

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА

КАФЕДРА ОБРАЗОТВОРЧОГО МИСТЕЦТВА



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

АРТ-МЕНЕДЖЕМЕНТ

Галузь знань 02 «Культура і мистецтво»
спеціальність 023 «Образотворче мистецтво,
декоративне мистецтво, реставрація»
Освітній рівень другий (магістерський)


ІНСТИТУТ МИСТЕЦТВ



2017-18 навчальний рік

Розподіл годин звірено з робочим планом.

Структура типова.

Заступник директора з науково-методичної та навчальної роботи  А.О.Таранник

Робоча програма навчальної дисципліни «Арт-менеджмент» для студентів спеціальності 023 «Образотворче мистецтво, декоративне мистецтво, реставрація».

Розробник: Кашшай Олена Степанівна, старший викладач кафедри образотворчого мистецтва Київського університету імені Бориса Грінченка.

Робочу програму схвалено на засіданні кафедри образотворчого мистецтва Інституту мистецтв

Протокол від «06» вересня 2017 року № 1

Завідувач кафедри
образотворчого мистецтва



(підпис)

Ю. В. Романенкова

_____, 2017 рік
_____, 2018 рік

ЗМІСТ

Пояснювальна записка.....	4
I. Опис навчальної дисципліни	6
II. Тематичний план навчальної дисципліни	7
III. Програма курсу	
Змістовний модуль I. Основи арт-менеджменту	8
Змістовний модуль II. Стратегії арт-менеджменту	10
IV. Навчально-методична карта дисципліни	12
V. Плани семінарських занять.....	14
VI. Завдання для самостійної роботи.....	18
Карта самостійної роботи магістра	23
VII. Система поточного і підсумкового контролю знань	24
VIII. Методи навчання	26
IX. Методи контролю	26
X. Методичне забезпечення курсу	26
XI. Рекомендована література	
Основна	27
Додаткова	27

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Мета викладання навчальної дисципліни – знайомство студентів спеціальності 023 «Образотворче мистецтво, декоративне мистецтво, реставрація» з сферою арт-індустрії, характерними рисами сучасного українського арт-ринку в контексті світового досвіду управління у сфері мистецтва. Курс спрямований на формування у студентів теоретичних знань та практичних навичок в сфері арт-менеджменту, які він міг би успішно реалізувати у своїй професійній діяльності.

Впродовж опанування навчальної дисципліни передбачено формування базових компетенцій художника:

художньо-практичної:

- формування базових уявлень про організацію та проведення художнього проекту;
- розуміння сучасних вимог діяльності арт-менеджера, куратора, критика;
- знайомство з комплексом процесів у галузі арт-ринку та арт-менеджменту;
- здатності до самостійної орієнтації у принципах організації та управління художніми та виставковими проектами;
- оволодіння практичними вміннями та навичками організації виставкових проектів.

художньо-творчої:

- вміння орієнтуватися у широкому колі арт-проектів та інтегруватися в них;
- здібність створювати концепції арт-проектів для власної творчої діяльності;
- розуміння взаємозв'язку між арт-ринком та арт-менеджментом, застосування цих знань до власних проектів;
- здатність до самостійного створення подій на арт-ринку та здібність управляти ними;
- оволодіння основами діяльності по створенню успішного арт-проекту.

мистецтвознавчої:

- розуміння специфіки видів образотворчого мистецтва та їх зв'язків між собою для створення гармонійних та якісних арт-проектів;
- здатності до самостійного аналізу та оцінки якості творів образотворчого мистецтва;
- розуміння базових принципів творів образотворчого мистецтва – ідеї, теми, формальних прийомів та ін..
- володіння фаховою термінологією.

Завдання вивчення навчальної дисципліни:

- засвоєння ключових понять і принципів арт-менеджменту;
- знайомство з сучасними вимогами до діяльності арт-менеджера;
- формування уявлення про базові категорії ринку та ринкових відносин в арт-індустрії;
- розвиток самостійного сприйняття процесів українського арт-бізнесу;

- оволодіння практичними вміннями та навичками організації подій в сфері мистецтва.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен знати:

- сучасні тенденції розвитку арт-ринку;
- основні принципи діяльності арт-менеджера;
- основи діяльності зі створення комерційно успішного арт-проекту;
- способи просування мистецького продукту на ринок.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен вміти:

- орієнтуватися у функціонуванні сучасного арт-ринку;
- орієнтуватися у спеціальній літературі, присвяченій управлінню в сфері мистецтва;
- логічно репрезентувати освоєний матеріал з арт-менеджменту;
- орієнтуватися у етапах створення творчого проекту;
- створювати успішний імідж установи засобами PR.

Навчальний матеріал дисципліни структурований за модульним принципом і складається з двох навчальних модулів.

Курс призначений для студентів другого освітнього рівня («магістерського»), розрахований на 2 семестри (шостий курс), складається з 150 годин, тобто 5 кредитів ECTS, з яких 40 годин – аудиторні, з них 20 – лекційні, 20 – практичні, 10 годин відведені для модульного контролю, 100 – розраховані на самостійне закріплення студентами отриманих знань. Курс передбачає 2 змістові модулі.

