

АНОТАЦІЯ

Назва дисципліни / освітнього компонента	Іміджологія в сфері культури і мистецтва
Освітня програма	Менеджмент соціокультурної діяльності
Компонент освітньої програми	Вибірковий
Загальна кількість кредитів та кількість годин для вивчення дисципліни	3 кредитів / 90 годин
Вид підсумкового контролю	залік
Мова викладання	українська
Викладач	Матусевич Костянтин Миколайович кандидат екон. наук, доцент, професор кафедри івент-індустрій, культурології та музеєзнавства
CV викладача на сайті кафедри	https://kulturologiya.rshu.edu.ua//index.php?option=com_content&view=article&id=3
E-mail викладача	matusevich83@gmail.com

Мета та завдання навчальної дисципліни

Основною метою вивчення дисципліни Іміджологія в культурі і мистецтві формування інноваційного мислення, оволодіння інструментарієм творчого підходу до вирішення інноваційних завдань, набуття знань і навичок у сфері розвитку креативного середовища.

Основним завданням дисципліни є:

- набуття комплексних знань щодо змісту та структури креативного менеджменту, специфіки й основних закономірностей творчих процесів, способів активізації творчих здатностей, усвідомлення ролі та значущості творчого підходу до управління;
- формування інноваційного мислення, оволодіння інструментарієм творчого підходу до вирішення інноваційних задач, набуття знань і навичок у сфері розвитку креативного середовища та створення креативної організації, вибору нових форм і засобів управління знаннями в інноваційній сфері при створенні ефективної та гнучкої системи управління інноваційними процесами;
- формування умінь та навичок щодо ефективного вирішення психологічно-управлінських проблем, засвоєння технологій і методів вирішення нестандартних завдань у галузях економіки й управління.

Зміст навчальної дисципліни

Змістовий модуль I. Теоретико - прикладні засади іміджології

Тема 1. Іміджологія як наука та навчальна дисципліна

Тема 2. Типи іміджу

Тема 4. Основні закономірності побудови іміджу в сфері культури і мистецтва

Тема 5. Інструментарій іміджології. Іміджеві стратегії

Тема 6. Особливості рекламної діяльності у створенні іміджу

Тема 7. Створення іміджу організації(корпоративний імідж):
основні вимоги та чинники

Тема 8. Технології формування іміджу в культурі і мистецтві