Метод контрольных вопросов — это упорядоченный перебор различных трансформаций объекта в поиске наиболее сильного решения

Цель метода состоит в том, чтобы с помощью наводящих вопросов подвести к решению задачи. Метод может применяться как в индивидуальной работе, так и при коллективном обсуждении проблемы творческой задачи

[3]

Вопросник А.Осборна

1. · Какое новое применение системе
2. · На какую другую систему похожа данная система и что можно скопировать?
3. · "Какие возможны модификации путем изменения функций?
4. · Что можно в системе увеличить?
5. · Что можно в системе уменьшить (сжать, ускорить, сузить, раздробить)?
6. · Что можно в системе заменить?
7. · Что можно в системе преобразовать (схему, порядок работы и т.д.)?
8. · Что можно сделать в системе наоборот?
9. · Какие новые комбинации элементов системы возможны?

[3]

Опросник «SCAMPER»

S = Substitute? — Заменить?

C = Combine? — Комбинировать?

A = Adapt? — Адаптировать?

M = Modify? — Модифицировать?

P = Put to other uses? — Предложить другое применение?

E = Eliminate? — Устранить?

R = Revers?— Поменять на противоположное?

[1]

Достоинства и недостатки метода

- Применение известного решения к известной проблеме
- Новое применение известного решения или новое решение старой задачи — не принятыми, непривычными средствами
- Для принципиально новой проблемы находится принципиально новое решение

- Метод контрольных вопросов довольно трудоёмок
- В некоторой степени методу присуща поверхностность и излишняя механистичность

[1]

- На практике Метод контрольных вопросов может применяться как для генерации принципиально новой идеи, идеи по усовершенствованию имеющихся систем, так и для качественной оценки уже разработанного проекта. В частности, например, для оценки проекта рекламы используют вопросник «Success»

Вопросник SUCCESS

S = Simply? — Моя рекламная идея простая?

U = Unexpected? — Неожиданная?

C = Concrete? — Содержит смешанный образ?

C = Credible? — Правдоподобная?

E = Emotiomal? — Эмоциональная?

SS = StorieS? — Рассказывает историю?

[1]

“Success”

Если все ответы «нет», значит рекламному проекту нечем зацепить аудиторию. Напротив, если имеется хотя бы один положительный ответ, можно рассчитывать на SUCCESS, то есть успех (англ.).

Список использованных источников

- 1. Метод контрольных вопросов для рекламиста // http://www.nestandartno.ru/content/метод-контрольных-вопросов-для-рекламиста
- 2. Метод контрольных вопросов и ответов? // http://www.axbx.ru/2009/05/19/metod-kontrolnyx-voprosov-i-otvetov.html
- 3. Методы контрольных вопросов и коллективного блокнота // http://www.ecosyn.ru/page0058.html