СТРУКТУРА ПРОГРАМИ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«АРТ-МЕНЕДЖЕМЕНТ»

I. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників		Галузь знань, спеціальність, освітній рівень	Характеристика навчальної дисципліни (денна форма навчання)	
11 семестр	12 семестр	Шифр та назва галузі знань 02 «Культура і мистецтво» Шифр та назва спеціальності 023 «Образотворче мистецтво, декоративне мистецтво, реставрація» (за видами) Освітній рівень перший (магістерський)	варіативна	
Кількість кредитів, відповідних ECTS:			Рік підготовки: 6-й	
3	2		11 семестр	12 семестр
Змістових модулів:			Аудиторні заняття:	
1	1		24 год.	16 год.
Загальна кількість годин:			Лекції:	
90	60		12 год.	8 год.
Тижневих годин для			Практичні:	
Аудиторних:			12 год.	8 год.
2	2		Самостійна робота:	
			60 год.	40 год.
			Модульний контроль:	
		6 год.	4 год.	
		Семестровий контроль:		
		-	-	
		Форма контролю:		
		-	залік	

II. ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

№ п/п	Назви теоретичних розділів	Кількість годин					
		Разом	Аудиторних	Лекцій	Практичні заняття	Самостійна робота	Модульний контроль
Змістовий модуль I. Основи арт-менеджменту							
1	Вступ. Арт-ринок: загальна характеристика, історія виникнення та формування в Європі	14	4	2	2	10	
2	Арт-ринок в Україні: етапи формування, загальна характеристика, регіональна специфіка	14	4	2	2	10	
3	Спеціальні події в сфері арт-бізнесу: види, характеристики, специфіка організації	14	4	2	2	10	
4	Проведення спеціальних подій. Оцінювання ефективності спеціальних подій	14	4	2	2	10	
5	Культура і маркетинг, взаємоз'язок та управління	10	4	2	2	10	
6	Формування стратегії управління в сфері арт-бізнесу	10	4	2	2	10	
7	Модульна контрольна робота	6					6
	Разом	90	24	12	12	60	6
Змістовий модуль II. Стратегії арт-менеджменту							
1	Корпоративні мистецькі зібрання та їх важливість для розвитку культури	10	4	2	2	10	
2	Технології фандрейзінгу в сфері культури	12	4	2	2	10	
3	PR в арт-бізнесі	12	4	2	2	10	
4	Механізми ціноутворення на арт-ринку	12	4	2	2	10	
5	Модульна контрольна робота	4					4
	Разом	60	16	8	8	40	4
	Разом за навчальним планом	150	40	20	20	100	10

III. ПРОГРАМА

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ I. ОСНОВИ АРТ-МЕНЕДЖМЕНТУ

Тема 1. Вступ. Арт-ринок: загальна характеристика, історія виникнення та формування в Європі (4 год.)

Теоретична частина. Вступ до дисципліни.

Загальна характеристика арт-ринку. Соціо-культурна функція арт-ринку у сучасному світі. Формування арт-ринку та спеціальної арт-менеджерської діяльності у XIX ст., розвиток процесу на протязі століття до сьогодення. Сучасна специфіка, взаємоз'язок з ринковими та маркетинговими інструментами. Залежність від умов ринку.

Суб'єкти арт-індустрії. Специфіка діяльності аукціонних домів. Колекціонери / арт-дилери. Куратори, критики, експерти та їх роль в межах сучасного арт-ринку.

Практична частина. Початок роботи по підготовці до художньої виставки – власної чи будь-якого художника. Вибір стратегії. Обговорення тематики, пропозицій щодо об'єктів.

Основні поняття теми: арт-ринок, арт-менеджмент, арт-менеджер, арт-дилер, куратор, експерт.

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [3], [4], [5].

Додаткова: [6], [7], [8], [9].

Тема 2. Арт-ринок в Україні: етапи формування, загальна характеристика, регіональна специфіка (4 год.)

Арт-менеджмент в Україні: специфічні риси становлення і розвитку в умовах Незалежності. Українські оператори арт-ринку: галереї, аукціонні дома, колекціонери, експерти. Провідні тенденції на антикварному ринку та ринку сучасного мистецтва. Арт-ринок під час кризи. Інвестиції у твори мистецтва. Сьогоднішні умови розвитку арт-ринку. Інтеграція українського арт-ринку до європейського. Вплив європейських тенденцій на розвиток українського арт-ринку.

Практична частина. Обговорення можливих площадок для експонування: пошук інформації, умов експонування, обговорення спеціалізації галерей, вибір оптимальної площадки.

Основні поняття теми: арт-ринок в Україні, арт-менеджмент в Україні, колекціонери, арт-дилери, куратори, критики, експерти, аукціони України.

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [3], [4], [5].

Додаткова: [6], [7], [8], [9].

Тема 3. Спеціальні події в сфері арт-бізнесу: види, характеристики, специфіка організації (4 год.)

Теоретична частина. Поняття та види спеціальних подій в сфері арт-бізнесу. Їх характеристики та специфіка застосування в умовах арт-ринку.

Аукціони, ярмарки, виставки, презентації. Вимоги до підготовки та організації спеціальних подій. Визначення алгоритму створення ефективної події.

Практична частина. Вибір та обговорення оптимального формату проведення виставки, враховуючи специфіку виставки та творів.

Основні поняття теми: виставка, аукціон, проект, презентація, види аукціонів, благодійний аукціон, аукціоніст, помічники аукціоніста, галерист.

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [3], [4], [5].

Додаткова: [6], [7], [8], [9].

Тема 4. Проведення спеціальних подій. Оцінювання ефективності спеціальних подій (4 год.)

Написання проекту. Пошук партнерів. Пошук фінансування. Підготовка інформації. Пошук зали. Рекламне та інформаційне забезпечення. Технічне забезпечення. Розсилка запрошень. Підготовка та проведення виставки.

