

**Волинський національний університет імені Лесі Українки**  
**Факультет культури і мистецтв**  
**Кафедра історії, теорії мистецтв та виконавства**

**СИЛАБУС**

**обов'язкової навчальної дисципліни**

**АРТ-МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ**

Ступінь вищої освіти:

**БАКАЛАВР**

Освітня кваліфікація:

Керівник музичний.

Професійна кваліфікація:

Викладач початкових спеціалізованих мистецьких навчальних закладів.  
Організатор у сфері культури та мистецтва.

**ЗАТВЕРДЖЕНО:**

Протокол  
засідання кафедри історії,  
теорії мистецтв та виконавства  
№ 8 від 29 січня 2021 р.

## I. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітня програма, освітній рівень	Характеристика навчальної дисципліни
Денна форма навчання	Галузь знань: 02 Культура і мистецтво Спеціальність: 025 Музичне мистецтво Освітньо-професійна програма: «Музичне мистецтво» Освітній рівень: Бакалавр	Обов'язкова
Кількість годин / кредитів 120/4		Рік навчання <u>3</u>
		Семестр 6-ий
ІНДЗ: є		Лекції - 20 год.
		Практичні - 20 год.
		Лабораторні – 20 год.
		Самостійна робота 52 год.
Консультації 8 год.		
Форма контролю: залік 6 семестр		
Мова навчання українська		

## II. Інформація про викладача

Прізвище, ім'я, по батькові: **Ігнатова Лариса Петрівна**  
Науковий ступінь: **Кандидат мистецтвознавства**  
Вчене звання: **Доцент**  
Посада: **Завідувач кафедри історії, теорії мистецтва та виконавства**  
Контактна інформація: **моб. тел. +380994311948; ел. адреса: l.ignatova1958@gmail.com**

### Опис дисципліни

#### 1. Анотація курсу

Курс «Мистецького менеджменту і маркетингу» розглядається як складова менеджменту соціокультурної діяльності і загального менеджменту, а також орієнтований на вивчення такого явища як шоу - бізнес, що належить одночасно як до мистецької так і комерційної, економічної сфери діяльності. Враховуючи, що на відміну від попередньої суспільної системи мистецька культура в незалежній Україні виключена із сфери ідеології, питанням управління в даній галузі надається особливої уваги. Тому планування діяльності в мистецькій організації, проведенні будь-яких арт-бізнесових та дозвіллевих проєктів передбачає визначення мети, необхідних ресурсів та розробку методів реалізації поставлених цілей, найбільш ефективних у конкретних умовах.

## **2. Зміст дисципліни**

Основи мистецького менеджменту та маркетингу: сутність, значення та особливості розвитку мистецького менеджменту і маркетингу;

предмет, об'єкт, суб'єкт мистецького менеджменту та маркетингу.

Історія розвитку мистецького менеджменту, маркетингу

Мистецькі організації як об'єкти управління.

Функції і технологія мистецького менеджменту: планування; організування; мотивування; контролювання; регулювання.

Шоу – бізнес як явище культури: історія шоу – бізнесу в Україні.

Розвиток мистецтва в Україні до 1991 року.

Мистецтво України в 1991 – 1994 роках.

Період становлення українського мистецтва в 1994 – 1997 роках.

Розвиток шоу - бізнесу з 1997 року.

Поняття маркетингу у шоу – бізнесі:

Значення терміну маркетинг.

Функції маркетингу.

Методи аналізу та сегментація ринку.

Інформаційна база маркетингу.

Організація та проведення шоу-бізнесових та анімаційних проєктів:

Концертно – гастрольна діяльність.

Мистецькі фестивалі та конкурси.

Презентації та шоу-програми.

## **3. Пререквізити**

«Основи історичного і теоретичного мистецтвознавства», «Організація заходів у сфері культури і мистецтва», «Фахова майстерність», «Філософія мистецтва та основи лекторства».

## **4. Постреквізити**

«Соціокультурна анімація та організація мистецьких заходів», «Переддипломної практики», «Асистентської практики».

## **5. Мета і завдання навчальної дисципліни:**

розширення знань в галузі управління музичною культурою; засвоєння особливостей розвитку музичного менеджменту в сучасній Україні; визначення специфічних ознак українського шоу - бізнесу; ознайомлення з організацією та проведенням різноманітних шоу - проєктів.

