

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
ФАКУЛЬТЕТ ОБРАЗОТВОРЧОГО МИСТЕЦТВА І ДИЗАЙНУ
КАФЕДРА ОБРАЗОТВОРЧОГО МИСТЕЦТВА

«ЗАТВЕРДЖУЮ»
Проректор
з науково-методичної та навчальної роботи

Олексій ЖИЛЬЦОВ
« » 2022 р.



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

АРТ-МЕНЕДЖМЕНТ ТА
ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА ВЛАСНІСТЬ В ГАЛУЗІ

для здобувачів вищої освіти зі спеціальності 023 «Образотворче мистецтво,
декоративне мистецтво, реставрація»
освітнього рівня другого (магістерського)
освітньої програми 023.00.01 «Образотворче мистецтво»

Київ – 2022

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
Ідентифікаційний код 02136554
Начальник відділу
моніторингу якості освіти

Програма № 2192/22
Жильцов
(підпис) (прізвище, ініціали)

« » 2022

Розробник: Коновалова О.В., доцент кафедри образотворчого мистецтва Факультету образотворчого мистецтва і дизайну Київського університету імені Бориса Грінченка

Викладач: Коновалова О.В., доцент кафедри образотворчого мистецтва Факультету образотворчого мистецтва і дизайну Київського університету імені Бориса Грінченка


Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри образотворчого мистецтва Факультету образотворчого мистецтва і дизайну Київського університету імені Бориса Грінченка.

Протокол № 2 від «17» серпня 2022 р.

Завідувач кафедри образотворчого мистецтва  Ольга ШКОЛЬНА

Робочу програму погоджено з гарантом освітньо-професійної програми 023.00.01 «Образотворче мистецтво»

«___» _____ 2022 р.

Гарант освітньо-професійної програми 023.00.01 «Образотворче мистецтво»  Вероніка ЗАЙЦЕВА

Робочу програму перевірено
«___» _____ 2022 р.

Заступник декана з науково-методичної та навчальної роботи  Алла ТАРАННИК

Пролонговано:

На 20__/20__ н.р. _____ (підпис) (_____) (ПІБ), «___» ___ 20__ р., протокол № ___

На 20__/20__ н.р. _____ (підпис) (_____) (ПІБ), «___» ___ 20__ р., протокол № ___

На 20__/20__ н.р. _____ (підпис) (_____) (ПІБ), «___» ___ 20__ р., протокол № ___

На 20__/20__ н.р. _____ (підпис) (_____) (ПІБ), «___» ___ 20__ р., протокол № ___

1. ОПИС ПРЕДМЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання	
	денна	заочна
Вид дисципліни	обов'язкова	
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська	
Загальний обсяг кредитів/годин	4/120	
Курс	6	
Семестр	11	-
Кількість змістовних модулів	1	
Обсяг кредитів	2	-
Обсяг годин, в тому числі:	60	-
Аудиторні	16	-
Модульний контроль	4	-
Семестровий контроль	-	-
Самостійна робота	40	-
Форма семестрового контролю	залік	-

2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Мета викладання навчальної дисципліни – оволодіння здобувачами спеціальності 023 «Образотворче мистецтво, декоративне мистецтво, реставрація» базовими знаннями про специфіку сфери арт-індустрії, розуміння характерних рис сучасного українського арт-ринку в контексті світового досвіду управління у сфері мистецтва. Курс спрямований на формування у здобувачів теоретичних знань та практичних навичок в сфері арт-менеджменту, які він міг би успішно реалізувати у своїй професійній діяльності.

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 відповідно до освітньо-професійної програми спеціальності формуються загальні та фахові компетентності:

- ЗК 2 Вміння виявляти, ставити та розв'язувати проблеми.
- ЗК 3 Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).
- ЗК 5 Здатність розробляти та керувати проектами.
- СК 5 Здатність забезпечити захист інтелектуальної власності на твори образотворчого та/або декоративного мистецтва.

- СК 6 Здатність формувати мистецькі концепції на підставі проведення дослідження тих чи інших аспектів художньої творчості.

3. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ЗА ДИСЦИПЛІНОЮ

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач повинен

знати:

- сучасні тенденції розвитку арт-ринку;
- специфіку та особливості арт-ринку, його відмінності від інших комерційно орієнтованих видів діяльності;
- основні принципи діяльності арт-ринку, його елементи та структури;
- характеристики та поле відповідальності фахівця з арт-менеджменту;
- основи діяльності зі створення комерційно успішного арт-проекту;
- способи просування мистецького продукту на ринок.

вміти:

- розбиратися у елементах функціонування сучасного арт-ринку;
- відшукати спеціальну літературу, присвячену управлінню в сфері мистецтва;
- логічно репрезентувати засвоєний матеріал з арт-менеджменту, розбиратися в термінології, пояснювати характеристики елементів арт-ринку;
- створювати та послідовно виконувати творчі арт-проекти;
- формувати успішний імідж установи/галереї чи проекту засобами PR.

Результати навчання:

- РН 4 Представляти формотворчі мистецькі засоби як відображення історичних, соціокультурних, економічних і технологічних етапів розвитку суспільства.
- РН 5 Критично осмислювати теорії, принципи, методи та поняття з різних предметних галузей для розв'язання завдань і проблем у галузі образотворчого та/або декоративного мистецтва.
- РН 7 Володіти фаховою термінологією, науково-аналітичним апаратом, проводити аналіз та систематизацію фактологічного матеріалу та методикою проведення наукових досліджень.
- РН 8 Визначати мету, завдання та етапи мистецької, реставраційної, дослідницької та освітньої діяльності, сприяти оптимальним соціально-психологічним умовам для якісного виконання роботи.
- РН 9 Володіти базовими методиками захисту інтелектуальної власності; застосовувати правила оформлення прав інтелектуальної власності.
- РН 10 Застосовувати у мистецькій та дослідницькій діяльності знання естетичних проблем образотворчого мистецтва, декоративного мистецтва, реставрації, основних принципів розвитку сучасного візуального мистецтва.
- РН 12 Представляти результати діяльності у науковому та професійному середовищі в Україні та у міжнародному професійному середовищі.

- РН 13 Вибудувати якісну та розгалужену систему комунікацій, представляти результати діяльності у вітчизняному та зарубіжному науковому і професійному середовищі.
- РН 14 Застосовувати методологію наукових досліджень у процесі теоретичного і практичного аналізу; дотримуватися принципів академічної доброчесності; узагальнювати результати дослідження та впроваджувати їх у мистецьку практику; виявляти практичні та теоретичні особливості наукової гіпотези.
- РН 15 Планувати професійну діяльність у сфері образотворчого і декоративного мистецтва, реставрації відповідно до потреб і запитів суспільства та ринку.

4. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Тематичний план для денної форми навчання

Тематичний план для денної форми навчання

Назва змістових модулів, тем	Усього	Розподіл годин між видами робіт					Самостійна
		Аудиторна					
		Лекції	Семінари	Практичні	Лабораторні	Індивідуальні	
Змістовий модуль I. МЕНЕДЖМЕНТ КУЛЬТУРНИХ ПРОЕКТІВ							
Тема 1. Арт-менеджмент: специфіка організації культурних проектів в галерейному бізнес, їх управління	14	2	2				10
Тема 2. Арт-інструменти для реалізації творчих проектів. Проведення мистецьких подій. Оцінювання ефективності	14	2	2				10
Тема 3. Технології фандрейзінгу в сфері культури.	14	2	2				10
Тема 4. PR в арт-бізнесі. Спеціальні події: види, характеристики	14	2	2				10
<i>Модульний контроль</i>	4						
Разом	60	8	8				40
<i>Підготовка та проходження контрольних заходів</i>							
<i>Усього</i>	60	8	8				40

5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ I.

МЕНЕДЖМЕНТ КУЛЬТУРНИХ ПРОЕКТІВ

ТЕМА 1. Арт-менеджмент: специфіка організації культурних проектів в галерейному бізнес, їх управління (4 год.)

Лекція (2 год.). Характеристика та специфіка діяльності в умовах арт-ринку. Поняття «галереї» як одного з головних різновидів в системі арт-бізнесу. Види галерей та їхня спеціалізація в сфері арт-бізнесу.