Підготовка аукціону. Формування ідеї. Пошук партнерів. Пошук фінансування. Підготовка інформації. Пошук зали. Рекламне та інформаційне забезпечення. Технічне забезпечення. Розсилка запрошень. Підготовка та проведення. Реєстрація учасників. Торги. Оформлення аукціонної угоди. Підсумки. Оцінювання думки учасників аукціону.

Аналіз публікацій у соціальних мережах. Спостереження за учасниками у процесі аукціону. Аналіз кількості учасників. Обговорення правильності вибору лотів. Фінансова складова.

Практична частина. Написання проекту щодо виставки, підготовка інформації для медіа та клієнтів. Обговорення необхідного технічного забезпечення.

Основні поняття теми: виставка, аукціон, етапи проведення виставки та аукціону, оцінювання ефективності виставки та аукціону.

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [3], [4], [5].

Додаткова: [6], [7], [8], [9].

Тема 5. Культура і маркетинг, взаємоз'язок та управління (4 год.)

Теоретична частина. Арт-діяльність як елемент соціо-культурних процесів. Участь учасників арт-ринку - галерей, експертів, арт-консультантів, фондів, і приватного бізнесу у створенні колекцій різного значення: світового, регіонального, локального. Вплив на розвиток культури в цілому.

Проблеми розвитку духовної культури в умовах становлення ринкової економіки. Продукт культури і його споживча вартість. Регулювання попиту на продукти культурної діяльності.

Проблема комерціалізації культури. Вплив на культурні процеси законів ринку. Результати соціально-культурної діяльності.

Практична частина. З'ясувати та описати які ринкові чинники треба

врахувати при плануванні арт-проекту – власної виставки, виставки третіх осіб.

Основні поняття теми: учасники та оператори арт-ринку, духовна культура, соціально-культурна сфера, продукти культурної діяльності

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [3], [4], [5].

Додаткова: [6], [7], [8], [9].

Тема 6. Формування стратегії управління в сфері арт-бізнесу (4 год.)

Теоретична частина. Розвиток культури в умовах розвитку ринкової економіки. Організаційні структури управління в сфері соціально-культурної сфери. Характеристика арт-менеджменту в рамках соціально-культурної сфери. Стратегія управління в сфері культурних потреб. Формування попиту на продукти культурної діяльності.

Комерційні організації в структурах соціально-культурної сфери та їх класифікація. Некомерційні організації та їх класифікація. Особливості організаційних структур управління в некомерційних структурах соціально-культурної сфери. Благодійні фонди як джерела фінансування діяльності соціально-культурних організацій.

Практична частина. Підготувати перелік пунктів, необхідних у стратегії підготовки до власного арт-проекту, які є обов'язковими.

Основні поняття теми: комерційні організації в сфері арт-бізнесу, некомерційні організації, благодійні фонди, культурні потреби

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [3], [4], [5].

Додаткова: [6], [7], [8], [9].

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ II. СТРАТЕГІЇ АРТ-МЕНЕДЖМЕНТУ

Тема 1. Корпоративні мистецькі зібрання та їх важливість для розвитку культури (4 год.)

Теоретична частина. Участь бізнесу в підтримці культури. Формування корпоративних мистецьких зібрань як частина маркетингової стратегії бізнесу в рамках соціокультурної діяльності. Художні твори та корпоративні колекції як форми інвестицій.

Управління корпоративними зібраннями – специфіка, характеристика. Види та характеристика підтримки культури бізнесом – меценатство, спонсорство, стипендії, премії.

Практична частина. Підготувати письмову роботу про відомі історичні корпоративні колекції та зібрання.

Основні поняття теми: корпоративні мистецькі зібрання, інвестиції в мистецтво, меценатство, спонсорство.

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [3], [4], [5].

Додаткова: [6], [7], [8], [9].

Тема 2. Технології фандрейзінгу в сфері культури (4 год.)

Теоретична частина. Залучення національних та міжнародних культурних фондів та грантодавців. Звернення до місцевих та іноземних комерційних структур. Специфіка пошуку спонсорів. Мотивація спонсорів.

Практична частина. Пошук спонсорської допомоги. Складання листа до потенціального донора. Підготовка презентації.

Основні поняття теми: фандрейзінг, фонди, грантодавці, спонсорська допомога, мотивація спонсора.

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [3], [4], [5].

Додаткова: [6], [7], [8], [9].

Тема 3. PR в арт-бізнесі (4 год.)

Теоретична частина. Визначення цільової аудиторії. Особливості рекламного забезпечення. Взаємозв'язок зі ЗМІ. Інтернет-комунікація в арт-бізнесі. Поширення інформації через соціальні мережі. Брендінг. Специфіка інформаційного забезпечення спеціальних подій.

Практична частина. Обговорення бренду. Робота над створенням друкованої рекламної продукції. Підготовка і розміщення інформації у соціальних мережах. Остаточне визначення формату проведення заходу.

Основні поняття теми: PR, цільова аудиторія, реклама, брендінг.

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [3], [4], [5].

Додаткова: [6], [7], [8], [9].

Тема 4. Механізми ціноутворення на арт-ринку (4 год.)

Теоретична частина. Грошова оцінка творів образотворчого мистецтва. Вплив фактору атрибуції твору на його ринкову оцінку. Комерційна цінність твору. Характеристика чинників ціноутворення на предмети мистецтва: атрибутивні дані, авторство, світове/регіональне значення, оригінал/копія, історія побутування предмета, матеріал і техніка, сюжет, мода. Художня та історична значимість твору. Характеристика цінової політики на українському арт-ринку.

