

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины «Креативные технологии»: формирование знаний обучающихся теоретических принципов и методических подходов, используемых в практике креативных технологий, умений использовать в профессионально-педагогической деятельности.

Задачи:

- формирование знаний наиболее актуальных, практически значимых вопросов современных креативных технологий;
- формирование умений реализации наиболее востребованных современных креативных технологий, учитывая исключительную значимость проблематики для образовательного процесса;
- формирование профессионального опыта самостоятельного, свободного, творчески активного подхода и осмысления знаний и готовности к внедрению инновационных подходов к педагогическим технологиям.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина «Креативные технологии» относится к дисциплинам по выбору студента учебного плана.

Для изучения учебной дисциплины необходимы знания, умения и владения, формируемые следующими дисциплинами:

1. История костюма и моды.
2. Психология.
3. Цифровые технологии в профессиональной деятельности.
4. Информационно-коммуникативные технологии.
5. Основы швейного производства.
6. Технология текстильных изделий.

Перечень учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и владения, формируемые данной учебной дисциплиной:

1. Маркетинг в индустрии моды и красоты.
2. Стилистика.
3. Проектирование, техническое перевооружение и реконструкция предприятий легкой промышленности.
4. Выполнение проекта в материале.

3. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:



- УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач;
- ПК-1 Способен реализовывать концептуально-образное решение швейных изделий и одежды на основе художественно-колористического, стилевого и композиционного замысла с учетом применяемых материалов на основе анализа отечественного и зарубежного опыта .

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:

Знать:

З1. Основы индивидуализации образования и обучения в цифровой профессиональной школе; способы проектирования и реализации индивидуальных образовательных маршрутов с применением цифровых технологий.

Уметь:

У1. Проектировать и создавать необходимые педагогические условия в цифровом образовательном пространстве для реализации индивидуальных образовательных маршрутов, включения обучающихся в различные виды деятельности в соответствии с их способностями, образовательными запросами обучающихся и их родителей (законных представителей).

Владеть:

В1. Методами проектирования индивидуальных образовательных маршрутов, обучающихся в условиях цифровизации образовательного пространства совместно с коллегами, обучающимися и их родителями (законными представителями);

В2. Методами поиска в цифровой среде и анализа актов законодательства Российской Федерации и локальных нормативных актов образовательной организации и (или) организаций, осуществляющих обучение, которые регламентируют различные аспекты педагогической деятельности; методиками диагностики (самодиагностики) и развития (саморазвития) правового и нравственного сознания педагога;

В3. Приемами достижения взаимопонимания, профилактики и разрешения конфликтов; техниками и приемами эффективной коммуникации с обучающимся и группой обучающихся в условиях цифровизации образовательного пространства.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Объем дисциплины и виды контактной и самостоятельной работы

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зач. ед. (108 час.), семестр изучения – 6, распределение по видам работ представлено в табл. № 1.

Таблица 1. Распределение трудоемкости дисциплины по видам работ

Вид работы	Форма обучения
------------	----------------



	очная
	Семестр изучения
	6 сем.
	Кол-во часов
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	108
Контактная работа, в том числе:	48
Лекции	16
Практические занятия	32
Самостоятельная работа студента	60
Промежуточная аттестация, в том числе:	
Экзамен	6 сем.

**Распределение трудоемкости по видам контактной работы для заочной формы обучения (при наличии) корректируется в соответствии с учебным планом заочной формы обучения.*

4.2 Содержание и тематическое планирование дисциплины

Таблица 2. Тематический план дисциплины

Наименование разделов и тем дисциплины (модуля)	Сем.	Всего, час.	Вид контактной работы, час.			СРС
			Лекции	Практ. занятия	Лаб. работы	
1. Введение	6	8	2	-	-	6
2. Сервисная деятельность: основные понятия и определения	6	14	2	4	-	8
3. Специфика услуги как товара. Показатели качества услуг и обслуживания населения	6	12	2	4	-	6
4. Организация обслуживания потребителей услуг	6	13	2	3	-	8
5. Контактная зона	6	11	2	3	-	6
6. Эффективные коммуникации в сервисной деятельности	6	13	2	4	-	7
7. Инновации на предприятиях сервиса	6	12	1	4	-	7
8. Маркетинг в области социально-массовой информации (СМИ)	6	14	2	6	-	6
9. Корпоративная культура предприятия сервисных услуг	6	11	1	4	-	6



**Распределение часов по разделам (темам) дисциплины для заочной формы обучения осуществляется научно-педагогическим работником, ведущим дисциплину.*

4.3 Содержание разделов (тем) дисциплин

Раздел 1. Введение

Цели и задачи дисциплины. Понятие сервисной деятельности. Современные подходы к организации сервисной деятельности. Тенденции эффективного взаимодействия с клиентами. Аналитические аспекты, исследования области сервисологии.