## **Результати навчання (компетентності):**

### **Загальні компетентності (ЗК):**

ЗК2. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК4. Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми.

ЗК5. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з

різних джерел.

ЗК7. Здатність бути критичним і самокритичним.

ЗК9. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями

ЗК11. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.

ЗК13. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.

ЗК14. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ЗК15. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

### **Фахові компетентності (ФК)**

ФК3. Здатність усвідомлювати художньо-естетичну природу музичного мистецтва.

ФК 4. Здатність усвідомлювати взаємозв'язки та взаємозалежності між теорією та практикою музичного мистецтва.

ФК 5. Здатність використовувати знання про основні закономірності й сучасні досягнення у теорії, історії та методології музичного мистецтва.

ФК 6. Здатність використовувати професійні знання та навички в процесі творчої діяльності.

ФК 7. Здатність володіти науково-аналітичним апаратом та використовувати професійні знання у практичній діяльності.

ФК 10. Здатність застосовувати базові знання провідних музично-теоретичних систем та концепцій.

ФК 11. Здатність оперувати професійною термінологією.

ФК 13. Здатність використовувати широкий спектр міждисциплінарних зв'язків.

ФК 17. Здатність застосовувати традиційні і альтернативні інноваційні технології музикознавчої, виконавської, композиторської, диригентської, педагогічної діяльності.

### ***Програмні результати навчання (ПРН)***

ПРН4. Аналізувати музичні твори з виокремленням їх належності до певної доби, стилю, жанру, особливостей драматургії, форми та художнього змісту.

ПРН 6. Демонструвати спроможність до самостійного дослідження наукової проблеми в галузі музичного мистецтва та написання роботи відповідно до вимог, готовність дискутувати і аргументувати власну позицію.

ПРН 7. Володіти методами опрацювання музикознавчої літератури, узагальнення та аналізу музичного матеріалу, принципами формування наукової теми та розуміння подальших перспектив розвитку даної проблематики в різних дослідницьких жанрах.

ПРН 8. Демонструвати володіння музично-аналітичними навичками в процесі створення виконавських, музикознавчих та педагогічних інтерпретацій.

ПРН 12. Володіти термінологією музичного мистецтва, його понятійно-категоріальним апаратом.

ПРН 15. Демонструвати музично-теоретичні, культурно-історичні знання з музичного мистецтва.

ПРН 17. Демонструвати аргументовані знання з особливостей музичних стилів різних епох.

## 5. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин, відведених на:					
	Усього	Лекції	Практичні	Лабораторні	Самостійна робота	Конс.
<b>МОДУЛЬ 1. Арт-менеджмент та його специфіка</b>						
<b>Змістовий модуль 1. Основи арт-менеджменту та маркетингу</b>						
<b>Тема 1.</b> Сутність, значення та особливості розвитку арт-менеджменту та маркетингу	26	4	6	4	10	2
<b>Тема 2.</b> Види і зміст управлінської діяльності.	26	4	4	6	10	2
<b>Загалом за Модуль 1</b>	52	8	10	10	20	4
<b>МОДУЛЬ 2. Особливості маркетингової діяльності в українському шоу-бізнесі</b>						
<b>Змістовий модуль 2. Шоу – бізнес як явище культури</b>						
<b>Тема 3.</b> Історія шоу – бізнесу в Україні	18	4	4		10	
<b>Тема 4.</b> Поняття маркетинг у шоу - бізнесі	22	4	2	4	10	2

<b>Тема 5.</b> Організація та проведення шоу-бізнесових проєктів	28	4	4	6	12	2
<b>Загалом за Модуль 2</b>	68	12	10	10	32	4
Загалом за модулями	120	20	20	20	52	8

### ***ТЕМИ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ***

1. Організація та проведення мистецьких фестивалів і конкурсів
2. Організація та проведення концертно-гастрольної діяльності
3. Організація та проведення прес-конференцій та шоу-програм
4. Організація та проведення різноманітних анімаційних програм

#### ***Література:***

1. Виноградський М. Д. Організація праці менеджера [Електронний ресурс]: навч. посібник / М. Д. Виноградський, О. М. Шканова.– К.: “Кондор”, 2002.– 518 с.– Режим до- ступу: <http://www.info-library.com.ua/books-book-117.html>.
2. «Своя музика» – Всеукраїнський музичний журнал. – Тернопіль, 2009.– № 1-12.