Особливості ціноутворення на антикварному ринку. Критерії оцінювання антикваріату та сучасного мистецтва. Критерії оцінювання творів сучасного мистецтва.

Практична частина. Проводиться аналіз пропозицій та відбір творів, які будуть представлені на виставці. Знайомство з правилами найменування та короткого опису товару. Цінова політика. Оформлення угод з художниками.

Основні поняття теми: ціноутворення, арт-ринок, цінова політика, антикваріат, сучасне мистецтво.

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [3], [4], [5].

Додаткова: [6], [7], [8], [9].

IV. Навчально-методична карта дисципліни «АРТ-МЕНЕДЖМЕНТ»

Всього 150 год., аудиторні заняття – 40 год., з них лекційних - 20 год., практичних – 20 год., самостійна робота – 100 год., модульний контроль – 10 год.

Модулі	ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ I						ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ II			
Назва модуля	ОСНОВИ АРТ-МЕНЕДЖМЕНТУ						СТРАТЕГІЇ АРТ-МЕНЕДЖМЕНТУ			
Бали за модуль	127 балів						93 бали			
Лекції	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4
Теми лекцій	Вступ. Арт-ринок: загальна характеристика, історія виникнення та формування в Європі <i>Відвідування –1 бал</i>	Арт-ринок в Україні: етапи формування, загальна характеристика, регіональна специфіка <i>Відвідування –1 бал</i>	Спеціальні події в сфері арт-бізнесу: види, характеристики, специфіка організації <i>Відвідування –1 бал</i>	Проведення спеціальних подій. Оцінювання ефективності спеціальних подій <i>Відвідування –1 бал</i>	Культура і маркетинг, взаємоз'язок та управління <i>Відвідування –1 бал</i>	Формування стратегії управління в сфері арт-бізнесу <i>Відвідування –1 бал</i>	Корпоративні мистецькі зібрання та їх важливість для розвитку культури <i>Відвідування –1 бал</i>	Технології фандрейзінгу в сфері культури <i>Відвідування –1 бал</i>	PR в арт-бізнесі <i>Відвідування –1 бал</i>	Механізми ціноутворення на арт-ринку <i>Відвідування –1 бал</i>
Теми практичних занять	Вступ. Арт-ринок: загальна характеристика, історія виникнення та формування в Європі <i>(10 балів +1 бал за відвідування)</i>	Арт-ринок в Україні: етапи формування, загальна характеристика, регіональна специфіка <i>(10 балів +1 бал за відвідування)</i>	Спеціальні події в сфері арт-бізнесу: види, характеристики, специфіка організації <i>(10 балів +1 бал за відвідування)</i>	Проведення спеціальних подій. Оцінювання ефективності спеціальних подій <i>(10 балів +1 бал за відвідування)</i>	Культура і маркетинг, взаємоз'язок та управління <i>(10 балів +1 бал за відвідування)</i>	Формування стратегії управління в сфері арт-бізнесу <i>(10 балів +1 бал за відвідування)</i>	Корпоративні мистецькі зібрання та їх важливість для розвитку культури <i>(10 балів +1 бал за відвідування)</i>	Технології фандрейзінгу в сфері культури <i>(10 балів +1 бал за відвідування)</i>	PR в арт-бізнесі <i>(10 балів +1 бал за відвідування)</i>	Механізми ціноутворення на арт-ринку <i>(10 балів +1 бал за відвідування)</i>
Самостійна робота	Таблиця 6.1 <i>(5 балів)</i>	Таблиця 6.1 <i>(5 балів)</i>	Таблиця 6.1 <i>(5 балів)</i>	Таблиця 6.1 <i>(5 балів)</i>	Таблиця 6.1 <i>(5 балів)</i>	Таблиця 6.1 <i>(5 балів)</i>	Таблиця 6.1 <i>(5 балів)</i>	Таблиця 6.1 <i>(5 балів)</i>	Таблиця 6.1 <i>(5 балів)</i>	Таблиця 6.1 <i>(5 балів)</i>
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота <i>(25 балів)</i>						Модульна контрольна робота <i>(25 балів)</i>			
Підсумковий рейтинговий бал	220 балів (Коефіцієнт визначення успішності – 2,2)									

РОЗПОДІЛ БАЛІВ, ЯКІ ОТРИМУЮТЬ СТУДЕНТИ

Поточне тестування та самостійна робота												Загальна кількість балів без урахування коефіцієнта	Коефіцієнт	Кількість балів з урахуванням коефіцієнта
ЗМ №1						ЗМ №2								
T1	T2	T3	T4	T5	T6	МКР	T1	T2	T3	T4	МКР	220	2,2	100
17	17	17	17	17	17	25	17	17	17	17	25			
127						93								

V. ПЛАНИ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ І. ОСНОВИ АРТ-МЕНЕДЖМЕНТУ

Тема 1. Вступ. Арт-ринок: загальна характеристика, історія виникнення та формування в Європі (2 год.)

- Загальна характеристика арт-ринку.
- Соціо-культурна функція арт-ринку у сучасному світі.
- Формування арт-ринку та спеціальної арт-менеджерської діяльності у XIX ст., розвиток процесу на протязі століття до сьогодення.
- Сучасна специфіка, взаємоз'язок з ринковими та маркетинговими інструментами. Залежність від умов ринку.
- Суб'єкти арт-індустрії. Специфіка діяльності аукціонних домів. Колекціонери / арт-дилери. Куратори, критики, експерти та їх роль в межах сучасного арт-ринку.

