

ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ КУЛЬТУРИ
Кафедра менеджменту культури та соціальних технологій

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Проректор з навчальної роботи


I. СТАШЕВСЬКА

“ 27 ” 08 2019 року



АРТ-МЕНЕДЖМЕНТ

Робоча програма навчальної дисципліни

Освітньо-професійна програма

Менеджмент культури та соціальний маркетинг

Освітній рівень	перший (бакалаврський)
Галузь знань	02 Культура і мистецтво
Спеціальність	028 Менеджмент соціокультурної діяльності
Факультет	культурології

Харків, 2019 рік

Робоча програма «Арт-менеджмент» для студентів першого (бакалаврського) рівня, галузі знань 02 Культура і мистецтво, спеціальності 028 Менеджмент соціокультурної діяльності.

Мова навчання — українська

Розробники:

А.Ожога-Масловська, викладач кафедри менеджменту культури та соціальних технологій

І.Скиба-Якубова, викладач кафедри менеджменту культури та соціальних технологій

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри менеджменту культури та соціальних технологій

Протокол від «19» серпня 2019 року № 1

Завідувач кафедри

_____ (підпис)

А. Церковний
(прізвище та ініціали)

« 19 » серпня 2019 року

Схвалено радою факультету культурології

Протокол від «27» серпня 2019 року № 1

Голова ради факультету _____

О.Кравченко

© Харківська державна академія культури, 2019 рік

© Ожога-Масловська А., 2019 рік

© Скиба-Якубова І., 2019 рік

Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 8	Галузь знань 02 Культура і мистецтво (шифр і назва)	Обов'язкова	
	Напрямок підготовки 02 Культура і мистецтво (шифр і назва)		
Індивідуальне науково-дослідне завдання курсова робота або аналоги - (назва)	Спеціальність 028 менеджмент соціокультурної діяльності Освітня програма Менеджмент культури та соціальний маркетинг	Рік підготовки:	
		3-й	3-й
Загальна кількість годин - 240		Семестр	
		5-й	6-й
Тижневих годин для денної форми навчання: 4 аудиторних – 120 самостійної роботи студента - 120	Ступінь: бакалавр	20 год.	20 год.
		Практичні, семінарські	
		40 год.	40 год.
		Лабораторні	
		-	-
		Самостійна робота	
		60 год.	60 год.
		Індивідуальні завдання: -	
Вид контролю: залік 5сем. Іспит 6 сем.			

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної і індивідуальної роботи становить:

для денної форми навчання — аудиторних/самостійна – 43% : 57%

для заочної форми навчання — аудиторних/самостійна – 13 % : 87 %

1. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета поглибити підготовку фахівців з менеджменту культури у напрямі Арт-менеджменту, сформувати уміння планування, реалізації та оцінювання результатів цього виду діяльності в соціокультурній сфері, виробити навички реалізації основних управлінських функцій Арт-індустрії.

Завдання ...

- сформувати уявлення про специфіку Арт-менеджменту в сучасному соціокультурному просторі;
- створити умови для оволодіння студентами основними вміннями з планування та реалізації Арт-менеджменту;
- надати студентам можливості під час навчання на практиці здійснювати діяльність з розробки та реалізації Арт програм й проектів в соціокультурній діяльності ;
- здобуття студентами навичок аналізу, розробки, реалізації, мотивації, організації, контролю в Арт-індустрії.

У відповідності до Освітньої програми навчальна дисципліна «Арт-менеджмент» формує наступні компетентності та результати навчання:

а) компетентності:

Загальні компетентності	<p>ЗК1. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК 7. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).</p> <p>ЗК 8. Здатність планувати та управляти часом.</p> <p>ЗК 9. Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми.</p> <p>ЗК10. Здатність працювати в команді.</p> <p>ЗК12. Здатність розробляти та управляти проектами.</p> <p>ЗК13. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.</p> <p>ЗК14. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.</p> <p>ЗК 16. Здатність працювати в міжнародному контексті.</p>
Фахові компетенції	<p>ФК1. Здатність опанувати сучасні теорії та моделі управління</p> <p>ФК7.Здатність оцінювати потенціал соціальних технологій та застосовувати їх у практиці менеджменту культури.</p> <p>ФК8.Здатність раціонально та системно використовувати сучасні форми, методи, засоби організації соціокультурної діяльності.</p> <p>ФК9.Здатність розробляти та стимулювати створення оригінального культурного продукту та послуг.</p> <p>ФК10.Здатність впроваджувати креативні практики та знаходити інноваційні рішення з організації соціокультурної діяльності.</p> <p>ФК11.Проектувати та здійснювати міжособистісну та групову комунікацію з різними стейкхолдерами соціокультурної діяльності та організовувати роботу з ними.</p> <p>ФК12.Здатність розробляти та впроваджувати сучасні форми забезпечення соціокультурного партнерства, проектувати організаційну комунікацію.</p> <p>ФК13.Розробляти та впроваджувати сучасні форми забезпечення міжкультурної взаємодії.</p> <p>ФК15.Здатність планувати, управляти та контролювати виконання поставлених завдань та прийнятих рішень.</p> <p>ФК16.Здатність оцінювати професійні якості співробітників та стимулювати їх професійний розвиток.</p>