Виставки, комерційні і некомерційні спеціальні заходи.

Аукціони, ярмарки, виставки, презентації.

Вимоги до підготовки та організації виставок і спеціальних подій.

Визначення алгоритму створення ефективної виставкової події.

Підготовка мистецького проекту.

Реалізація і організація виставки, проекту, заходу.

Формування ідей для виставкових проектів в галереях.

Написання проекту: структура.

Пошук партнерів.

Пошук фінансування.

Підготовка інформації.

Рекламне та інформаційне забезпечення.

Технічне забезпечення. Розсилка запрошень. Підготовка та проведення арт-події. Оцінювання результатів. Аналіз публікацій у соціальних мережах.

Семінарське заняття (2 год.).

Теоретична частина. Підготовка тез виступу на тему: Обговорення різних мистецьких проектів, виявлення їхньої актуальності, проблематики і цілей.

Практична частина. Початок розробки власного проекту із запропонованих до реалізації. Підготовка презентації-доповіді, яка повинна бути виконана в PowerPoint, супроводжуватись текстовими поясненнями, фотографіями творів (не менш ніж 10 сторінок).

- Тема проекту
- Проблема проекту
- Актуальність проекту.
- Аргументація на користь проведення проекту

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

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [4].

Додаткова: [4], [8].

ТЕМА 2. Арт-інструменти для реалізації творчих проектів.

Проведення мистецьких подій (4 год.)

Лекція (2 год.). Проведення мистецьких подій. Специфіка їх організації. План підготовки. Оцінювання ефективності мистецьких подій.

Обмін досвідом та робота над створенням спільного проекту. Арт-

кластери, творчі сквоти та локації для культури.

Семінарське заняття (2 год.).

Основні поняття теми: арт-резиденція, пленер, арт-сквот, кластер, локація, арт-ринок, цінова політика, антикваріат, сучасне мистецтво.

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [3].

Додаткова: [1], [6], [8].

ТЕМА 3. Технології фандрейзінгу в сфері культури (4 год.)

Лекція (2 год.). Залучення національних та міжнародних культурних фондів та грантодавців для реалізації арт-проектів різного рівня. Звернення до місцевих та іноземних комерційних структур. Специфіка пошуку спонсорів. Мотивація спонсорів. Програми Європейського Союзу, спрямовані на підтримку культурного, креативного та аудіовізуального секторів.

Семінарське заняття (2 год.)

Теоретична частина. Підготовка тез виступу у Power Point (10-12 стор.):

1. Find Raising у сфері арт-бізнесу.

Фандрейзінг в організаціях сфери культури і мистецтв як технологія соціального партнерства (стаття, с.128, pdf)

2. Підготовка культурного проекту. Перші кроки.

Тридцять дієвих порад культурним менеджерам (<https://theukrainians.org/30-porad-kultmenedzheram/>); *Гроші на (вітер) культуру* (<https://supportyourart.com/columns/groshi>)

3. Оцінювання актуальності проекту (з сайту «Культура і креативність»: <https://www.culturepartnership.eu/ua/publishing/project-management/lecture-17-3>)

4. Цілі проекту (з сайту «Культура і креативність»: <https://www.culturepartnership.eu/ua/publishing/project-management/lecture-17-4>)

5. Комунікативна привабливість спонсорства. *Комунікативна сутність спонсорського маркетингу* (стаття, pdf)

6. Специфіка пошуку спонсорів в сфері арт-бізнесу. *Технологія роботи спонсорами* (<http://www.artmanager.ru/articles/sponsors/161-010.html>)

7. Мотивація спонсорів для виділення грошей. *Спонсорство як інструмент маркетингу* (стаття, pdf)

8. Хто може виступити спонсором арт-проектів. *Гроші на (вітер) культуру!?* *Пошук грошей чи залучення фінансування* (<https://supportyourart.com/columns/degroshi2>)

9. Форми комунікації із спонсорами і форма грантової заявки. Структура грантової заявки (стаття, pdf)

Практична частина. Робота над формуванням власного проекту із запропонованих до реалізації. Підготовка презентації-доповіді, яка повинна бути виконана в PowerPoint, супроводжуватись текстовими поясненнями,

фотографіями творів (не менш ніж 7-10 сторінок).