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [3], [4], [5].

Додаткова: [6], [7], [8], [9].

Тема 2. Арт-ринок в Україні: етапи формування, загальна характеристика, регіональна специфіка (2 год.)

- Арт-менеджмент в Україні: специфічні риси становлення і розвитку в умовах Незалежності.
- Українські оператори арт-ринку: галереї, аукціонні дома, колекціонери, експерти.
- Провідні тенденції на антикварному ринку та ринку сучасного мистецтва.
- Арт-ринок під час кризи. Інвестиції у твори мистецтва.
- Сьогоденні умови розвитку арт-ринку. Інтеграція українського арт-ринку до європейського. Вплив європейських тенденцій на розвиток українського арт-ринку.

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [3], [4], [5].

Додаткова: [6], [7], [8], [9].

Тема 3. Спеціальні події в сфері арт-бізнесу: види, характеристики, специфіка організації (2 год.)

Поняття та види спеціальних подій в сфері арт-бізнесу. Їх характеристики та специфіка застосування в умовах арт-ринку.

Аукціони, ярмарки, виставки, презентації.

Вимоги до підготовки та організації спеціальних подій. Визначення алгоритму створення ефективної події.

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [3], [4], [5].

Додаткова: [6], [7], [8], [9].

Тема 4. Проведення спеціальних подій. Оцінювання ефективності спеціальних подій (2 год.)

- Написання проекту по організації виставки
- Підготовка та проведення виставки.
- Підготовка аукціону. Формування ідеї. Написання проекту по організації аукціону
- Підготовка та проведення аукціону
- Аналіз публікацій

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [3], [4], [5].

Додаткова: [6], [7], [8], [9].

Тема 5. Культура і маркетинг, взаємоз'язок та управління (2 год.)

- Арт-діяльність як елемент соціо-культурних процесів.
- Продукт культури і його споживча вартість.
- Регулювання попиту на продукти культурної діяльності.
- Проблема комерціалізації культури.
- Вплив на культурні процеси законів ринку.
- Результати соціально-культурної діяльності.

Рекомендована література: :

Основна: [1], [2], [3], [4], [5].

Додаткова: [6], [7], [8], [9].

Тема 6. Формування стратегії управління в сфері арт-бізнесу (2 год.)

- Розвиток культури в умовах розвитку ринкової економіки.
- Стратегія управління в сфері культурних потреб.
- Формування попиту на продукти культурної діяльності.
- Комерційні організації в структурах соціально-культурної сфери та їх класифікація.
- Некомерційні організації та їх класифікація.
- Благодійні фонди як джерела фінансування діяльності соціально-культурних організацій.

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [3], [4], [5].

Додаткова: [6], [7], [8], [9].

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ II. СТРАТЕГІЇ АРТ-МЕНЕДЖМЕНТУ

Тема 1. Корпоративні мистецькі зібрання та їх важливість для розвитку культури (2 год.)

- Участь бізнесу в підтримці культури.
- Формування корпоративних мистецьких зібрань як частина маркетингової стратегії бізнесу в рамках соціокультурної діяльності.
- Художні твори та корпоративні колекції як форми інвестицій.
- Управління корпоративними зібраннями – специфіка, характеристика.
- Види та характеристика підтримку культури бізнесом – меценатство, спонсорство, стипендії, премії.

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [3], [4], [5].

Додаткова: [6], [7], [8], [9].

Тема 2. Технології фандрейзінгу в сфері культури (2 год.)

- Залучення національних та міжнародних культурних фондів та грантодавців. Звернення до місцевих та іноземних комерційних структур.
- Специфіка пошуку спонсорів.
- Мотивація спонсорів.
- Пошук спонсорської допомоги у сфері арт-бізнесу.

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [3], [4], [5].

Додаткова: [6], [7], [8], [9].

Тема 3. PR в арт-бізнесі (2 год.)

- Визначення цільової аудиторії.
- Особливості рекламного забезпечення.
- Взаємозв'язок зі ЗМІ.
- Інтернет-комунікація в арт-бізнесі.
- Поширення інформації через соціальні мережі.
- Брендінг.
- Специфіка інформаційного забезпечення спеціальних подій.
- Визначення формату проведення заходу.

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [3], [4], [5].

Додаткова: [6], [7], [8], [9].

Тема 4. Механізми ціноутворення на арт-ринку (2 год.)

- Грошова оцінка творів образотворчого мистецтва.
- Вплив фактору атрибуції твору на його ринкову оцінку.

- Комерційна цінність твору.
- Характеристика чинників ціноутворення на предмети мистецтва:
- Художня та історична значимість твору.
- Особливості ціноутворення на антикварному ринку.
- Критерії оцінювання творів сучасного мистецтва.

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [3], [4], [5].

Додаткова: [6], [7], [8], [9].

VI. ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ I. ОСНОВИ АРТ-МЕНЕДЖМЕНТУ

Тема 1. Вступ. Арт-ринок: загальна характеристика, історія виникнення та формування в Європі (10 год.)

I. Теоретична частина. Підготовка та захист доповіді за однією з визначених тем:

- Загальна характеристика арт-ринку.
- Соціо-культурна функція арт-ринку у сучасному світі.
- Формування арт-ринку та спеціальної арт-менеджерської діяльності у ХІХ ст., розвиток процесу на протязі століття до сьогодення.
- Сучасна специфіка, взаємоз'язок з ринковими та маркетинговими інструментами. Залежність від умов ринку.
- Суб'єкти арт-індустрії. Специфіка діяльності аукціонних домів. Колекціонери / арт-дилери. Куратори, критики, експерти та їх роль в межах сучасного арт-ринку.