	<p>ФК19. Використовувати сучасні методи виявлення та аналізу соціокультурних потреб споживачів культурних товарів та послуг.</p> <p>ФК20. Ініціювати та розробляти соціокультурні проекти, забезпечувати їх операційну реалізацію.</p> <p>ФК21. Використовувати сучасні інформаційні та комунікативні технології для реалізації соціокультурних проектів.</p> <p>ФК22. Використовувати сучасний професійний інструментарій забезпечення конкурентної стратегії управління соціокультурними проектами</p>
--	--

б) результати навчання:

	<p>РН 1. Застосовувати навички критичного мислення у практичній діяльності.</p> <p>РН 8. Знати норми чинного законодавства щодо професійної діяльності та вміти застосовувати їх на практиці.</p> <p>РН 10. Знати та кваліфіковано використовувати методи стимулювання виробництва, розповсюдження та споживання культурних благ.</p> <p>РН 11. Визначати та застосовувати ефективні методи та методики організації та реалізації соціокультурних практик.</p> <p>РН 12. Впроваджувати та адаптовувати інноваційні ідеї та технології для створення культурних продуктів та надання культурних послуг.</p> <p>РН 13. Визначати стейкхолдерів культурних процесів, налагоджувати взаємодію з ним, мобілізувати їх потенціал для соціокультурної розбудови.</p> <p>РН 14. Встановлювати комунікацію з різними професійними суб'єктами та групами, формувати професійні мережі, адвокацій та лобіювати інтереси проекту/сектора (галузі).</p> <p>РН 17. Критично аналізувати власний досвід, виявляти, генерувати і впроваджувати креативні ідеї в професійну діяльність</p> <p>РН 25. Використовувати інноваційні рішення для стимулювання, та задоволення індивідуальних та колективних культурних інтересів.</p>
--	--

Критерії оцінювання результатів навчання: досягнення мінімальних та максимальних порогових рівнів оцінок за кожним запланованим результатом навчання. Зокрема, вільно теоретично аргументувати шляхи управління сучасними соціокультурними процесами, використовувати необхідні функції Арт-менеджменту у різних закладах соціокультурного середовища.

Засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання: командні проекти; аналітичні звіти; презентації результатів виконаних завдань та досліджень; студентські презентації та виступи на наукових заходах.

2. Програма навчальної дисципліни

Розділ 1. Становлення та особливості управління Арт-індустрією

Тема 1. Становлення та розвиток Арт-ринку за рубежем та в Україні

Формування арт-ринку та спеціальної діяльності з управління ним у ХІХ ст. Арт-ринок як сфера діяльності з вироблення та збуту творів мистецтва та послуг в сфері культури. Загальна характеристика та функції арт-ринку. Соціокультурна функція арт-ринку в сучасному світі. Субєкти арт-індустрії (арт-менеджер, арт-дилер, куратор, експерт). Особливості розвитку арт-ринку в Україні. Поняття Арт-індустрії.

Тема 2. Особливості та процесуальні характеристики Арт-менеджменту.

Поняття Арт-менеджменту. Специфіка управління в сфері мистецтва. Сукупність принципів, методів, засобів тощо з реалізації підприємницької діяльності в сфері культури та мистецтва. Формування стратегії управління в сфері арт-бізнесу. Формування попиту на продукти культурної діяльності.

Розділ 2. Технології Арт-менеджменту

Тема 3. Управління діяльністю видовищно-розважальних закладів

Стратегія планування діяльності концертно-розважальних, театральних, клубних, виставкових та інших установ в сучасних умовах. PR, брендінг, ризик-менеджмент, фандрейзинг, маркетинг в діяльності видовищно-розважальних закладів.

