Informačný list predmetu

Akademický rok 2026/2027

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KMARK/26bdSPOT28/26
Názov predmetu	psychologický výcvik kreativity
Rozsah	2C
Počet kreditov	3
Vyučujúci	prof. Mgr. Lucia Spálová, PhD. (prednášajúci)

Podmienky na absolvovanie predmetu

Aktívna účasť na seminároch: vystúpenia v diskusii, aktívne zapájanie sa do riešenia zadaní, prejavenie tvorivosti, tvorba návrhov riešení divergentných úloh, aktívna práca v rôznych obmenách: individuálne, v dvojiciach a trojiciach a skupinovo. stupnica: 100 – 92 =A; 91 - 83 =B; 82 – 74 =C; 73 – 65 =D; 64 - 56 =E; 55 a menej = FX.

Výsledky vzdelávania

Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie:
• Znalosť postupov, metód a techník tvorivého riešenia problémov (napr. brainstorming, design thinking, SCAMPER), ktoré umožňujú systematicky pristupovať k tvorbe nových nápadov a riešení.
• Tvorba marketingových komunikátov. Študent je schopný vytvárať rôznorodé mediálne marketingové produkty v aspekte kreatívneho prístupu k riešeniu požiadaviek marketingovej praxe v rýchlo sa meniacich trových podmienkach.
• Efektívna tímová spolupráca a spoluzodpovednosťpri práci na kreatívnych projektoch na rôznych marketingových pozíciách (ako člen aj ako leader).

Stručná osnova predmetu

1. Kreativita a tvorivosť, kreatívny priemysel. Psychologické teórie tvorivosti (Guilford, Torrance, Csikszentmihalyi, Sternberg).
2. Tvorivá osobnosť, tvorivý proces, tvorivé prostredie, tvorivý produkt. Špecifiká marketingovej komunikácie.
3. Imaginácia, antirigidné myslenie, tvorivé vnímanie sveta - postupy a cvičenia. Individuálne úlohy a úlohy v dvojiciach.
4. Laterálne myslenie verzus vertikálne myslenie. (Edward de Bono). Technika šiestich klobúkov myslenia
5. Brainstorming. Technika jej základné atribúty. Práca v skupinách.
6. Synektika ako podpora tvorivosti pomocou analógií, metafor a nečakaných spojení. Postup, špecifiká, aplikácia v marketingovo komunikačnej praxi. Práca v skupinách.
7. Heuristiky IDEALS a DITOR. Aplikácia v tvorivom procese komunikačnej agentúry.
8. SCAMPER heuristika na modifikáciou existujúcich konceptov.
9. TRIZ – Teória riešenia inovačných problémov.
10. Desingn thinking. Prototyping a iterácia.
11. Mind mapping a vizuálne techniky stimulácie tvorivosti.
12. Záverečná reflexia výcviku a skupinové vyhodnotenie riešení zadaných tém.

Odporúčaná literatúra

Zarei, M., Supphellen, M., & Bagozzi, R. P. (2022). Servant leadership in marketing: a critical review and a model of creativity-effects. Journal of Business Research, 153, 172-184.

Fichnová, K. (2013). Psychology of creativity for marketing communication. Association Amitié Franco-Slovaque, Noailles.

Csikszentmihalyi, M., Csikszentmihalyi, M., Abuhamdeh, S., & Nakamura, J. (2014). Flow. Flow and the foundations of positive psychology: The collected works of Mihaly Csikszentmihalyi, 227-238.

Fichnová, K., & Spálová, L. (2014). Successful managers – their competences, demands of practice and stimulation of abilities. Social Communication, 9 (1), 1–12.

Fichnová, K., & Spálová, L. (2023). Participative Art Marketing Communication and Creativity of User-generated Content. Central European Journal of Communication, 16 (1 (33)), 117-132.