

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки  
Кафедра історії, теорії мистецтв та виконавства



ЗАТВЕРДЖЕНО

Проректор з науково-педагогічної  
і навчальної роботи та рекрутації  
проф. Гаврилюк С. В.

10 жовтня

2016 р.

## МИСТЕЦЬКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ

Робоча програма  
нормативної навчальної дисципліни  
підготовки освітнього ступеня «Магістр»  
галузь знань 02 «Культура і мистецтво»  
спеціальність 025 «Музичне мистецтво»  
освітня програма «Музичне мистецтво»

Луцьк – 2016

Робоча програма нормативної навчальної дисципліни «Мистецький менеджмент і маркетинг» для студентів підготовки освітнього ступеня «Магістр» галузі знань 02 «Культура і мистецтво» спеціальності 025 «Музичне мистецтво» освітньої програми «Музичне мистецтво»

28 вересня 2016 року – 9 с.

Розробник: Ігнатова Л.П., кандидат мистецтвознавства, доцент

Рецензент: Чепелюк В.А., народний артист України, професор кафедри історії, теорії мистецтв та виконавства

Програма навчальної дисципліни затверджена на засіданні кафедри історії, теорії мистецтв та виконавства

протокол № 2 від 28.09 2016 р.

Завідувач кафедри:  Чепелюк В.А.

Програма навчальної дисципліни схвалена науково-методичною комісією факультету мистецтв протокол № 1 від 28.09. 2016 р.

Голова науково-методичної комісії факультету  Шиманський П.Й.

Програма навчальної дисципліни схвалена науково-методичною радою університету

протокол № 2 від 19.10. 2016 р.

## СТРУКТУРА РОБОЧОЇ ПРОГРАМИ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

### Вступ

Курс «Мистецького менеджменту і маркетингу» розглядається як складова менеджменту соціокультурної діяльності і загального менеджменту, а також орієнтований на вивчення такого явища культури як шоу - бізнес, що належить одночасно як до мистецької так і економічної сфери діяльності.

Враховуючи, що на відміну від попередньої суспільної системи музична культура в незалежній Україні виключена із сфери ідеології, питанням управління в даній галузі надається особливої уваги. Тому планування діяльності в мистецькій організації, проведення будь-якого арт-бізнесового проекту передбачає визначення мети, необхідних ресурсів та розробку методів реалізації поставлених цілей, найбільш ефективних у конкретних умовах. Позитивне розв'язання цих питань в даній програмі вимагає використання й узагальнення знань та навичок з дисциплін «Історія культури», «Естетика», «Соціологія», «Культурологія», «Економіка», «Освітній менеджмент» та ін.

Програма навчальної дисципліни «Мистецький менеджмент і маркетинг» складена для студентів підготовки освітнього ступеня «Магістр» галузі знань 02 «Культура і мистецтво» спеціальності 025 «Музичне мистецтво» освітньої програми «Музичне мистецтво»

### 1. Опис навчальної дисципліни

*Таблиця 1*

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітня програма, освітній ступінь	Характеристика навчальної дисципліни
		денна /заочна форма навчання
Кількість кредитів 3	02 «Культура і мистецтво»  025 «Музичне мистецтво» «Музичне мистецтво»	нормативна
Модулів 3	«Магістр»	Рік підготовки 5
Змістових модулів 2		Семестр 10
ІНДЗ: є		Лекції 20 год.
Загальна кількість годин 90		Практичні 10 год.
Тижневих годин (для денної форми навчання):		Самостійна робота 54 год.
Аудиторних 1,5 самостійної роботи 3 консультації 0,3		Консультації 6 год.
		Форма контролю: екзамен

## 2. Мета та завдання навчальної дисципліни

**Метою** викладання навчальної дисципліни «Мистецький менеджмент і маркетинг» є вивчення основ управління культурними процесами і творчо-виробничої діяльності в арт-бізнесі, так і вивчення основ менеджмента і підприємництва в мистецькій сфері.

**Основними завданнями** вивчення дисципліни «Мистецький менеджмент і маркетинг» є: розширення знань в галузі управління арт-культурою; засвоєння особливостей розвитку мистецького менеджменту в сучасній Україні; визначення специфічних ознак українського арт-бізнесу; ознайомлення з організацією та проведенням різноманітних арт-проектів.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні:

### *знати:*

- закономірності розвитку управлінської діяльності в арт-культурі на сучасному етапі;
- сутність основних теоретичних понять та категорій мистецького менеджменту і маркетингу сучасності;
- методи організації та проведення арт-бізнесових проектів;

### *вміти:*

- розуміти систему адміністративних методів керівництва арт-культурою;
- визначати специфіку розвитку мистецького менеджменту і маркетингу в сучасній Україні;
- володіти методами організації та проведення арт-бізнесових проектів.

На вивчення навчальної дисципліни відводиться 90 годин / 3 кредити ECTS.

## 3. Інформаційний обсяг навчальної дисципліни

### **Змістовий модуль 1. Основи мистецького менеджменту і маркетингу**

**Тема 1. Сутність, значення та особливості розвитку мистецького менеджменту і маркетингу**

Предмет, об'єкт, суб'єкт мистецького менеджменту і маркетингу. Поняття арт-менеджменту. Історія розвитку мистецького менеджменту і маркетингу. Мистецькі організації як об'єкти управління.

**Тема 2. Види і зміст управлінської діяльності у мистецькій сфері**

Функції і технології мистецького менеджменту і маркетингу.

Функції і технологія мистецького менеджменту і маркетингу.

Планування як загальна функція мистецького менеджменту і маркетингу.