1. Пошук спонсорської допомоги для проекту – можливі кроки, пошук того, у сферу діяльності кого входить ваш проект
2. Можливі спонсори: національні та місцеві культурні фонди і грантодавці; міжнародні та іноземні комерційні структури;
3. Складання листа до потенціального донора – прописати основні його концептуальні тези, те, про що варто сказати;
4. Історична довідка про проект для грантодавця.

Основні поняття теми: фандрейзінг, фонди, грантодавці, спонсорська допомога, мотивація спонсора, комерційні організації в сфері арт-бізнесу, некомерційні організації, благодійні фонди, культурні потреби, PR, цільова аудиторія, реклама, брендінг.

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [3], [4].

Додаткова: [1], [2], [4], [8].

ТЕМА 4. PR в арт-бізнесі.

Спеціальні події: види, характеристики (4 год.)

Лекція (2 год.). Зв'язки з громадськістю та Public Relations як важлива сфера формування позитивного іміджу компанії в арт-бізнесі. Необхідність організації та проведення PR компанії. Арт-менеджмент у сфері Public Relations. Види діяльності на арт-ринку та спрямування кожного з напрямків. Видимі та невидимі результати. Першочергові та довготривалі заходи. Визначення формату проведення заходу.

Визначення цільової аудиторії. Особливості рекламного забезпечення. Специфіка інформаційного забезпечення спеціальних подій. Взаємозв'язок зі ЗМІ. Робота над створенням друкованої рекламної продукції. Остаточне визначення формату проведення заходу. Взаємозв'язок зі ЗМІ. Інтернет-комунікація в арт-бізнесі. Підготовка і розміщення інформації у соціальних мережах. Поширення інформації через соціальні мережі. Брендінг.

Семінарське заняття (2 год.).

Теоретична частина. Підготовка тез виступу на тему: Аналіз мистецьких проектів. Робота по формуванню сприятливого іміджу і некомерційні проекти в арт-індустрії.

Практична частина. Робота над формуванням власного проекту із запропонованих до реалізації. Підготовка презентації-доповіді, яка повинна бути виконана в PowerPoint, супроводжуватись текстовими поясненнями, фотографіями творів (не менш ніж 10 сторінок).

- Специфіка інформаційного забезпечення спеціальних подій.
- Визначення цільової аудиторії.
- Особливості рекламного забезпечення.

- Взаємозв'язок зі ЗМІ.
- Інтернет-комунікація в арт-бізнесі.
- Поширення інформації через соціальні мережі.

Основні поняття теми: PR технології, імідж, контекст арт-ринку, маркетинговий супровід, інструменти супроводу проектів, продаж творів.

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [3], [4].

Додаткова: [1], [4], [5], [8].

6. КОНТРОЛЬ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

Вид діяльності студента	Максимальна кількість балів за одиницю	Модуль I	
		Кількість одиниць	Максимальна кількість балів
Відвідування лекцій	1	4	4
Відвідування семінарських занять	1	4	4
Відвідування практичних занять	1	Не передбачено навчальним планом	
Робота на семінарському занятті	10	4	40
Робота на практичному занятті	10	Не передбачено навчальним планом	
Лабораторна робота (в тому числі допуск, виконання, захист)	10	Не передбачено навчальним планом	
Виконання завдань для самостійної роботи	5	4	20
Виконання модульної роботи	25	1	25
Разом		-	93
Максимальна кількість балів:		93+93 (бали за 10 семестр) = 186	
Розрахунок коефіцієнта:		186:100=1,86	

6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії її оцінювання.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ I. МЕНЕДЖМЕНТ КУЛЬТУРНИХ ПРОЕКТІВ

ТЕМА 1. Арт-менеджмент: специфіка організації культурних проектів в галерейному бізнес, їх управління (10 год.).

I. Теоретична частина. Підготовка реферату за однією з визначених тем:

1. Що таке виставкова діяльність, на що вона спрямована, яка її функція.
2. Що таке «Галерея». Походження назви. Функція галерей, чим відрізняються від виставкових залів.
3. Специалізація галерей. Пояснити значення поняття. Розкрити основні позиції спеціалізації.
4. Розкрити поняття соціо-культурної діяльності виставкових залів та галерей.
5. Розкрити поняття арт-індустрії. Окреслити основні позиції.