Тема 4. Шоу-бізнес як складова Арт-індустрії

Шоу-бізнес як індустрія розваг. Виробництво та прокат кінопродукції, телебачення, театральні постанови, поп-музика як складові шоу-бізнесу. Послуги в галузі шоу-бізнесу. Організація та проведення шоу-програм.

Тема 5. Промоушн в сфері Арт-індустрії

Промоутерська діяльність як специфічний вид діяльності в шоу-бізнесі. Процес створення та реалізації та реалізації творчої продукції, що включає елементи менеджерської, маркетингової та продюсерської діяльності. Промоушн як просування творчого продукту індустрії розваг. Етапи промоутерської кампанії. Промо-план.

Тема 6. Поняття та сутність продюсування

Продюсування як вид підприємницької діяльності Умови діяльності продюсера. Завдання продюсування. Компоненти організації продюсерської діяльності

Тема 7. Маркетинг в Арт-менеджменті

Арт-маркетинг як засіб та індикатор розвитку арт-ринку. Традиційна модель маркетингу (ринок-інформаційна система, компанія, маркетинговий комплекс) та її додаткові ланки в арт-менеджменті. Специфіка арт-маркетингу (особливості суб'єктів, продукту, логіки маркетингової кампанії)

Тема 8. Бізнес-планування творчого проекту в Арт-менеджменті

Бізнес-план в Арт-менеджменті. Структура бізнес-плану: резюме, стратегія та цілі, конкретні заходи та ділові прийоми. Цикли функціонування творчого проекту.

Тема 9. Менеджмент гастрольної діяльності

Гастролі, як концентра та видовищна діяльність поза постійною локацією установи. Умови проведення гастролей. Участь промоутерських фірм, філармоній, концертних агенцій у проведенні гастролей. Функції агентів та тур-менеджерів. Нормативно-правова діяльність гастролей.

Тема 10. Професіоналізм та майстерність арт-менеджера

Арт-менеджер, арт-директор як керівник творчого проекту. Організація, планування та координація діяльності як обов'язки фахівця. Розробка планів проведення арт-заходів. Стимулювання проектно-технологічної, художньо-творчої діяльності в роботі арт-менеджера.

3. Структура навчальної дисципліни

Назви розділів і тем	Кількість годин												
	денна форма						Заочна форма						
	усього	у тому числі					усього	у тому числі					
		л	п	с	інд	с.р.		л	п	с	інд	с.р.	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	
<i>Розділ 1. Становлення та особливості управління Арт-індустрією</i>													
Тема 1. Становлення та розвиток Арт-ринку за рубежом та в Україні	15	6		4		12							
Тема 2. Особливості та процесуальні характеристики Арт-менеджменту	15	6		4		12							
Разом за розділом 1	44	12		8		24							
<i>Розділ 2. Технології Арт-менеджменту</i>													
Тема 3. Управління діяльністю видовищно-розважальних закладів	20	4		4		12							
Тема 4. Шоу-бізнес як складова Арт-індустрії	20	4		4		12							
Тема 5. Промоушн в сфері Арт-індустрії	20	4		4		12							
Тема 6. Поняття та сутність прод'юсування	20	4		4		12							
Тема 7. Маркетинг в Арт-менеджменті	20	4		4		12							
Тема 8. Бізнес-планування творчого проекту в Арт-	20	4		4		12							

менеджменті												
Тема 9. Менеджмент гастрольної діяльності	20	4		6		12						
Тема 10. Професіоналіз м та майстерність арт-менеджера	24	4		6		14						
Разом за розділом 2												
Усього годин	240	60		60		120						

Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Арт-ринок: структура, особливості розвитку	4
2	Специфіка Арт-менеджмента	4
3	Стратегія планування діяльності концертно-розважальних, театральних, клубних, виставкових та інших установ в сучасних умовах	4
4	Шоу-бізнес як індустрія розваг в галузі культури і мистецтва	4
5	Промоушн як просування творчого продукту індустрії розваг.	4
6	Компоненти організації продюсерської діяльності	4
7	Специфіка арт-маркетингу	4
8	Бізнес-план в Арт-менеджменті	4
9	Організаційні умови проведення гастролей.	6
10	Арт-менеджер як керівник творчого проекту	6
	Разом	44

Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Визначення особливостей функціонування сучасного арт-ринку	12
2	Дослідження наукових підходів до Арт-менеджменту	12
3	Особливості функціонування видовищно-розважальних закладів	12
4	Механізми та функції шоу-бізнесу	12
5	Розробка етапів просування творчого продукту	12
6	Специфіка продюсерської діяльності	12
7	Арт-маркетинг в соціокультурній сфері	12
8	Планування підприємницької діяльності на арт-ринку	12
9	Гастрольна діяльність: умови ефективності	12
10	Особистість та професіоналізм фахівця арт-індустрії	14
	Разом	122

3.Форми навчання

Лекції, практичні заняття

4.Методи навчання

Пояснювально-ілюстративний: лекція, презентація

Репродуктивний: пояснення, розповідь, представлення міні доповідей

Проблемного викладення: лекція-візуалізація, практичне заняття у формі прес-конференції

Частково-пошуковий: навчальний тренінг

Дослідницький (проектно-орієнтований): гра дидактична, пошук, аналіз та презентація узагальнення наукових фактів

Проблемно-орієнтований (проблемна лекція, лекція візуалізація, підсумкова лекція та презентація, семінар у формі дидактичного квесту),

Метод проблемного викладання, частково-пошуковий метод, кейс метод, ігрові методи (ділові ігри), тренінгові методи навчання

5.Форми поточного та підсумкового контролю

Поточне усне опитування, письмове тестування, реферат, презентація, підсумковий контроль: залік, іспит

Розподіл балів, які отримують студенти

Розділ 1		Розділ 2								Сума
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	100
10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	

Розподіл балів за формами контролю.

- відвідування заняття (пара) — 1;
- відповідь під час семінару — 3-5;
- виконання практичного завдання — 3-5;
- усне опитування — 1-2;
- письмове тестування — 3-5;
- підготовка та виступ з рефератом — 5-7

Можлива кількість балів, набраних до підсумкової форми контролю:

Залік — від 60 до 100 балів

Іспит — від 60 до 90 балів

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
82-89	B	добре	
74-81	C		
64-73	D	задовільно	
60-63	E		
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням	не зараховано з обов'язковим

		дисципліни	повторним вивченням дисципліни
--	--	------------	-----------------------------------

Методичне забезпечення

Пакет навчально-методичного забезпечення: робоча програма, конспект лекцій, методичні рекомендації до семінарських, практичних занять, самостійної роботи здобувачів вищої освіти.

Контрольні запитання з дисципліни "Арт-менеджмент"

1. Становлення Арт-ринку за рубежем
2. Розвиток Арт-ринку в Україні
3. Особливості управління Арт-індустрією
4. Суб'єкти арт-індустрії
5. Процесуальні характеристики Арт-менеджменту
6. Загальна характеристика технологій Арт-менеджменту
7. Соціокультурна функція арт-ринку в сучасному світі.
8. Суб'єкти арт-індустрії (арт-менеджер, арт-дилер, куратор, експерт).
9. Сукупність принципів, методів, засобів з реалізації підприємницької діяльності в сфері культури та мистецтва.
10. Формування стратегії управління в сфері арт-бізнесу.
11. Формування попиту на продукти культурної діяльності.
12. Управління діяльністю видовищно-розважальних закладів
13. Стратегія планування діяльності концертно-розважальних, театральних, клубних, виставкових та інших установ в сучасних умовах.
14. PR, брендинг, ризик-менеджмент, фандрейзинг, маркетинг в діяльності видовищно-розважальних закладів.
15. Шоу-бізнес як складова Арт-індустрії
16. Шоу-бізнес як індустрія розваг.
17. Послуги в галузі шоу-бізнесу.
18. Організація та проведення шоу-програм.
19. Промоушн в сфері Арт-індустрії
20. Промоутерська діяльність як специфічний вид діяльності в шоу-бізнесі.
21. Промоушн як просування творчого продукту індустрії розваг.
22. Етапи промоутерської кампанії, промо-план.
23. Поняття та сутність продюсування
24. Продюсування як вид підприємницької діяльності
25. Умови діяльності продюсера.
26. Компоненти організації продюсерської діяльності
27. Арт-маркетинг як засіб та індикатор розвитку арт-ринку.
28. Специфіка арт-маркетингу (особливості суб'єктів, продукту, логіки маркетингової кампанії)
29. Бізнес-планування творчого проекту в Арт-менеджменті
30. Бізнес-план в Арт-менеджменті.
31. Структура бізнес-плану, цикли функціонування творчого проекту.
32. Менеджмент гастрольної діяльності
33. Участь промоутерських фірм, філармоній, концертних агенцій у проведенні гастролей.
34. Нормативно-правова діяльність гастролей.
35. Професіоналізм та майстерність арт-менеджера

