выбрать цвета в той же последовательности, что в первый раз, можете в какой-то другой. Главное - выбирать и откладывать наиболее симпатичные в данный момент цвета»* - далее в точности воспроизводится процедура цветовых выборов и их записи экспериментатором. Основная мысль, которая должна быть доведена до испытуемого перед повторной серией выборов - речь не идет о проверке памяти или «серьезности», надежности работы испытуемого при первой раскладке цветов. Предположим, что запись выборов испытуемого в итоге оказалась следующей:

1 выбор	3	0	4	5	6	1	2	7
2 выбор	3	5	0	4	1	6	2	7

На этом тестирование завершается.

Комментарии и рекомендации

М. Люшер обозначает цвета 1, 2, 3 и 4 основными, что в общем не противоречит теории цветового восприятия. К этим основным цветам, несущим максимальную информационную (психодиагностическую) нагрузку автор добавил «для повышения информативности» теста еще четыре дополнительных цвета. Обоснование необходимости именно 8 цветов не дается. Хотя логически можно допустить, что с увеличением их числа будет прогрессивно нарастать субъективная сложность выборов испытуемого и, следовательно, увеличиваться длительность обследования и ненадежность каждого отдельного выбора.

Практический опыт показал, что незначительные отклонения оттенков цвета в тестовом наборе от эталона не изменяют статистически значимо усредненных результатов группового обследования. Однако точно определить границы допустимых колебаний оттенков в настоящее время не представляется возможным. И поэтому для получения сопоставимых результатов следует пользоваться стандартным цветовым набором.

В специально поставленном исследовании установлено, что выполняя задачу на свободную сортировку цветов на четыре группы (самые приятные, приятные, безразличные и неприятные), испытуемые чаще всего идут путем, рекомендуемым М. Люшером: сначала выбирают наиболее приятные, потом приятные, потом безразличные и последними остаются неприятные цвета.

Переделка инструкции после выбора испытуемым первых пяти цветов - (теперь выбирать наиболее неприятный цвет), как показывает опыт, нецелесообразна: подавляющее большинство испытуемых никаких затруднений в выборах не испытывает. В свою очередь изменение инструкции тормозит работу испытуемого (удлиняет обследование) и способствует ошибкам в записи выборов экспериментатором.

Обработка данных тестирования. Варианты обработки данных цветового теста

Группировка цветов по предпочтениям. Если второй выбор полностью идентичен первому, то он разбивается на пары, имеющие следующие обозначения и смысл:

«+» - наиболее симпатичные цвета (выбранные первым и вторым);

- «х» - симпатичные цвета (стоящие в ряду предпочтений третьим и четвертым);
- «=» - безразличные цвета (пятый и шестой в ряду);
- «-» - неприятные, отвергаемые цвета (седьмой и восьмой от начала ряда).

Таким образом, если некий испытуемый дважды разложил карточки в последовательности 35041627, то этот ряд группируется по предпочтениям следующим образом: +3+5; х0х4; =1=6; -2-7.

Если второй выбор незначительно отличается от первого, то принимается, что цвета являются группой и в том случае, если во втором выборе они меняются друг с другом местами. Сначала устанавливаются «+» и «-» группы, потом «х», все остальные цвета включаются в группу «=». Для приведенного выше примера разбиение цветов на группы будет таким:

3	0	4	5	6	1	2	7
3	5	0	4	1	6	2	7
+	+	X		=	=	-	-

Группы «+», «х» и «-» устанавливаются всегда и включают в себя от 1 до 3 разных цветов. Группа «=» может отсутствовать, либо содержать от 1 до 4 цветов.

Иногда перестановки цветов во втором ряду предпочтений настолько велики, что такого рода разделение цветов на группы оказывается невозможным. М. Люшер рекомендует тогда брать второй выбор, как более информативный, и делить его на пары цветов.

Выделение компенсации и тревог

М. Люшер утверждает, что в норме основные цвета должны находиться в начале ряда предпочтений, т.е. восприниматься испытуемым как приятные. Дополнительные цвета должны оказаться во второй половине ряда, т.е. восприниматься как безразличные или неприятные. Отсюда вытекают три правила:

1. Появление любого основного цвета на последних трех местах в ряду предпочтений декларируется ненормальным и обозначает наличие тревоги.
2. Появление любого дополнительного (кроме фиолетового) цвета на первых трех местах декларируется М. Люшером ненормальным и обнаруживает наличие компенсаций: вынужденного, вычурного, самозащитного поведения и соответствующих переживаний.
3. Если есть хоть одна тревога, то первый цвет автоматически рассматривается как ее компенсация. Если есть хоть одна компенсация, то в любом случае последний цвет рассматривается как индикатор тревоги, ее вызывающей.