II. Практична частина:

- Створення стислої глосарію з теми

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [3], [4], [5].

Додаткова: [6], [7], [8], [9].

Тема 2. Арт-ринок в Україні: етапи формування, загальна характеристика, регіональна специфіка (10 год.)

I. Теоретична частина. Підготовка та захист доповіді за однією з визначених тем:

- Арт-менеджмент в Україні: специфічні риси становлення і розвитку в умовах Незалежності.
- Українські оператори арт-ринку: галереї, аукціонні дома, колекціонери, експерти.
- Провідні тенденції на антикварному ринку та ринку сучасного мистецтва.
- Арт-ринок під час кризи. Інвестиції у твори мистецтва.
- Сьогоднішні умови розвитку арт-ринку. Інтеграція українського арт-ринку до європейського. Вплив європейських тенденцій на розвиток українського арт-ринку.

II. Практична частина:

- Проаналізувати ситуацію на українському арт-ринку

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [3], [4], [5].

Додаткова: [6], [7], [8], [9].

Тема 3. Спеціальні події в сфері арт-бізнесу: види, характеристики, специфіка організації (10 год.)

- I. Теоретична частина. Підготовка та захист доповіді за однією з визначених тем:
- Поняття та види спеціальних подій в сфері арт-бізнесу. Їх характеристики та специфіка застосування в умовах арт-ринку.
 - Аукціони, ярмарки, виставки, презентації.
 - Вимоги до підготовки та організації спеціальних подій. Визначення алгоритму створення ефективною події.

II. Практична частина:

- Проаналізувати українські спеціальні події – аукціон, ярмарку, виставку, презентацію.

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [3], [4], [5].

Додаткова: [6], [7], [8], [9].

Тема 4. Проведення спеціальних подій. Оцінювання ефективності спеціальних подій(10 год.)

- I. Теоретична частина. Підготовка та захист доповіді за однією з визначених тем:

- Написання проекту по організації виставки
- Підготовка та проведення виставки.
- Підготовка аукціону. Формування ідеї. Написання проекту по організації аукціону
- Підготовка та проведення аукціону
- Аналіз публікацій

II. Практична частина:

- Написання проекту студентської виставки чи аукціону

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [3], [4], [5].

Додаткова: [6], [7], [8], [9].

Тема 5. Культура і маркетинг, взаємоз'язок та управління (10 год.)

Ознайомитися з статтями про комерційну діяльність музеїв та просвітницьку діяльність комерційних галерей.

- I. Теоретична частина. Підготовка та захист доповіді за однією з визначених тем:

- Написання проекту по організації циклу лекцій в музеї чи галереї
- Підготовка та проведення квесту для відвідувачів в музеї чи на виставці в галереї.
- Підготовка програми дитячих заходів а музеї.

- Підготовка та проведення творчого вечора художника.
 - Аналіз публікацій по темі з викладенням тез.
- II. Практична частина:
- Викласти в письмовій формі варіанти тем та обговорень в рамках просвітницької діяльності музеїв.
- Рекомендована література:**
 Основна: [1], [2], [3], [4], [5].
 Додаткова: [6], [7], [8], [9].

Тема 6. Формування стратегії управління в сфері арт-бізнесу (10 год.)
 Ознайомитися з матеріалами про культурні проекти провідних музеїв та галерей світу.

I. Теоретична частина. Підготовка та захист доповіді за однією з визначених тем:

- Розкрити тему культурних проектів музеїв.
- Розкрити тему культурних проектів галерей.
- Підготовка програми культурного заходу музею.
- Підготовка програми культурного заходу галереї сучасного мистецтва.
- Аналіз публікацій по темі з викладенням тез.

II. Практична частина:

- Викласти в письмовій формі варіанти тем для культурних проектів галерей.

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [3], [4], [5].

Додаткова: [6], [7], [8], [9].

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ II. СТРАТЕГІЇ АРТ-МЕНЕДЖМЕНТУ

Тема 1. Корпоративні мистецькі зібрання та їх важливість для розвитку культури (10 год.)

Ознайомитися з інформацією про мистецькі колекції банків: історія, напрямки, проблеми.

I. Теоретична частина. Підготовка та захист доповіді за однією з визначених тем:

- Описати художню колекцію одного з відомих європейських банків.
- Описати художню колекцію Градобанку.
- Причини колекціонування творів мистецтва банками.
- Орієнтація колекцій творів мистецтва, що належать банкам.

II. Практична частина:

- Викласти в письмовій формі опис художньої колекції відомого банку.

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [3], [4], [5].

Додаткова: [6], [7], [8], [9].

Тема 2. Технології фандрейзінгу в сфері культури (10 год.)

Описати напрямки роботи всіх головних благодійних фондів та інституцій, що фінансово підтримують розвиток мистецтва в Україні.

I. Теоретична частина. Підготовка та захист доповіді за однією з визначених тем:

- Благодійні фонди та інституції, що фінансово підтримують розвиток мистецтва в Україні.
- Спеціалізація благодійних фондів та інституцій, що фінансово підтримують розвиток мистецтва в Україні.
- Фонди, що надають фінансову підтримку художникам – локації, резиденції, виставки, пленери.
- Фонди, що надають підтримку розвитку культурних проєктів в Україні.

