

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - В А Р Н А
ЦЕНТЪР ЗА МАГИСТЪРСКО ОБУЧЕНИЕ
КАТЕДРА „МАРКЕТИНГ“

УТВЪРЖДАВАМ:

Ректор:

(Проф.д-р Пл. Илиев)

У Ч Е Б Н А П Р О Г Р А М А

ДИСЦИПЛИНА: “Креативно мислене”

СПЕЦИАЛНОСТ: “Управление на продажбите и мърчандайзинг” – ОКС “Магистър”, редовно обучение, СС, СПН, СНУ и ДНДО.

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 5/6; СЕМЕСТЪР: 10/11

ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 180 ч.; в т.ч. аудиторна 45 ч.

КРЕДИТИ: 6

РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА ХОРАРИУМА СЪГЛАСНО УЧЕБНИЯ ПЛАН

<i>ВИД УЧЕБНИ ЗАНЯТИЯ</i>	<i>ОБЩО (часове)</i>	<i>СЕДМИЧНА НАТОВАРЕНОСТ (часове)</i>
АУДИТОРНА ЗАЕТОСТ В т.ч.: ЛЕКЦИИ	30	2
УПРАЖНЕНИЯ	30	2
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ:	135	-

Изготвили програмата:

1.
(доц.д-р М. Кехайова-Стойчева)
2.
(гл.ас.д-р С. Иванов)

**Ръководител катедра:
«Маркетинг» (проф. д-р Е. Станимиров)**

I. АНОТАЦИЯ

Креативното мислене е изключително важна за професионалното развитие на всеки. В ежедневието се налага постоянно да търсим решения на различни проблеми, а само рутината и повторението не винаги водят до успешни резултати. Креативното мислене е необходимо за постигане на промяна, за подобряване на нещата, които правим и за начините, по които ги правим, за очертаване на нови посоки и пътища.

Дисциплината е насочена към развиване на умствени умения, които карат креативността да се случва. Важен фокус е усвояването на техники за генериране на идеи. Ще се обърне внимание и върху уменията за представяне на нови идеи.

Дисциплината е изцяло практически ориентирана.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

No. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СУ	ЛУ
ТЕМА 1. Какво е творческо мислене?		3	3	
1.1	Творческото мислене като талант			
1.2	Творческото мислене като умение			
1.3	Логиката на творческото мислене			
ТЕМА 2. Управление на творческия процес		3	3	
2.1	Какво представлява творческия процес?			
2.2	Как може да се управлява?			
2.3	Ролята на ръководителя в управлението на творческия процес			
ТЕМА 3. Методи и техники за индивидуално генериране на идеи		4	4	
3.1	Методи и техники за индивидуално генериране на идеи			
3.2	Методи и техники за групово генериране на идеи			
ТЕМА 4. Прилагане на творчески измествания		3	3	
4.1	Замяна			
4.2	Комбиниране			
4.3	Елиминиране			
4.4	Преувеличаване			
4.5	Пренареждане			
ТЕМА 5. Метод на мисловните карти		4	4	
5.1	Къде и как може да се използва?			
5.2	Как може да се прилага?			
5.3	Безплатни софтуерни приложения			
ТЕМА 6. Метод „шест мислещи шапки“		4	4	
6.1	Какво представлява?			
6.2	Как може да се прилага?			
ТЕМА 7. Брейнсторминг		3	3	
7.1	Какво представлява?			
7.2	Къде и как се използва?			
7.3	Как се прилага?			
ТЕМА 8. Методът SCAMPER		3	3	
8.1	Какво представлява?			

8.2	Къде и как се използва?			
8.3	Как се прилага?			
ТЕМА 9. Метафорично мислене		3	3	
9.1	Какво представлява?			
9.2	Къде и как се използва?			
9.3	Как се прилага?			

III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ:

№ по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриален (текущ) контрол		
1.1.	Индивидуални или групови задачи	1	25
1.2.	Практически казуси	1	20
1.3.			
1.4.			
Общо за семестриален контрол:		2	45
2.	Сесиен (краен) контрол		
2.1.	Изпит (практическа задача или защита на курсова работа)	1	90
Общо за сесиен контрол:			
Общо за всички форми на контрол:		3	135

IV. ЛИТЕРАТУРА:

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА

1. Лемберг Е., Креативно решаване на проблемите. Как да развием творческо мислене, Паритет, 2009

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА

1. Бюзан Т., Силата на творческата интелигентност, Изток – запад, 2013
2. Де Боно Е., Шест мислещи шапки, Кибеа, 2010;
3. Де Боно Е., Как да развием творческото мислене, Локус, 2007
4. Котлър Ф., Де Бес Ф.Т., Латерален маркетинг, Локус, 2007