#### ***Інтернет-ресурси***

[www.shoowbiz.ru](http://www.shoowbiz.ru)

### ***ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ***

*Для самостійної роботи студентам пропонується опрацювати додаткову літературу з наступних питань курсу:*

- історія розвитку вітчизняної індустрії розваг;
- засоби масової інформації – радіо, телебачення, преса;
- використання глобальної сітки та інтелектуальних технологій у сфері індустрії розваг;
- інвестиції в мистецькому бізнесі;
- технічне оснащення концертної діяльності;
- звукорежисура і студійна робота;
- основи режисури і продюсування музичних кліпів та різноманітних анімаційних проєктів.

Результати самостійної роботи враховуються під час оцінювання ІНДЗ.

## **ІНДИВІДУАЛЬНА РОБОТА (ПРОЄКТ)**

По закінченні курсу «Мистецького менеджменту, маркетингу та анімації» студент повинен самостійно розробити проект організації та проведення мистецьких фестивалів, конкурсів, презентацій, шоу – програм та інших анімаційних проєктів.

### **ПИТАННЯ МОДУЛЬНОГО ТА ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ ОЦІНЮВАННЯ**

1. Поточний контроль – 40 балів:

- опитування під час практичних занять (всього 30 балів);
- захист ІНДЗ (максимально всього 10 балів);

2. Контрольні роботи (по закінченні кожного модуля) – максимальна кількість балів всього 60 балів.

Наприкінці курсу сумуємо бали, отримані під час поточного контролю та контрольних робіт.

При складанні заліку бали, отримані за контрольні роботи знімаються. На залік виділяється максимальна кількість балів, яку сумуємо з балами, отриманими за поточний контроль ( семінарські, ІНДЗ), після чого виводиться підсумкова оцінка.

### **Критерії оцінювання**

#### **Критерії оцінювання відповідей на семінарських заняттях**

**11 - 15 балів** – студент вірно засвоїв теми, висвітлив зміст основних понять, продемонстрував здатність вільно оперувати теоретичними категоріями, узагальнювати та аналізувати матеріал;

**6 – 10 балів** - студент вірно і достатньо засвоїв теми, висвітлив зміст основних понять, продемонстрував здатність вільно оперувати теоретичними категоріями, узагальнювати та аналізувати матеріал; у відповіді допустив незначну неточність;

**1 - 5 балів** - студент недостатньо засвоїв теми, допустив помилки щодо розуміння основних теоретичних понять, матеріал виклав непослідовно але зміг правильно узагальнити вивчений матеріал;

**0 балів** – відповідь відсутня.

#### **Критерії оцінювання індивідуального науково – дослідного завдання (ІНДЗ)**

**8 - 10 балів** – завдання виконане на науковому рівні, висвітлено сутність основних теоретичних понять, матеріал викладено логічно, продемонстровано здатність до аналізу та узагальнення; виступив на захисті, відповівши на всі запитання вірно; текстовий та ілюстративний матеріал оформлені охайно;

**5 - 7 балів** - завдання виконане на науковому рівні, висвітлено сутність основних теоретичних понять, матеріал викладено логічно, продемонстровано здатність до аналізу та узагальнення, виступив на захисті, але допустив неточності при відповіді на запитання; можлива неточність в оформленні та групуванні матеріалів по розділах;

**1- 4 балів** – завдання виконане на достатньому рівні, добре здійснено підбір та узагальнення матеріалу; є недоліки у висвітленні змісту понять та категорій, або у послідовності викладу матеріалу; при захисті допустив низку помилок та неточностей, відповідаючи на запитання; робота оформлена неохайно.

**0 балів** завдання виконане частково, матеріал не відповідає змісту теми, студент не вміє працювати з науковою літературою;

### **Критерії оцінювання модульних контрольних робіт**

**21 - 30 балів** — завдання виконано самостійно на основі нестандартних підходів причинно-наслідкового аналізу, прогнозування;

**11 - 20 балів** — завдання виконано з використанням творчих рішень нестандартних підходів, прогнозування. Однак, використовуються класичні підходи, має місце використання відомих алгоритмів;

**1 - 10 балів** — завдання виконано з елементами творчого підходу, переважають відомі, алгоритмізовані правила їх розв'язання;

**0 балів** — завдання не виконано або зроблена спроба виконання без використання творчих підходів.

**Максимальна оцінка за залік – 60 балів.** Пропонується дати відповіді на 30 запитань, за кожну правильну відповідь – 2 бали.



