

**АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«БРЕНД МИТЦЯ В АРТІНДУСТРІЇ»**

Рівень освіти (бакалавр/магістр/доктор філософії)	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
Кафедра (за якою закріплена дисципліна)	Кафедра мистецтвознавства і мистецької освіти
Терміни вивчення (курс/семестр)	III курс (6 семестр), IV курс (7-й семестр)
Вид дисципліни (кількість лекційних/семінарських/практичних годин)	Вибіркова (270 годин, з них: лекційних – 68 год., практичних – 34, семінарських – 34 год., самостійна робота – 134 годин)

Предметом курсу є комплексне вивчення механізмів формування, розвитку та управління персональним брендом сучасного митця в умовах висококонкурентного арт-ринку. Дисципліна охоплює аналіз маркетингових і PR-стратегій, які допомагають художникам створити впізнавану ідентичність та ефективно комунікувати власні цінності цільовій аудиторії. Студенти досліджуватимуть специфіку професійної взаємодії бренду автора з галереями, кураторами, колекціонерами, а також із медіа та соціальними мережами. Курс також розглядає вплив цифрової епохи на трансформацію іміджу митця.

Метою курсу є надання студентам теоретичних знань та практичних інструментів для побудови успішного персонального бренду у сфері мистецтва. Дисципліна покликана навчити майбутніх фахівців розробляти комплексні стратегії просування, поєднуючи свою творчу унікальність із умовами сучасного арт-менеджменту. Особливе значення надається розвитку навичок самопрезентації та створення якісного портфоліо. У результаті вивчення дисципліни слухачі зможуть самостійно формувати свій професійний імідж, ефективно залучати аудиторію та будувати довгострокову кар'єру в індустрії.

Основні завдання навчальної дисципліни:

- допомогти оволодіти знаннями про персональний бренд художника та як він працює на сучасному арт-ринку;
- навчити визначати цільову аудиторію та знаходити поле для власної творчості;
- надати практичні навички самопрезентації, створення текстів, портфоліо та мистецького резюме (CV);
- надати дієві способи просування мистецтва через соціальні мережі, медіа та профільні онлайн-платформи.

У результаті вивчення дисципліни студент повинен:

Знати:

- базові поняття маркетингу, піару та самопрезентації у сфері сучасного мистецтва;
- правила оформлення професійного портфоліо, artist statement (заяви художника) та біографії;
- механізми роботи популярних соціальних мереж та алгоритми просування творчого контенту.

Вміти:

- ефективно просувати свою творчість, вести соціальні мережі;
- складати покроковий план просування свого бренду, творчості або мистецького проєкту;
- формувати, оновлювати та адаптувати власне портфоліо під різні запити (на подію, виставку, грант та ін.);

- вибудовувати довгострокові професійні відносини з кураторами, галеристами та іншими суб'єктами арт-ринку.

Короткий зміст дисципліни (перелік тем):

Змістовий модуль 1: Основи персонального бренду (6-й семестр):

- **Тема 1.** Вступ до дисципліни. Концептуалізація поняття «бренд митця» та його роль у формуванні успішної професійної траєкторії в сучасній арт-індустрії.
- **Тема 2.** Персональний бренд: ідентифікація авторської унікальності та позиціонування у спеціалізованій творчій ніші.
- **Тема 3.** Сегментація та аналіз цільової аудиторії сучасних художніх практик.
- **Тема 4.** Психологічні аспекти персонального брендингу.
- **Тема 5.** Побудова персонального бренду: інтеграція візуального стилю, ціннісних орієнтирів та біографічного наративу.
- **Тема 6.** Artist statement (заява художника) як ключовий інструмент концептуального обґрунтування творчості.
- **Тема 7.** Практикум: розробка, редагування та презентація авторського artist statement.
- **Тема 8.** Мистецька біографія (Bio): принципи побудови та адаптації професійного життєпису.
- **Тема 9.** Мистецьке резюме (CV): структурно-типологічні характеристики та специфіка форматування.
- **Тема 10.** Професійне портфоліо митця: критерії кураторського відбору та логіка структурування візуального матеріалу.
- **Тема 11.** Дизайн та репрезентаційні формати портфоліо: оптимізація для цифрового (веб-ресурси, платформи) та друкованого середовища.
- **Тема 12.** Практикум: проєктування, візуальне оформлення та публічна презентація авторського портфоліо.
- **Тема 13.** Стислі комунікативні формати (elevator pitch) у системі фахової самопрезентації художника.
- **Тема 14.** Візуально-поведінковий імідж: діловий стиль та невербальна комунікація як складові персонального бренду.
- **Тема 15.** Стратегії неймінгу в арт-середовищі: доцільність, семантика та механізми вибору творчого псевдоніма.
- **Тема 16.** Етика фахової комунікації: стандарти ділового листування з інституціями, кураторами та медіа.
- **Тема 17.** Професійний нетворкінг: стратегії ефективної взаємодії під час профільних мистецьких заходів.
- **Тема 18.** Кризові комунікації та управління репутацією.
- **Тема 19.** Дослідження стратегій формування персональних брендів провідних українських та зарубіжних митців.
- **Тема 20.** Підсумкове заняття Змістового модуля 1: презентація та захист комплексного проєкту репрезентації персонального бренду.

Змістовий модуль 2: Формування та репрезентація власного творчого бренду (4-й семестр):

- **Тема 21.** Планування та розробка довгострокової програми розвитку мистецької кар'єри.
- **Тема 22.** Інструменти SMM у сфері мистецтва: специфіка та критерії вибору цифрових платформ для репрезентації.
- **Тема 23.** Комунікативна діяльність як основа бренду митця.
- **Тема 24.** Принципи формування цифрових каналів.
- **Тема 25.** Персональний вебсайт митця у системі брендингу.
- **Тема 26.** Інформаційне наповнення сайту і соціальних мереж.
- **Тема 27.** Сторітелінг як інструмент залучення аудиторії та стимулювання арт-продажів.

- **Тема 28.** Власні PR інструменти для формування цільової аудиторії.
- **Тема 29** PR-комунікації в арт-індустрії: методологія створення пресрелізів та взаємодії з профільними медіа.
- **Тема 30.** Психологічні й інституційні чинники формування цінності авторського доробку.
- **Тема 31.** Галерейне репрезентування: моделі співпраці з мистецькими інституціями.
- **Тема 32.** Міжнародна репрезентація митця: вихід на міжнародні виставкові простори.
- **Тема 33.** Грантові програми та мистецькі резиденції як чинники зростання статусу бренду
- Тема 34.** Освітня діяльність та просвітницькі проекти як посилення бренду митця.
- **Тема 35.** Правовий захист бренду митця: авторське право, охорона візуальної ідентичності та творчої стилістики.
- **Тема 36.** Юридичний супровід мистецької діяльності.
- **Тема 37.** Практикум: розробка стратегії позиціонування та плану просування авторського мистецького проекту.
- **Тема 38.** Практикум: презентація персонального бренду.
- **Тема 39.** Підсумкове заняття курсу: публічний захист індивідуальної стратегії розвитку та позиціонування бренду митця.

Форма підсумкового контролю – диф. залік

Автор програми (викладач, який буде забезпечувати викладання курсу):