6. Рекомендовані джерела інформації

Основна література

1. Бабіч Д. Р. Формування виконавської майстерності майбутніх артистів естрадних ансамблів: автореф. дис... канд. пед. наук: 13.00.02 / Д.Р. Бабіч ; Київ. нац. ун-т культури і мистецтв. – К., 2004. – 21 с.
2. Барановська М.С. Естрадно-вокальна музика в Україні кінця ХХ – початку ХХІ ст.: тенденції розвитку. *Вісник КНУКіМ*. 2013. Вип. 8. С. 5-11.
3. Батенко Л. П., Загородніх О. А., Ліщинська В. В. Управління проектами: Навч. посібник. — К.: КНЕУ, 2003. — 231 с.
4. Гагоорт Г. Менеджмент мистецтва: підприємницький стиль / Г.Гагоорт – Львів: Літопис, 2008. – 358 с.
5. Гірняк О.М. Менеджмент: теоретичні основи і практикум / О. Гірняк, П.П. Лазановський. – К.: Магнолія-плюс, 2003. – 336 с.
6. Гончарова Н.І. Документаційне забезпечення менеджменту: Навчальний посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 260 с.
7. Жуковская Л.Н. Арт-менеджмент .Учебное пособие / Л.Н.Жуковская, С.В.Костылев, В.С.Лузан, О.Ф.Морозова, Е.А.Ноздренко – Красноярск : СФУ, 2016 – 188 с.
8. Менеджмент у сфері культури: Навчальний посібник. – Кн. 1, 2. Одеса. Центр практичного менеджменту культури, 2006.

Допоміжна

9. Кічурчак М. Особливості підприємницької діяльності в мистецькій сфері // Регіональна економіка. – 2000. - № 1. – С.176-180.
10. Кольбер Ф. Маркетинг у сфері культури та мистецтва. Львів. „Кальварія”, 2004.
11. Командышко Е.Ф. Арт-менеджмент . – М.:ИНФРА-М, 2017. – 194 с.
12. Кузьмін О.Є. Основи менеджменту / О.Є. Кузьмін, О.І. Мельник. – К.:Академвидав, 2007. – 462 с.
13. Лисенко Ю. О. Соціально-педагогічні чинники впливу сучасної естрадної музики на молодіжну субкультуру": автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.05 / Ю. О. Лисенко ; ДЗ "Луган. нац. ун-т ім. Т. Шевченка". – Луганськ, 2011. – 20 с
14. Мозговий М. П. Становлення і тенденції розвитку української естрадної пісні: автореф. дис... канд. мистецтвознав.: 17.00.01 / М.П. Мозговий; Київ. нац. ун-т культури і мистецтв. – К., 2007. – 19 с.
15. Переверзев М.П. Менеджмент в сфере культуры и искусства : учеб. Пособие М. : Инфра-М, 2007
16. Поплавський М. М. Шоу-бізнес: теорія, історія, практика. – К. : 2001. – 560 с.
17. Поплавський М.М. Менеджер шоу-бізнесу : підручник. – К. : Вид-во КНУКіМ, 1999. – 560 с.
18. Рудницька О. П. Українське мистецтво у полікультурному просторі: Навч. посіб. Київ, 2000. 208 с.
19. Тарнавська Н.П. Менеджмент: теорія та практика: підручник для вузів. / Н.П. Тарнавська, Р.М. Пушкар, Тернопіль: Карт-бланш, 2008.– 490 с.
20. Тульчинский Г.Л. Менеджмент в сфере культуры : учеб.пособие СПб. : Лань, 2001, 2009
21. Яцура В.В. Менеджмент: навчальний посібник / В.В. Яцура, О.П. Жук.– Львів: ЛНУ ім. Івана Франка, 2008. – 443 с.

Інформаційні ресурси

1. Бібліотека Харківської державної академії культури
2. Національна бібліотека України імені В.І.Вернадського

3. Харківська державна наукова бібліотека імені В.Г. Короленка
4. Інтернет-ресурси