

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

---

Приета от ФС (протокол №/ дата):

Приета от КС (протокол №/ дата):

УТВЪРЖДАВАМ:

Декан:

(Проф. д-р Стоян Маринов)

**У Ч Е Б Н А   П Р О Г Р А М А**

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: “КРЕАТИВНО МИСЛЕНЕ”;

ЗА СПЕЦ: „Управление на продажбите и мърчандайзинг“; ОКС „магистър“

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 5- за СС и СНУ; 6 – за ДНДО; СЕМЕСТЪР: 9 – за СС и СНУ; 11 – за ДНДО

ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 180 ч.; в т.ч. аудиторна 60 ч.

КРЕДИТИ: 6

**РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА СТУДЕНТСКАТА ЗАЕТОСТ СЪГЛАСНО УЧЕБНИЯ ПЛАН**

<i>ВИД УЧЕБНИ ЗАНЯТИЯ</i>	<i>ОБЩО(часове)</i>	<i>СЕДМИЧНА НАТОВАРЕНОСТ (часове)</i>
АУДИТОРНА ЗАЕТОСТ:		
т. ч.		
• ЛЕКЦИИ	30	2
• УПРАЖНЕНИЯ (семинарни занятия/ лабораторни упражнения)	30	2
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	120	-

Изготвили програмата:

1. ....  
(гл. ас. д-р Свилен Иванов)

2. ....  
(доц. д-р Мария Кехайова-Стойчева)

Ръководител катедра: .....  
„Маркетинг“ (Проф. д-р Евгени Станимиров)

## I. АНОТАЦИЯ

Креативното мислене е изключително важно за професионалното развитие на всеки. В ежедневието се налага постоянно да се търсят 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 начини на работа и основни продукти, предлагани от организацията, за очертаване на нови посоки и стратегии за развитие. Дисциплината е изцяло практически ориентирана.

Основният фокус на дисциплината е върху развиване на умствени умения, които стимулират креативността. Важен фокус е усвояването на техники за генериране на идеи, за групиране, за комбиниране, за решаване на проблеми и др. Обръща се внимание и върху уменията за представяне на нови идеи.

След приключване на обучението по тази дисциплина студентите трябва да могат да прилагат различна гледна точка към решаването на разнообразни задачи; да прилагат разнообразни методи за групово креативно мислене и да използват приложения за визуализиране на решаване на разнообразни задачи.

## II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

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

<b>ТЕМА 7. Брейнсторминг</b>		<b>3</b>	<b>3</b>	
7.1	Какво представлява?			
7.2	Къде и как се използва?			
7.3	Как се прилага?			
<b>ТЕМА 8. Методът SCAMPER</b>		<b>3</b>	<b>3</b>	
8.1	Какво представлява?			
8.2	Къде и как се използва?			
8.3	Как се прилага?			
<b>ТЕМА 9. Метафорично мислене</b>		<b>3</b>	<b>3</b>	
9.1	Какво представлява?			
9.2	Къде и как се използва?			
9.3	Как се прилага?			
<b>Общо</b>		<b>30</b>	<b>30</b>	

### **III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ:**

<b>№. по ред</b>	<b>ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА</b>	<b>Брой</b>	<b>ИАЗ ч.</b>
<b>1.</b>	<b>Семестриален (текущ) контрол</b>		
1.1.	Тест	<b>1</b>	<b>40</b>
1.2.	Курсов проект по предварително задание	<b>1</b>	<b>80</b>
<b>Общо за семестриален контрол:</b>		<b>2</b>	<b>120</b>
<b>2.</b>	<b>Сесиен (краен) контрол</b>	-	-
2.1.	Изпит (тест)	-	-
<b>Общо за сесиен контрол:</b>		-	-
<b>Общо за всички форми на контрол:</b>		<b>2</b>	<b>120</b>

### **IV. ЛИТЕРАТУРА**

#### **ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА:**

1. Басат, Л., Креативността. ИК Колибри, 2016
2. 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