Для условно-численной оценки выраженности компенсаций и тревог М. Люшер предлагает такие обозначения:

- ! - если основной цвет стоит на 6.месте (дополнительный на 3 месте);
- !! - если основной цвет стоит на 7 месте (дополнительный на 2 месте);
- !!! - если основной цвет стоит на 8 месте (дополнительный на первом).

С точки зрения компенсаций и тревог пример обозначается так:

2 выбо р	3	5	0	4	1	6	2	7
			!				!!	

Общая выраженность компенсаций и тревог вычисляется как сумма условных баллов (!), может находиться в диапазоне от 0 до 12 баллов и для данного примера равна 3 баллам.

При наличии хотя бы одного знака «!» М. Люшер предлагает дополнительно определять «+-» группы цветов. Прежде всего, это первый и последний цвета ряда, а также +3-2; +5-2; +0-7; +0-2.

«+-» -группы, по утверждению М. Люшера, отражают центральные конфликты испытуемого внутриличностного плана.

Понятие «рабочей группы» цветов

М. Люшер рекомендует особое внимание уделять тому, как испытуемый отнесся к трем цветам (2, 3, 4), обозначенным как «рабочая группа».

Комментарии и рекомендации

Разбиение второго ряда цветовых предпочтений на 4 пары является более предпочтительным, чем попытки разбиения с учетом изменения цветовых предпочтений от первого ко второму выборам (см. 2.1.1).

Выделение основных и дополнительных цветов, а также их привязка к началу и концу цветового ряда в целом экспериментально подтверждается. На разных выборках испытуемых обнаружено, что появление 2, 3, 4 и 5 цветов в начале ряда сочетается с высокими самооценками своего состояния по анкете САН. Выход на первые места 0, 1, 6 и 7 цветов сочетается с низкими самооценками.

Среднее место цвета можно рассматривать численной мерой непривлекательности цвета для испытуемого. Первое место в ряду (условно 1 балл) означает максимальную привлекательность данного цвета, последнее место в ряду (условно 8 баллов) - максимальную непривлекательность.

Оценка результатов тестирования

Качественная характеристика результатов тестирования

М. Люшер постулировал постоянное, независимое от отношения испытуемого значение цветов следующим образом:

1. Синий: состояние покоя, потребность в отдыхе, эмоциональная стабильность, душевная привязанность в отношении к партнеру, умиротворение, гармония, удовлетворенность.

2. Зеленый: волевое усилие, напряжение, высокий уровень притязаний, стремление к самовыражению, успеху и власти, деловитость, настойчивость, уверенность в себе, энергичная защита своих позиций, упорство в достижении целей.

3. Красный: энергичная активность, стремление к успеху через борьбу, возбужденность, потребность действовать и расходовать силы, лидерство, инициативность.

4. Желтый: надежда на легкость, радость, расслабление, стремление к новому, освобождение, оптимизм, раскрепощение, восприимчивость, расширение возможностей.

5. Фиолетовый: впечатлительность, эмоциональная выразительность, чувствительность, интуитивное понимание, зачарованность, мечтательность, восхищение.

6. Коричневый: комфорт телесных ощущений, физическая легкость, сенсорная удовлетворенность.

7. Черный: отрицание, окончание, отказ, отречение, неприятие, протест, небытие.

0. Серый: нейтральность, неучастие, социальная отгороженность, свобода от обязательств.

При этом утверждается, что перечисленные выше значения цветов могут служить основой для составления текста интерпретации в терминах различных специалистов: медицинского психолога, работника отдела кадров и т.д. Руководство Г. Клара к цветовому тесту написано в терминах медицинского психолога. Этим мы хотим подчеркнуть, что сам М. Люшер не считал интерпретации, изложенные в руководстве к тесту, «истинными» и единственно верными. Каждый специалист вправе преломлять значения цветов под свои задачи и условия деятельности.