**В результаті сумування балів, отриманих за результатами поточного та підсумкового контролю, студент отримує оцінку**

**Шкала оцінювання**

*Таблиця 6*

<b>Оцінка в балах за всі види навчальної діяльності</b>	<b>Оцінка</b>	
	<b>для екзамену</b>	<b>для заліку</b>
90 – 100	Відмінно	Зараховано
82 – 89	Дуже добре	
75 - 81	Добре	
67 -74	Задовільно	
60 - 66	Достатньо	
1 – 59	Незадовільно	Незараховано (з можливістю повторного складання)

***ДЖЕРЕЛА, РЕКОМЕНДОВАНІ ДЛЯ ОПРАЦЮВАННЯ***

**Основна література**

1. Shemel S. and Krasilovsky W. THIS BUSINESS OF MUSIC. Billboard Books, NY, 1990.
2. Shemel S. and Krasilovsky W. MORE ABOUT THIS BUSINESS OF MUSIC. Billboard Books, NY, 1989.
3. Алексеева Л. «Изнанка шоу-бизнеса» – М.: АКТ МОСКВА, 2008. – 220, [4] с.
4. Барроу К., Барроу П., Браун Р. „Бізнес-план: Практич. посіб.: Пер. з 3-го англ. вид.” – К.: Т-во „Знання”, КОО, 2001. – 285 с.
5. Гагоорт Г., «Менеджмент мистецтва. Підприємницький стиль». / пер. з англ. Шумилович Б. – Львів: Літопис, 2008. – 360 с.
6. Дарлава Д. «Бізнес путь: Ричард Брэнсон. 10 секретов лучшего в мире создателя брэнда». – СПб.: Издательство «Крылов», 2003. – 192 с.
7. Дарлава Д. «Бізнес путь: Билл Гейтс. 10 секретов самого богатого в мире бизнес-лидера». – СПб.: Издательство «Крылов», 2003. – 208 с.

8. Деарлав Д. «Бизнес путь: Руперт Мердок. 10 секретов крупнейшего в мире медиамагната». – СПб.: Издательство «Крылов», 2003. – 176 с.
9. Добротворский И. Л. «Новые технологии победы: Как по-настоящему достичь успеха: практическое руководство. М.: РИПОЛ КЛАССИК, 2003. – 352 с.
10. Друкер П. Ф. «Практика менеджмента»: Пер. с англ. : Уч. пос. – Москва: Издательский дом «Вильямс», 2000. – 398 с.
11. Жданова Е. И., Иванов С. В., Кротова Н. В. «Управление и экономика в шоу-бизнесе: учебное пособие». – М.: Финансы и статистика, 2003. – С. 101-109, 129-134, 151-153.
12. Жизнин С.З. «Как стать предпринимателем?». – М.: Издательство «Новости», 1990.
13. Гриценко О. „Культура і влада. Теорія і практика культурної політики в сучасному світі”. – К.: УЦКД, 2000. – 228 с.
14. Євтушенко О., «Обличчя музики. Творчі портрети українських зірок». – Тернопіль: Джура, 2006. – 272 с.
15. Йенсен Р. «Общество мечты». – Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2004. – 267 с.
16. Каганець І. В. “Психологічні аспекти в менеджменті: типологія Юнга, соціоніка, психоінформатика”. – К.-Тернопіль: Мандрівець – Port-Royal. 1997.
17. Калужний Є. «Як стати і бути багатим: Філософія індивідуального успіху». – К.: Смолоскип, 2006. – 282 с.
18. Келлер К. Л. «Стратегический бренд-менеджмент: создание, оценка и управление марочным капиталом», 2-е издание.: Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2005. – 704 с.
19. Кіндрацька Г. І. «Основи стратегічного менеджменту: Навч. посібник. – Львів: Кінпатрі ЛТД, 2000. – 264 с.
20. Кірсанов В.В. “Невідомий Поплавський”. К.: КНУКІМ, 1999.
21. Кольбер Ф., Нантель Ж., Білодо С., Річ Дж. Д. „Маркетинг у сфері культури та мистецтв”. Перекл. з англ. Яринич С. – Л.: Кальварія, 2004. – 240 с.
22. Коновалов А. «Маленькие секреты большого шоу-бизнеса». – СПб.: Питер, 2005. – 188 с.
23. Корнеева С. «Как зажигают звёзды». – СПб.: Питер, 2004. – 320 с.
24. Корнеева С. М. «Музыкальный менеджмент»: учеб. Пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Музыкальный менеджмент» (061166) и специальностям культуры и искусства (050000) – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2006. – 303 с.
25. Котлер Філіп, Лі Ненсі. ”Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства” / Пер. з англ.. С. Яринич. – К.: Стандарт, 2005. – 302 с.