6. Пояснити, які можуть бути суб'єкти арт-індустрії
7. Пояснити, як галереї формують смаки суспільства та впливають на них.
II. Практична частина: проаналізувати основні українські галереї, визначити спеціалізацію. Оформити в презентацію Power Point (7–10 стор.)

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [4].

Додаткова: [4], [8].

ТЕМА 2. Арт-інструменти для реалізації творчих проєктів. Проведення мистецький подій (10 год.).

I. Теоретична частина. Підготовка реферату за однією з визначених тем:

1. Розкрити поняття «Виставковий проєкт». Що в нього включено. Чи повинен він бути комерційно привабливим.
2. Вибір концепції виставкового заходу. Основні параметри формування.
3. Тематична структура експозиції. Від чого залежить, як будується.
4. Основні принципи побудови експозиції.
5. Типи експозицій. Окреслити основні.
6. Попередній відбір експонатів для виставкового заходу. Основні принципи роботи з художниками.
7. Проведення аналізу потенційної аудиторії перед проведенням заходу. Вплив тематики та статусу художників на потенційну аудиторію.
8. Графік підготовки до виставкового заходу.

II. Практична частина: проаналізувати ресурси по грантам і можливостям для художників. Оформити в презентацію Power Point (7–10 стор.)

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [3].

Додаткова: [1], [6], [8].

ТЕМА 3. Технології фандрейзінгу в сфері культури (10 год.).

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

1. Технології фандрейзінгу при підготовці до виставкового заходу
2. Залучення національних та міжнародних культурних фондів та грантодавців. Звернення до місцевих та іноземних комерційних структур.
3. Специфіка пошуку спонсорів.
4. Мотивація спонсорів.
5. Пошук спонсорської допомоги у сфері арт-бізнесу.
6. Визначення цільової аудиторії.
7. Особливості рекламного забезпечення.
8. Взаємозв'язок зі ЗМІ.
9. Інтернет-комунікація в арт-бізнесі.
10. Поширення інформації через соціальні мережі.

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [3], [4].

Додаткова: [1], [2], [4], [8].

ТЕМА 4. PR в арт-бізнесі. Спеціальні події: види, характеристики (10 год.)*I. Теоретична частина. Підготовка доповіді за однією з визначених тем:*

1. PR виставкового проекту – розкрити основні етапи.
2. Сутність PR діяльності та її особливості в мистецьких проектах.
3. PR чи пряма реклама? Відмінності і інструменти впливу.
4. Формування позитивного іміджу з використанням PR технологій.
5. PR агенції.

*II. Практична частина: зареєструватися і заповнити свою власну сторінку на одній з відомих он-лайн площадок по продажу творів мистецтва.***Рекомендована література:**

Основна: [1], [2], [3], [4].

Додаткова: [1], [4], [5], [8].

Змістовий модуль та теми курсу	Кількість годин	Академічний контроль	Бали
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ I. Інструменти арт-менеджменту.			
ТЕМА 1. Культура і маркетинг, взаємоз'язок та управління. Механізми ціноутворення на арт-ринку.	10	Семінарське заняття	5
Тема 2. Технології фандрейзінгу в сфері культури. PR в арт-бізнесі та арт-менеджменті.	10	Семінарське заняття	5
Тема 3. Арт-інструменти для реалізації творчих проєктів: арт-резиденції, пленери, виставки, проєкти, гранти.	10	Семінарське заняття	5
Тема 4. Продаж творів: площадки для реалізації, експонування та просування творів мистецтва. Інструменти формування ціни на твори.	10	Семінарське заняття	5
Разом годин:	40	Разом балів:	20

Критерії оцінювання рівня виконання завдань для самостійної роботи:

Критерії оцінювання самостійної роботи	К-сть балів
• Глибоке і повне розкриття питання, подане власне бачення питання, застосовується фахова термінологія	5 балів
• Глибоке розкриття питання, подане власне бачення питання, проте фахова термінологія використовується не достатньо активно	4 балів
• Відповідь повна, проте наявні незначні неточності	3 бали
• Тема розкрита неповно, наявні очевидні помилки	2 бали
• Реферат компілятивного рівня, відсутня власна думка	1 бали

6.3. Форми проведення модульного контролю та критерії оцінювання.