Раздел 2. Сервисная деятельность: основные понятия и определения

В теме раскрываются следующие понятия: сервис и сервисная деятельность; услуга и полезный эффект услуги; участники услуги и что является результатом услуги. Виды услуг. Жизненный цикл услуг. Что представляет собой процесс обслуживания.

Раздел 3. Специфика услуги как товара. Показатели качества услуг и обслуживания населения

Терминология в области услуг. Результат и процесс. Обеспечение ресурсами. Технологический процесс. Составляющие этапы процесса обслуживания. Качество обслуживания и оценка качества связанная с особенностью услуги.

Раздел 4. Организация обслуживания потребителей услуг

Контактная зона. Атмосфера пространственной среды контактной зоны. Фазы выбора услуг и совершения покупок. Типология клиентов. Стиль общения. Культура речи. Психологические приёмы этикета.

Раздел 5. Контактная зона

Контактная зона. Атмосфера пространственной среды контактной зоны. Фазы выбора услуг и совершения покупок. Типология клиентов. Стиль общения. Культура речи. Психологические приёмы этикета.

Раздел 6. Эффективные коммуникации в сервисной деятельности

Эффективная и неэффективная коммуникация (по Нейл Фьёру). Упражнения по эффективной коммуникации: взаимовыгодные коммуникации (процесс активного слушания). Принципы коммуникации. Основные стили коммуникации. Личностные стили и предпочтения в коммуникации: прямой против непрямого и ориентированный на задачу; прямой против непрямого и ориентированного на человека.

Раздел 7. Инновации на предприятиях сервиса

Сущность и задачи инновационной деятельности. Понятие инновации и их классификация. Сущность инновационного процесса и его этапы.



Организационные формы инновационного менеджмента. Организация инновационной деятельности на предприятиях сервиса. Средства защиты интеллектуального продукта. Оценка эффективности реализуемых инноваций. Меры по государственной поддержке инновационной деятельности в Российской Федерации и за рубежом. Применение инноваций в различных сферах деятельности в Российской Федерации и за рубежом.

Раздел 8. Маркетинг в области социально-массовой информации (СМИ)

В данной теме рассматриваются инструменты используемые в социальных медиа, которые выступают эффективным средством коммуникации и продвижения являясь определённым механизмом взаимодействия между различными субъектами рынка. Это позволяет создать определённый контент, положительно влияющий на репутацию компании и потребителей услуг в индустрии моды и красоты. В основы качественного продвижения входит: оформление аккаунта, виды контента, вовлечение аудитории через контент, типичные ошибки при написании контент-плана, программы помощники, посты, структурные тексты, хештеги, посты-активаторы.

Раздел 9. Корпоративная культура предприятия сервисных услуг

Культура организации процесса сервиса. Культура организации работы персонала с потребителем услуг. Корпоративная культура в системе клиентских отношений предприятия сервиса. Политика формирования корпоративной культуры предприятия. Проектирование корпоративной культуры предприятия сервиса культуры предприятия сервисных услуг.

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Для изучения дисциплины используются различные образовательные технологии:

1. Традиционные образовательные технологии, которые ориентируются на организацию образовательного процесса, предполагающую прямую трансляцию знаний от преподавателя к студенту (преимущественно на основе объяснительно-иллюстративных методов обучения). Учебная деятельность студента носит в таких условиях, как правило, репродуктивный характер.

2. Игровые технологии основаны на теории активного обучения, для которых характерно применение имитационных и неимитационных технологий. Используется для проведения практических, семинарских и лабораторных занятий.

3. Для поддержки самостоятельной работы обучающихся использованы информационно-коммуникационные образовательные технологии, в частности, облачные технологии, электронная информационно-образовательная среда (ЭИОС), электронные средства обучения и электронно-библиотечные системы. При этом результативность организации самостоятельной работы обучающихся



существенно повышается за счет доступности материалов, упорядоченности работ и возможности получения консультации преподавателя.

4. При реализации образовательной программы с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения:

- состав видов контактной работы по дисциплине (модулю), при необходимости, может быть откорректирован в направлении снижения доли занятий лекционного типа и соответствующего увеличения доли консультаций (групповых или индивидуальных) или иных видов контактной работы;

- информационной основой проведения учебных занятий, а также организации самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) являются представленные в электронном виде методические, оценочные и иные материалы, размещенные в электронной информационно-образовательной среде (ЭИОС) университета, в электронных библиотечных системах и открытых Интернет-ресурсах;

- взаимодействие обучающихся и педагогических работников осуществляется с применением ЭИОС университета и других информационно-коммуникационных технологий (видеоконференцсвязь, облачные технологии и сервисы, др.);

- соотношение контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю) может быть изменено в сторону увеличения последней, в том числе самостоятельного изучения теоретического материала.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

6.1 Основная литература

1. Меркулина, И.А. Конкурентные преимущества современной фирмы: Учебное пособие [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2017. — 123 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/94053>. — Загл. с экрана.