II. Практична частина:

- Детально описати в письмовій формі головні напрямки роботи відомих благодійних фондів та інституцій в Україні.

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [3], [4], [5].

Додаткова: [6], [7], [8], [9].

Тема 3. PR в арт-бізнесі (10 год.)

Ознайомитися з інформацією про PR підтримку діяльності головних музеїв Європи.

I. Теоретична частина. Підготовка та захист доповіді за однією з визначених тем:

- PR в музеях України.
- Які можливості PR-діяльності у підтримці музеїв країни на вітчизняному арт-ринку.
- Специфіка PR-діяльності у сфері мистецтва.
- Найкращі PR акції на вітчизняному арт-ринку.

II. Практична частина:

- Описати в письмовій формі відомі українські PR акції підтримки вітчизняних музеїв бізнесом.

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [3], [4], [5].

Додаткова: [6], [7], [8], [9].

Тема 4.Механізми ціноутворення на арт-ринку (10 год.)

Описати процеси ціноутворення на роботи художників.

I. Теоретична частина. Підготовка та захист доповіді за однією з визначених тем:

- Процеси ціноутворення на арт-ринку.
- Етапи утворення ціни на арт-предмети.
- Інструменти утворення ціни на арт-предмети.
- Залежність ціноутворення на картини від умов ринку та економічної ситуації.

II. Практична частина:

- Описати як утворюються в Україні ціни на твори художників другої половини ХХ ст.

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [3], [4], [5].

Додаткова: [6], [7], [8], [9].

Таблиця 6.1

**КАРТА САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ МАГІСТРА
з дисципліни «АРТ-МЕНЕДЖМЕНТ»**

Змістовий модуль та теми курсу	Кількість годин	Академічний контроль	Бали
Змістовий модуль I. Основи арт-менеджменту			
Тема 1. Вступ. Арт-ринок: загальна характеристика, історія виникнення та формування в Європі	10	Практичне заняття	5
Тема 2. Арт-ринок в Україні: етапи формування, загальна характеристика, регіональна специфіка	10	Практичне заняття	5
Тема 3. Спеціальні події в сфері арт-бізнесу: види, характеристики, специфіка організації	10	Практичне заняття	5
Тема 4. Проведення спеціальних подій. Оцінювання ефективності спеціальних подій	10	Практичне заняття	5
Тема 5. Культура і маркетинг, взаємоз'язок та управління	10	Практичне заняття	5
Тема 6. Формування стратегії управління в сфері арт-бізнесу	10	Практичне заняття	5
Разом годин:	60	Разом балів:	30
Змістовий модуль II. Стратегії арт-менеджменту			
Тема 1. Корпоративні мистецькі зібрання та їх важливість для розвитку культури	10	Практичне заняття	5
Тема 2. Технології фандрейзінгу в сфері культури	10	Практичне заняття	5
Тема 3. PR в арт-бізнесі	10	Практичне заняття	5
Тема 4. Механізми ціноутворення на арт-ринку	10	Практичне заняття	5
Разом годин:	40	Разом балів:	20

VII. СИСТЕМА ПОТОЧНОГО ТА ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ ЗНАТЬ

Навчальні досягнення студентів із дисципліни «Арт-менеджмент» оцінюються за модульно-рейтинговою системою, в основу якої покладено принцип поопераційної звітності, обов'язковості модульного контролю, накопичувальної системи оцінювання рівня знань, умінь та навичок; розширення кількості підсумкових балів до 100.

Контроль успішності студентів з урахуванням поточного і підсумкового оцінювання здійснюється відповідно до навчально-методичної карти (п. IV), де зазначено види й терміни контролю. Систему рейтингових балів для різних видів контролю та порядок їх переведення подано у табл. 7.1.-7.2.

Таблиця 7.1

Розрахунок рейтингових балів за видами поточного (модульного) контролю

№	Вид діяльності	Максим. кількість балів за одиницю	ЗМ №1		ЗМ №2	
			К-сть один.	Всього балів	К-сть один.	Всього балів
1	Відвідування лекцій	1	6	6	4	4
2	Відвідування практичних занять	1	6	6	4	4
3	Робота на практичному занятті	10	6	60	4	40
4	Виконання завдання для самостійної роботи	5	6	30	4	20
5	МКР	25	1	25	1	25
Максимальна кількість балів за модуль			127		93	
Максимальна кількість балів (поточний контроль)			124			
Коефіцієнт визначення успішності			2,07			
Максимальна кількість балів з урахуванням коефіцієнта без екзамену			60			
Екзамен			40			
Підсумковий рейтинговий бал			100			

У процесі оцінювання навчальних досягнень магістрів застосовуються такі методи:

- **Методи усного контролю:** індивідуальне опитування, фронтальне опитування, співбесіда, іспит.
- **Методи письмового контролю:** підсумковий аналіз письмових робіт.
- **Методи самоконтролю:** уміння самостійно оцінювати свої знання, самоаналіз.
- **Представлення письмових робіт.**

Таблиця 7.2

Порядок переведення рейтингових показників успішності

Рейтингова оцінка	Оцінка за шкалою університету	Значення оцінки
A	90-100	<u>Відмінно</u> – відмінний рівень знань (умінь) в межах обов'язкового матеріалу з можливими незначними недоліками.
B	82-89	<u>Дуже добре</u> – достатньо високий рівень знань (умінь) в межах обов'язкового матеріалу без суттєвих (грубих) помилок.
C	75-81	<u>Добре</u> – в цілому добрий рівень знань (умінь) з незначною кількістю помилок
D	69-74	<u>Задовільно</u> – посередній рівень знань (умінь) із значною кількістю недоліків, але достатній для подальшого навчання або професійної діяльності.
E	60-68	<u>Достатньо</u> – мінімально можливий (допустимий) рівень знань (умінь).
FX	35-59	<u>Незадовільно з можливістю повторного складання</u> – незадовільний рівень знань (умінь) з можливістю перескладання за умов належного самостійного доопрацювання.
F	1-34	<u>Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням курсу</u> – достатньо низький рівень знань, що вимагає повторного проходження курсу.