Організування як загальна функція мистецького менеджменту і маркетингу.

Мотивування як загальна функція мистецького менеджменту і маркетингу.

Контролювання як загальна функція мистецького менеджменту і маркетингу.

Регулювання як загальна функція мистецького менеджменту і маркетингу.

## **Змістовий модуль 2. Шоу – бізнес як явище культури**

### **Тема 3. Історія шоу – бізнесу в Україні**

Розвиток мистецтва в Україні до 1991 року.

Мистецтво України в 1991 – 1994 роках .

Період становлення в 1994 – 1997 роках..

Розвиток шоу - бізнесу з 1997 року.

### **Тема 4. Маркетинг у шоу - бізнесі**

Значення терміну маркетинг

Функції маркетингу

Методи аналізу та сегментація ринку

Інформаційна база маркетингу

### **Тема 5. Організація та проведення шоу – бізнесових проєктів**

Концертно – гастрольна діяльність

Мистецькі фестивалі та конкурси

Презентації шоу – програм

#### 4. Структура навчальної дисципліни

Структура навчальної дисципліни представляється у вигляді таблиці 2.

Таблиця 2

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин				
	Усього	у тому числі			
		Лек.	Практ.	Конс.	Сам. роб.
1	2	3	4	5	6
<b>Змістовий модуль 1. Основи мистецького менеджменту і маркетингу</b>					
Тема 1. Сутність, значення та особливості розвитку мистецького менеджменту і маркетингу	8	4			4
Тема 2. Види і зміст управлінської діяльності	10	4		2	4
Разом за змістовим модулем 1	18	8		2	8
<b>Змістовий модуль 2. Шоу – бізнес як явище культури</b>					
Тема 3. Історія шоу – бізнесу в Україні	16	4		2	10
Тема 4. Маркетинг у шоу - бізнесі	16	4		2	10
Тема 5. Організація та проведення шоу – бізнесових проектів	40	4	10		26
Разом за змістовим модулем 2	72	12	10	4	46
<b>Усього годин</b>	<b>90</b>	<b>20</b>	<b>10</b>	<b>6</b>	<b>54</b>

#### 5. Теми практичних (семінарських) / занять

№ з/п	Тема	Кількість годин
1.	Тема 5. Організація та проведення шоу – бізнесових проектів Питання: 1. Концертно – гастрольна діяльність 2. Мистецькі фестивалі та конкурси 3. Презентації шоу - програм	10
	<b>Разом</b>	<b>10</b>

## 6. Індивідуальні завдання (ІНДЗ)

По закінченні курсу «Музичного менеджменту і маркетингу» студент повинен самостійно розробити проект організації та проведення арт-фестивалів, конкурсів, презентацій, шоу – програм та ін.

### 6. Методи навчання

Методи навчання: аналітичний, синтетичний, аналітико-синтетичний, індуктивний, дедуктивний, традуктивний.

Словесні: розповідь, пояснення, бесіда (репродуктивна, евристична, вступна, поточна, підсумкова), лекція, інструктаж (вступний, поточний, підсумковий);

наочні: демонстрація, ілюстрація, спостереження, презентація;

практичні: практична робота, вправи (творчі, усні), письмові завдання.

### 7. Форма підсумкового контролю успішності навчання: екзамен

8. Методи та засоби діагностики успішності навчання: усне опитування, письмові роботи, контрольні роботи, самостійні роботи, виконання ІНДЗ, залік.

## 9. Розподіл балів, які отримують студенти

Таблиця 4

Поточний контроль (маx = 40 балів)					Модульний контроль (маx = 60 балів)	Загальн а кількіс ть балів	
Модуль 1			Модуль 2		Модуль 3	100	
Змістовий модуль 1		Змістовий модуль 2			ІНДЗ		МКР 1
T 1	T 2	T 3	T 4	T 5	30 питань x 2 = 60 балів		
5	5	5	5	10			60

## Критерії оцінювання відповідей на семінарських заняттях

**4 – 5 (7 – 10) балів** – студент вірно засвоїв теми, висвітлив зміст основних понять, продемонстрував здатність вільно оперувати теоретичними категоріями, узагальнювати та аналізувати матеріал;

**3 (4 – 6) бали** – 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 – 2 (1 – 3) бали** – 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 кожен правильну відповідь – 2 бали.



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

### **Шкала оцінювання (національна та ECTS)**

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсової роботи (проекту), практики	для заліку
90 – 100	A	Відмінно	Зараховано
82 – 89	B	Добре	
75 - 81	C		
67 -74	D	Задовільно	
60 - 66	E		
1 – 59	Fx	Незадовільно	Незараховано (з можливістю повторного складання)

### **10. Методичне забезпечення**

1.Музичний менеджмент і маркетинг: Робоча навчальна програма / Уклад. Л.П. Ігнатова. – Волинський національний університет ім. Лесі Українки, 2012. – 18 с.

### **11. Список джерел**

#### **Основна література**

1. Поплавський М.М. Менеджер культури : Підручник / М.М. Поплавський. – К.: МП „Леся”, 1996. – 416 с.
2. Поплавський М.М. Азбука Публік Рілейшзн: Підручник / М.М. Поплавський. – К., 1997. – 320с.
3. Поплавський М.М. Менеджер шоу-бізнесу: Підручник / М.М. Поплавський. – К., 1999. – 560 с.
4. Тульчинський Г.Л. Менеджмент в сфері культури / Г.Л. Тульчинский. – СПб.: Издательство «Лань», 2001. – 384 с.

#### **Додаткова література**

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

#### **Інтернет-ресурси**

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