2. Синяева, И.М. Маркетинг услуг: Учебник для бакалавров [Электронный ресурс] : учеб. / И.М. Синяева, О.Н. Романенкова, В.В. Синяев. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2017. — 252 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/93437>. — Загл. с экрана.

3. Семиглазов В. А. Организация и планирование деятельности предприятий сервиса : учебное пособие. - Томск : Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники, 2016. - 164 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/72148>.

4. Виговская, М. Е. Профессиональная этика и этикет : учебное пособие для бакалавров / М. Е. Виговская. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 144 с. — ISBN 978-5-394-02409-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/75205.html>



5. Панфилова А. П. Мозговые штурмы в коллективном принятии решений: учебное пособие / Панфилова А. П. — Москва : Флинта, 2017. — 318 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/108250>.

6. Руденко, Л. Л. Сервисная деятельность : учебное пособие / Л. Л. Руденко. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021. — 207 с. — ISBN 978-5-394-04001-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/99368.html> (дата обращения: 16.12.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

7. Иванов Н. Г., Иванова И. В. Техническое творчество : учебно-методическое пособие. - Калуга : Калужский государственный университет им. К.Э. Циолковского, 2016. - 206 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57862>.

8. Музалевская, Ю. Е. Дизайн-проектирование: методы творческого исполнения дизайн-проекта : учебное пособие / Ю. Е. Музалевская. - Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2019. - 73 с. : рис. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/83264.html>. - ЭБС IPRbooks: требуется авторизация пользователя. - Библиогр.: с. 73 (8 назв.). - ISBN 978-5-4486-0566-6.

6.2 Дополнительная литература

1. Скворцова С. В. Методы обучения креативной деятельности в педагогике Великобритании : монография. - Ульяновск : Ульяновский государственный педагогический университет, 2014. - 119 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/59166>.

2. Мельник В. И. Методологические основы изучения и развития креативности студентов [Текст] : монография / В. И. Мельник, В. Я. Шевченко ; [рец. Т. В. Сорокина-Исполатова, И. В. Осипова] ; Рос. гос. проф.-пед. ун-т. - Екатеринбург : Издательство РГППУ, 2013. - 116 с. <https://elibrary.ru/item.asp?id=26289963>.

3. Хайнс, Т. Маркетинг в индустрии моды. Комплексное исследование для специалистов отрасли / Тони Хайнс, Маргарет Брюс ; пер. с англ. [Е. Б. Ивановой ; науч. ред. О. Ю. Рапацевич]. - Минск : Гревцов Букс, 2011. - 411 с.

4. Лесли де Чернатони Брендинг. Как создать мощный бренд [Электронный ресурс] : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям 080111 «Маркетинг», 080300 «Коммерция», 070801 «Реклама» / деЧернатони Лесли, МакДональд Малькольм. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 559 с. — 5-238-00894-5. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71210.html>.— ЭБС «IPRbooks»

5. Наровлянская Т. Н., Щепачева Н. П., Алушкина К. П. Франчайзинг как институт трансформационной экономики : учебное пособие. - Оренбург : Оренбургский государственный университет, 2015. - 140 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/61424>.

6. Бессонова, Ю. А. Понятийно-терминологическая система социально-культурной деятельности : учебное пособие / Ю. А. Бессонова, О. В. Степанченко. — 3-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Планета музыки, 2019. — 160 с. — ISBN



978-5-8114-4446-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/121154>

7. Григоровская А. В. Художественное творчество Айн Рэнд в русском контексте : монография / Григоровская А. В. — Москва : Флинта, 2020. — 268 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/151312>.

6.3 Программное обеспечение и Интернет-ресурсы

Программное обеспечение:

1. Операционная система Windows.
2. Офисная система Office Professional Plus.

Информационные системы и платформы:

1. Система дистанционного обучения «Moodle».
2. Информационная система «Таймлайн».
3. Платформа для организации и проведения вебинаров «Mirapolis Virtual Room».

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Перечень материально-технического обеспечения для реализации образовательного процесса по дисциплине:

1. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа.
2. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского (практического) типа, проведения групповых и индивидуальных консультаций, проведения текущего контроля и промежуточной аттестации.
3. Помещения для самостоятельной работы.