Модульний контроль проводиться у формі письмової контрольної роботи з урахуванням уніфікованої системи оцінювання навчальних досягнень здобувачів. Модульний контроль знань та вмінь магістрів проводиться згідно і тематичним планом і здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу модуля.

Оцінювання відбувається після підсумкового аналізу письмових робіт здобувачів. Оцінка модульного контролю здійснюється за 25-бальною шкалою.

Критерії оцінювання модульного контролю наведено у таблиці.

Критерії оцінювання	К-ть балів
<ul style="list-style-type: none"> володіє теоретичними знаннями та практичними вміннями на високому рівні, що підтверджується відповіддю на питання контрольної роботи; продемонстрував здатність робити висновки й обґрунтовувати свою позицію на основі проведених спостережень. 	21 – 25
<ul style="list-style-type: none"> володіє теоретичними знаннями та практичними вміннями на достатньо високому рівні, що підтверджується відповіддю на питання контрольної роботи; продемонстрував здатність робити висновки на основі проведених спостережень. 	17 – 20
<ul style="list-style-type: none"> володіє теоретичними знаннями та практичними вміннями на достатньому рівні, що підтверджується відповіддю на питання контрольної роботи, з допущенням певних помилок; продемонстрував недостатні уміння обґрунтовано і самостійно робити висновки на основі проведених спостережень. 	13 – 16
<ul style="list-style-type: none"> здобувач в цілому виявив посередній рівень знань, умінь, що підтверджується відповіддю на питання контрольної роботи; продемонстрував посередні уміння обґрунтовано і самостійно робити висновки на основі проведених спостережень 	9 – 12
<ul style="list-style-type: none"> здобувач виявив лише мінімально можливий допустимий рівень знань, умінь, що підтверджується відповіддю на питання контрольної роботи; продемонстрував неготовність грамотно і самостійно робити висновки на основі проведених спостережень 	5 – 8
<ul style="list-style-type: none"> здобувач виявив незадовільний рівень знань, умінь, що підтверджується відповіддю на питання контрольної роботи; продемонстрував невміння послідовно, грамотно і самостійно висновки на основі проведених спостережень 	1 – 4

6.4. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання.

Семестровий контроль навчальним планом відповідно до освітньо-професійної програми 023.00.01 «Образотворче мистецтво» передбачений у вигляді заліку, який виставляється, як сума балів за всі форми роботи протягом

вивчення дисципліни.

6.5. Орієнтовний перелік питань для семестрового контролю і екзамену

Семестровий контроль навчальним планом відповідно до освітньо-професійної програми 023.00.01 «Образотворче мистецтво» передбачений у вигляді заліку, який виставляється, як сума балів за всі форми роботи протягом вивчення дисципліни.

6.6. Шкала відповідності оцінок

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

7. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНА КАРТКА ДИСЦИПЛІНИ «АРТ-МЕНЕДЖМЕНТ ТА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА ВЛАСНІСТЬ В ГАЛУЗІ»

Модулі	Змістовий модуль I			
Назва модуля	МЕНЕДЖМЕНТ КУЛЬТУРНИХ ПРОЕКТІВ			
Лекції	1	2	3	4
Теми лекцій	Тема 1. Арт-менеджмент в галерейному бізнесі: характеристика, специфіка організації управління <i>Відвідування –1 бал</i>	Тема 2. Арт-інструменти для реалізації творчих проєктів. Проведення мистецький подій. специфіка організації. Оцінювання ефективності. <i>Відвідування –1 бал</i>	Тема 3. Технології фандрейзінгу в сфері культури <i>Відвідування –1 бал</i>	Тема 4. PR в арт-бізнесі. Спеціальні події: види, характеристики <i>Відвідування –1 бал</i>
Теми семінарських занять	Тема 1. Арт-менеджмент в галерейному бізнесі: характеристика, специфіка організації управління <i>(10 балів +1 бал за відвідування)</i>	Тема 2. Арт-інструменти для реалізації творчих проєктів. Проведення мистецький подій. специфіка організації. Оцінювання ефективності. <i>(10 балів +1 бал за відвідування)</i>	Тема 3. Технології фандрейзінгу в сфері культури <i>(10 балів +1 бал за відвідування).</i>	Тема 4. PR в арт-бізнесі. Спеціальні події: види, характеристики <i>(10 балів +1 бал за відвідування)</i>
Самостійна робота	<i>5 балів</i>	<i>5 балів</i>	<i>5 балів</i>	
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота (25 балів)			
Бали за модуль	93			
Підсумковий рейтинговий бал	93 бали + 93 бали (за 10 семестр) = 186 балів (коефіцієнт успішності: 186 ÷ 100 = 1,86)			

8. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА

Основна (базова):

1. Акімов Дмитро. Арт-ринки та арт-продукти у структурі маркетингу мистецтва [Текст] / Д. І. Акімов // Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв = National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts Herald : щоквартальний науковий журнал. - 2020. - № 3. - С. 70-76. (Наявний в бібліотеці Університету в 1 примірнику)
2. Балабан Олександр. Розвиток креативних індустрій та управління у сфері мистецтва (АРТ-менеджменту) / О. Балабан, М. Юр // Вища школа : науково-практичне видання. - 2019. - № 5. - С. 70-77. (Наявний в бібліотеці Університету в 2 примірниках)
3. Домашук Х. Арт-галерея в сучасному соціокультурному просторі України [Текст] / Х. С. Домашук // Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури = Topical problems of History, Theory, and Practice of Artistic Culture. - Київ : Міленіум, 2017. - Вип. 38. - С. 232-240. (Наявний в бібліотеці Університету в 1 примірнику)
4. Канафоцька Г. Менеджмент творчості [Текст] : навчальний посібник / Г. П. Канафоцька ; Київський університет імені Бориса Грінченка, Інститут лідерства та соціальних наук. - Київ : Київ. ун-т ім. Б. Грінченка, 2010. - 39 с. (Наявний в бібліотеці Університету в 6 примірниках)

Додаткова

1. Акімов Дмитро. Маркетинг мистецтва та інтегровані маркетингові комунікації (реклама, стимулювання збуту, паблік рилейшнз) / Д. І. Акімов // Культура і сучасність : альманах. - 2019. - № 1. - С. 61-67. (Наявний в бібліотеці Університету в 1 примірнику)
2. Гагоорт Г. Менеджмент мистецтва. Підприємницький стиль [Текст] / Г. Гагоорт ; пер. Б. Шумилович. – Л. : Літопис. – 2008. – 360 с.
3. Голубець О. Львів: регіональні проблеми мистецького середовища / Орест Голубець // Сучасне мистецтво : зб. Ін-ту пробл. сучас. мистец. Акад. мис-в України. – К., 2004. – Вип. 1. – С. 86-91.
4. Зайцева К. В. Менеджмент в сфері культури : [Учеб. пособие] / К. В. Зайцева, В. В. Дорофійенко. – Х. : Основа. – 1999. – 129 с.
5. Ліфінцева, Олена. Творчість митця в комунікативному просторі культури: теоретико-методологічні засади дослідження [Текст] / О. В. Ліфінцева // Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв = National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts Herald : щоквартальний науковий журнал. - 2020. - № 3. - С. 35-39. (Наявний в бібліотеці Університету в 1 примірнику)
6. Станіславська, Катерина Ігорівна. Звукова інсталяція у просторі вуличного мистецтва / К. І. Станіславська // Мистецтвознавчі записки =: збірник наукових праць. - 2017. - Вип. 32. - С. 151-159. (Наявний в бібліотеці Університету в 1 примірнику)

7. Сидор-Гібелінда О. Українці на венеційській бієнале: сто років присутності / Олег Сидор-Гібелінда. – К. : Наш час, 2008.- 306 с.
8. Сухоліт Н. Сучасний український арт-ринок: моделі відносин / Н. Сухоліт // Українське мистецтво. – 2004. – № 3. – С. 34-43