26. Котлер Ф., Келлер К. Л., Павленко А. Ф. та ін. «Маркетинговий менеджмент»: Підручник – К.: Видавництво «Хімджест», 2008. – 720 с.
27. Лалл Дж. „Мас-медіа, комунікація, культура – глобальний підхід”. – К.: К.І.С., 2002. – 263 с.
28. Ленглі С. „Театральний менеджмент і продюсерство. Американський досвід.” Перекл. з англ. Безгіна І. Д. – К.: ВВП Компас, 2000. – С. 477-496.
29. Литовка О. В., «Створення та організація спеціалізованого музичного проекту в жанрі рок-музики»: навчальний посібник. – К., Кривий Ріг: «Новое видение», 2008 – 181 с.
30. Менегетти А. «Практика лидерства» / Перевод с итальянского ООО «ФОИЛ». Изд. 1-е, - М.: БФ «Онтопсихология», 2008 г., 192 с.
31. Мильор Р. Г. «Менеджмент: достижение цели». / пер. с англ. Г. А. Крылова. – СПб.: Информ.-издат. Агенство «ЛИК», 1992. – 136 с.
32. Михайлова Л. «Социология культуры». – М.: «Файр-Пресс», 1999 – 232 с.
33. Немцов В. Д., Довгань Л. Є. «Стратегічний менеджмент». – К.: ТОВ «УВПК «ЕксОб», 2001 – 600 с.
34. Панасов И. В. «Шоу-бизнес». – М.: Изд-во ЭКСМО: Донецк: Изд-во СКИФ, 2004. – 384 с.
35. Пассман Д., «Всё о музыкальном бизнесе»; пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2009. – 420 с.
36. Поплавський М.М. Менеджер культури : Підручник. – К.: МП „Леся”, 1996. – 416 с.
37. Поплавський М.М. Азбука Публік Рілейшзн: Підручник. – К., 1997. – 320с.
38. Поплавський М.М. Менеджер шоу-бізнесу: Підручник. – К., 1999. – 560 с.
39. Тульчинський Г.Л. Менеджмент в сфері культури. – СПб.: Издательство «Лань», 2001. – 384 с.

### **Додаткова література**

1. Палеха Ю.І., Кудін В.А. Культура управління та підприємництва: Навч. – метод. посібник – К.: МАУП, 1998. – 98с.
2. Дискин И.Е. Культура: стратегия социально-экономического развития. – М.: Экономика, 1990. – 109с.
3. Кузьмін О.Є., Мельник О.Г. Основи менеджменту. – К.: Академвидав, 2003. – 414с.

### **ПИТАННЯ НА ЗАЛІК**

1. Сутність, значення та особливості розвитку мистецького менеджменту
2. Предмет, об'єкт, суб'єкт мистецького менеджменту

3. Історія розвитку мистецького менеджменту
4. Музичні організації як об'єкти управління
5. Види і зміст управлінської діяльності
6. Функції і технологія мистецького менеджменту
7. Планування як загальна функція мистецького менеджменту
8. Організування як загальна функція мистецького менеджменту
9. Мотивування як загальна функція мистецького менеджменту
10. Контролювання як загальна функція мистецького менеджменту
11. Регулювання як загальна функція мистецького менеджменту
12. Шоу – бізнес як явище культури
13. Історія шоу – бізнесу в Україні
14. Розвиток естрадного мистецтва в Україні до 1991 року
15. Естрада України в 1991 – 1994 роках
16. Період становлення в 1994 – 1997 роках
17. Розвиток шоу - бізнесу з 1997 року
18. Маркетинг у шоу – бізнесі та анімаційна діяльність
19. Значення терміну маркетинг, анімація
20. Функції маркетингу, анімації
21. Методи аналізу та сегментація ринку
22. Інформаційна база маркетингу, анімації
23. Організація та проведення шоу – бізнесових та анімаційних проєктів
24. Концертно – гастрольна діяльність
25. Мистецькі фестивалі та конкурси
26. Презентації, різноманітні шоу та проєкти

