



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ У МИСТЕЦТВІ»

напрямок підготовки 02 «Культура і мистецтво»

спеціальність 022 «Дизайн»

освітня програма Дизайн одягу (взуття)

освітній рівень Перший (бакалаврський)

статус вибіркова

Семестр, в якому викладається дисципліна – VIII

Кількість годин за навчальним планом – 120 годин / 4 кредити ЄКТС

Загальна кількість годин	Лекції	Семінарські	Самостійна робота	Форма підсумкового контролю
120	30	10	80	залік

Викладач кафедри, який забезпечує проведення лекційних занять:

к.і.н. Мельничук Г.Л.

АНОТАЦІЯ КУРСУ

Курс «Менеджмент і маркетинг у мистецтві» відноситься до циклу дисциплін, що формують профіль майбутнього фахівця, забезпечуючи його знаннями з теорії і практики управління та маркетингу в умовах ринкової економіки.

Метою курсу є формування у майбутніх фахівців сучасного управлінського мислення та системи спеціальних знань основ менеджменту і маркетингу загалом, та у мистецькій сфері зокрема; дає розуміння концептуальних основ системного управління мистецькими закладами; набуття умінь аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища; прийняття адекватних управлінських рішень. В результаті вивчення курсу студенти мистецьких

спеціальностей повинні вміти творчо застосовувати отримані знання в процесі прийняття і реалізації управлінських рішень.

Завданням вивчення дисципліни є теоретична підготовка студентів з питань сутності основних понять і категорій менеджменту та маркетингу в мистецтві; системи методів менеджменту; змісту процесів та технології управління; основ планування, організації, мотивації та контролю діяльності; прийняття управлінських рішень; інформаційного забезпечення процесу управління; формування комунікацій та управління групами; керівництва та лідерства; ефективності управління; визначення конкурентоспроможності товару, підвищення ефективності організації та контролю маркетингової діяльності у мистецьких закладах; творчого пошуку напрямів удосконалення маркетингової товарної та цінової політики; політики продажу та просування товарів і продуктів мистецтва.

Компетентності:

Загальні:

ЗК 1. Здатність приймати обґрунтовані рішення в мистецькій діяльності.

ЗК 2. Здатність розробляти мистецькі проекти та управляти ними.

ЗК 3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.

Фахові:

ФК 1. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію мистецького ринкового суб'єкта.

ФК 2. Здатність формулювати цілі особистісного і професійного розвитку та умови їх досягнення, урахуваючи тенденції розвитку галузі професійної діяльності, етапів професійного зростання та індивідуально-особистісних особливостей.

ФК 3. Здатність презентувати дизайнерські проекти на вітчизняних і міжнародних виставках.

ФК 4. Здатність адаптувати творчу діяльність до вимог і умов споживача.

Програмні результати навчання:

ПРН 1. Вміти підвищувати ефективність менеджменту та маркетингової діяльності мистецького ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними. ПРН 2. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні мистецького ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських підходів. ПРН 3. Керувати маркетинговою діяльністю мистецького ринкового суб'єкта, визначати критерії та показники її оцінювання. ПРН 4. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами мистецького ринку.

Зміст дисципліни: **Т.1.** Суть та значення менеджменту в мистецтві. **Т.2.** Методи і функції менеджменту в культурній сфері. **Т.3.** Маркетинг та його особливості в мистецько-культурній сфері. **Т.4.** Загальна характеристика

маркетингу в галузі мистецтва і культури. **Т.5.**Маркетингове середовище закладів мистецтва і культури. **Т.6.**Послуги сфери культури і мистецтва як об'єкт маркетингового просування.

Самостійна робота передбачає уміння аналізувати та оцінювати діяльність компаній і організацій культурної сфери; аналізувати маркетингову діяльність підприємств, порядок вивчення кон'юнктури ринку та проведення маркетингових досліджень у галузі мистецтва.

ОЦІНЮВАННЯ

Розподіл балів, які отримують студенти

Поточне тестування та самостійна робота						Сума
Змістовий модуль №1				Змістовий модуль № 2		
T1	T2	T3	T4	T5	T6	
16	16	16	16	18	18	100

ПОЛІТИКА КУРСУ

- Курс передбачає індивідуальну та групову роботу.
- Середовище в аудиторії є дружнім, творчим, відкритим до конструктивної критики.
- Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін.
- Якщо студент відсутній з поважної причини, він/вона презентує виконані завдання під час консультації викладача.
- Під час роботи над науково-дослідними завданнями та проектами не допустимо порушення академічної доброчесності.
- Презентації та виступи мають бути авторськими оригінальними.