Кожний модуль включає бали за поточну роботу магістра на практичних заняттях, виконання самостійної роботи, модульну контрольну роботу (написання письмового мистецтвознавчого завдання).

Модульний контроль знань та вмінь магістрів здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу модуля.

Кількість балів за роботу з теоретичним матеріалом, на практичних заняттях, під час виконання самостійної та індивідуальної роботи залежить від дотримання таких вимог:

- ✓ своєчасність виконання навчальних завдань;
- ✓ повний обсяг їх виконання;
- ✓ якість виконання навчальних завдань;
- ✓ самостійність виконання;
- ✓ творчий підхід у виконанні завдань;
- ✓ ініціативність у навчальній діяльності.

VIII. МЕТОДИ НАВЧАННЯ

I. Методи організації та здійснення навчально-пізнавальної та творчої діяльності

1) За джерелом інформації:

- *Словесні:* лекція (традиційна, проблемна) з застосуванням комп'ютерних інформаційних технологій, пояснення, розповідь, бесіда.
- *Наочні:* спостереження, ілюстрація, демонстрація.
- *Практичні:* виконання письмових завдань.

2) За логікою передачі і сприймання навчальної інформації: індуктивні, дедуктивні, аналітичні, синтетичні.

3) За ступенем самостійності мислення: репродуктивні, пошукові, дослідницькі.

4) За ступенем керування навчальною діяльністю: під керівництвом викладача; самостійна робота студентів: з книгою; з репродукціями творів; з електронними каталогами та науковими джерелами; з офіційними сайтами музеїв.

II. Методи стимулювання інтересу до навчання і мотивації навчально-пізнавальної діяльності: навчальні дискусії; створення ситуації пізнавальної новизни; створення ситуацій зацікавленості (метод цікавих аналогій тощо).

IX. МЕТОДИ КОНТРОЛЮ

У процесі оцінювання навчальних досягнень студентів застосовуються такі методи:

- методи усного контролю: індивідуальне опитування, фронтальне опитування, співбесіда; екзамен.
- методи письмового контролю: МКР.
- методи практичного контролю: творча розробка.
- методи самоконтролю: самоаналіз, самооцінка.

X. МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КУРСУ

- ✓ опорні конспекти лекцій;
- ✓ робоча навчальна програма;
- ✓ навчальні посібники з дисципліни;
- ✓ електронна бібліотека з дисципліни
- ✓ каталоги виставок.

XI. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА:

Основна:

1. Аванесова Г. А. Культурно-досуговая деятельность : теория и практика организации: учебное пособие для студентов высших учебных заведений по специальности 100103 «Социально-культурный сервис и туризм» [Текст] / Г. А. Аванесова. – М. : Аспект-Пресс, 2006. – 235 с.*
2. Макарова Е. А. Теория и технологии арт-менеджмента : науч.-метод. пособие [Текст] / Е. А. Макарова. – Минск : ГУО «Институт культуры Беларуси», 2013. – 131 с.*
3. Новикова Г. Н. Технологии арт-менеджмента : Учеб. пособие [Текст] / Г. Н. Новикова – Москва : МГУКИ, 2006. – 178 с.*
4. Павліченко Н.В. Художній ринок Києва (кінець ХІХ - початок ХХІ століть): особливості функціонування та типологічні характеристики [Текст] : дис. ... канд. культурології : 26.00.01 / Н. В. Павліченко : Нац. муз. акад. України ім. П. І. Чайковського. – Київ, 2017. – 254 с.*
5. Федотова Н. Г. Менеджмент в сфере культуры: учеб. пособие [Текст]/ Н. Г. Федотова : НовГУ им. Ярослава Мудрого. – Великий Новгород, 2015. – 282 с.*

Додаткова

6. Костылев С. В. Арт-менеджмент как комплексная система управленческой деятельности в области культуры, искусства и образования [Текст] / С. В. Костильов // Соврем. проблемы науки и образования. – 2014. – № 1. – С. 424–426.
7. Морозова О. Ф. Менеджмент і арт-менеджмент: грані концептуальної взаємодії / О. Ф. Морозова, О. А. Ноздренко, Л. Н. Жуковська, С. В. Костильов // Економічний часопис–ХХІ. – 2016. – № 158. – С. 61–66.
8. Платонов М. Ю. Арт-менеджмент: предмет и границы дисциплины [Текст] / М. Ю. Платонов // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2015. – № 6. – С. 61–68 : табл. – (Методология и инструментарий управления). - Библиогр.: с. 68 (2 назв.)
9. Татарнікова А. А. Технології арт-менеджменту та їх роль у модернізації професійної підготовки кадрів для сфери культури й мистецтва [Текст]/ А. А. Татарнікова // Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології. – 2015. – № 6. – С. 381–388.

* Видання, помічені знаком «*», наявні в ресурсному центрі кафедри образотворчого мистецтва (електронна бібліотека)