Оценка выделенных групп цветов

Руководство к тесту включает в себя таблицы интерпретаций для «+», «х», «=», «-» и «+-» групп цветов. В каждой из пяти таблиц приведены все возможные сочетания каждого цвета с каждым. Поскольку М. Люшер считает «+» и «-» группы наиболее информативными, то приводимые здесь психологические интерпретации наиболее развернуты. Описание «х» и «=» групп ограничивается 1-3 фразами.

Оценка «рабочей группы» цветов

Положение «рабочей группы» (красный, желтый, зеленый) в ряду предпочтений испытуемого характеризует его работоспособность. Расположение «рабочей группы» в начале ряда предпочтений прогнозирует высокую, устойчивую работоспособность испытуемого. Ее появление в конце ряда говорит о его неспособности к работе. При этом по тому, какой цвет является первым в «рабочей группе» испытуемого, можно судить о

ведущей черте его работоспособности (см. значение цветов). С другой стороны, когда зеленый цвет оказывается отвергаемым, то это означает уменьшение упорства, настойчивости в работе; красный - истощение сил; желтый - отсутствие удовлетворения от самого процесса работы.

«Рыхлое» расположение «рабочей группы», когда между ее цветами стоят в ряду предпочтений испытуемого другие цвета, а также ее «распад» или смещение к концу ряда от первого выбора ко второму служат дополнительными индикаторами низкой работоспособности, утомляемости.

Оценка конфликтов внутриличностного плана

Любой из основных цветов (1, 2, 3, 4), оказавшийся на последних трех местах в ряду предпочтений, обнаруживает наличие тревоги, страдания, страха. Эти переживания обуславливаются подавлением, неудовлетворенностью субъективно значимой для испытуемого потребности. Смысл потребности вытекает из значения цвета, оказавшегося на последних местах.

Наличие тревоги способствует выработке компенсаций, устанавливаемых по первому цвету в ряду предпочтений. По мнению М. Люшера, компенсация - это такой тип поведения, который, вызывая временное облегчение, никогда не приводит к действительному удовлетворению ущемленной потребности. Психологическая характеристика имеющихся у испытуемого тревог и компенсации дает возможность понять содержание ведущих конфликтов, «актуальные проблемы личности». Аналогично оценивается конфликт и в случае появления дополнительных цветов (кроме фиолетового) на первых трех местах в ряду предпочтений.

Численной мерой напряженности внутриличностных конфликтов М. Люшер предлагает считать сумму «!». Однако, статистических или качественных нормативов этого показателя в руководстве к цветовому тесту не дается.

3.2. Комментарии и рекомендации

Выбор испытуемым цветов в порядке аутогенной нормы предположительно обнаруживает энергичного, деятельного субъекта, не имеющего признаков утомления, с оптимизмом смотрящего в будущее, не обремененного глубокими личностными проблемами и конфликтами, уверенного, эмоционально стабильного и уравновешенного.

Известен ряд исследований, где от испытуемых требовалось подбирать «наиболее подходящие» цвета к названиям различных психических состояний. Такое ассоциирование цвета с состояниями позволяет легко получить средние групповые цветовые характеристики последних.

Расчеты показывают, что последовательность аутогенной нормы наиболее тесно коррелирует с состояниями радости и уверенности с положительным знаком и с состояниями огорчения и утомления - с отрицательным.

Шкала оценки

Шкала оценки

10 баллов выставляется студенту – если студент демонстрирует полностью сформированное умение в осуществлении глубокого анализа, работа выполнена в виде презентации. Презентация выполнена качественно с соблюдением всех требований. Студент четко доложил на занятии содержание проделанной работы, используя научную терминологию и знание основных дефиниций, верно определил цветовой тип исследуемой личности;

5 баллов выставляется если студент демонстрирует не полностью сформированные знания,

Презентация выполнена менее качественно с неполным соблюдением всех требований. Студент не достаточно четко доложил на занятии содержание проделанной работы, используя не всю необходимую научную терминологию и знание основных дефиниций;

3 балла выставляется

если работа выполнена поверхностно, не учтены требования к выполнению презентаций, студент не умеет четко и аргументированно донести информацию, не знает все основные дефиниции, не достаточно четко обосновал установленную цветовую типологию личности;

0 баллов – работа не выполнена