



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ У МИСТЕЦТВІ»

напрямок підготовки 02 «Культура і мистецтво»

спеціальність 022 «Дизайн»

освітня програма Графічний дизайн

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. 4. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК 5. Здатність працювати в команді.

ЗК. 7. Цінування та повага різноманітності та мультикультурності.

Фахові:

ФК1. Здатність володіти фаховою термінологією, теорією і методикою дизайну.

ФК15. Здатність володіти науково-аналітичним апаратом і використовувати професійні знання у практичній та дослідницькій роботі.

ФК 17. Здатність адаптувати творчу діяльність до вимог і умов споживача.

Програмні результати навчання:

ПРН 2. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності). 3

ПРН9. Використовувати знання візуальної комунікації, основ маркетингу, шрифтів, основ композиції для проектування різноманітних об'єктів графічного дизайну (системи візуальної комунікації, пакування, інфографіка, книжкові видання, рекламна продукція).

ПРН11. Уміти працювати індивідуально й організувати колективне виконання дизайнерського проєкту, розуміти професійну бізнес-практику.

ПРН12. Уміти організовувати експозиції, виставки, презентувати твори мистецтва й дизайну, упорядкувати персональне портфоліо.

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 вміння 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.