

«Креативный менеджмент»
«Creative management»
(Аннотация)

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Присваиваемая квалификация: «бакалавр»

Автор: доктор социологических наук, проф. Викторов А.Ш.

В современных условиях Россия переживает сложный период, связанный с началом инновационных преобразований всех сфер общественной науки. Однако, противоречивая направленность этого процесса напрямую обусловлена не только внешними обстоятельствами глобального кризиса, но, прежде всего, недостаточно полным раскрытием реального творческого потенциала российского общества и уровнем активизации (проявления) креативных способностей и действий выпускников высшей школы, которые не всегда готовы адекватно (профессионально) отвечать на вызовы времени и практически решать возникающие те или иные трудности. Поэтому наличие проблемной ситуации как в системе инновационных изменений, так и в сфере высшего образования способствовало с необходимостью появлению новой междисциплинарной отрасли научного знания – социологии креатива.

Цель дисциплины – дать студентам представление о теоретико-методологических основах социологии креатива, особенностях использования в динамике развития социальной организации современного общества и навыки применения креативных технологий в различных сферах общественной жизни.

Задачи дисциплины:

- рассмотреть теоретико-методологические основы социологии креатива;
- раскрыть особенности исторической эволюции социально-философских представлений и научных знаний о креативной и творческой природе человеческого общества;
- определить значимость креативных технологий в решении актуальных проблем в различных сферах общественной жизни (в том числе в социокультурной практике и в кризисных ситуациях);
- выявить объективные и субъективные факторы формирования индивидуальности креативной личности;
- показать специфику креативного творческого процесса, его основные стадии и механизмы действия.

Успешное освоение дисциплины основано на знаниях, умениях и компетенциях, сформированных при изучении дисциплин: «Философия», «Социология», «Экономика», «Психология», «Стратегический менеджмент», «Маркетинг», Маркетинговые исследования».

Для освоения дисциплины будущий бакалавр должен обладать знаниями основ философии, социологии, менеджмента, основ методологии

и методики маркетингового исследования и умением использовать их при анализе социально-экономических проблем.

Курс «Креативный менеджмент» является интерактивным, практико-ориентированным с применением следующих технологий:

семинар-пресс-конференция, тесты, контрольные вопросы, групповые и индивидуальные практические задания, разбор конкретных ситуаций, подготовка эссе, докладов, рефератов.