

ПВНЗ УНІВЕРСИТЕТ КОРОЛЯ ДАНИЛА
Кафедра дизайну

Робоча програма навчальної дисципліни
"МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ В МИСТЕЦТВІ"

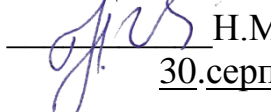
ОБОВ'ЯЗКОВА ДИСЦИПЛІНА

Освітньо-професійна програма першого рівня вищої освіти
за спеціальністю 022 дизайн

Розробник:
Масляк І.М. кандидат технічних наук, доцент.

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри дизайн факультету архітектури, будівництва та дизайну 30 серпня 2018 року (протокол № 1).

Завідувач кафедри
Кандидат мистецтвознавства, доцент


Н.М. Гілязова
30.серпня 2018 р.

ВСТУП

Метою викладання навчальної дисципліни “ Менеджмент і маркетинг в мистецтві ” є формування рівня знань по теорії організації, управління, маркетингу та стратегічного планування мистецької діяльності.

Основними завданнями вивчення дисципліни «Менеджмент і маркетинг в мистецтві» є ознайомлення студентів з основними, відомостями про технології організації мистецької діяльності та визначення місця і специфіки в економічній системі галузі.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні:

знати :

роль нематеріальних інтелектуальних активів, цінність продукту, що є унікальною і залежить від концепції цього продукту, способи його презентації споживачу, суть мистецької діяльності, її соціально-економічну основу, диференціювання виставкового продукту в його інтеграції з іншими інформаційними технологіями.

вміти :

управляти виставковим підприємством, проводити аналіз питань розробки ринкової пропозиції, стратегії ціноутворення, розподілу, комунікаційної політики підприємства, розвивати організаційні структури мистецької організації.

Результати навчання: Аналізувати і виконувати завдання управління мистецьким підприємством, вміти визначати вартість мистецької продукції визначати найефективніші шляхи їх реалізації.

На вивчення навчальної дисципліни відводиться 90 години 3 кредит ECTS.

Пререквізити: вивчення навчальної дисципліни «Матеріалознавство» студент розпочинає, прослухавши такі навчальні дисципліни як: соціальна та економічна історія.

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Освітньо-професійна програма, рівень вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни	
		Денна форма навчання	Заочна форма навчання
Кількість кредитів відповідних ECTS: 3	Освітньо-професійна програма першого рівня вищої освіти за спеціальністю 022 дизайн	обов'язкова	
Модулів: 1		Рік підготовки	
Змістовних модулів: 2			
Індивідуальна навчально-дослідне завдання: теоретично-розрахункове завдання		4-й	4-й
Загальна кількість годин: 90		Лекційні: 18 Семінарські: 18 Індивідуальні завдання: Самостійна робота: 24 ПК: 30	Лекційні: 8 Семінарські: 2 Індивідуальні завдання: Самостійна робота: 50 ПК: 30
Тижневих годин для денної форми навчання: Аудиторних 2 Самостійної роботи 2		Вид контролю: іспит	Вид контролю: іспит

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Поточне оцінювання студентів на семінарських заняттях здійснюється за чотирьох бальною шкалою, де «2» - незадовільно; «3» - задовільно; «4» - добре; «5» - відмінно.

Підсумковий контроль у вигляді екзамену проводиться у тестовій формі і оцінюється відповідно до шкали оцінювання знань студентів за ЄКТС

Шкала в балах	Національна шкала	Шкала ЄКТС
90-100 балів	5 «відмінно»	A
80-89 балів	4 «дуже добре»	B
65-79 балів	4 «добре»	C
55-64 бали	3 «задовільно»	D
50-54 бали	3 «достатньо»	E
35-49 балів	2 «незадовільно»	FX
1-34 бали	2 «неприйнятно»	F

МЕТОДИ НАВЧАННЯ ТА ЗАСОБИ ДІАГНОСТИКИ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

У процесі викладання навчальної дисципліни для активізації навчальнопізнавальної діяльності студентів передбачене застосування як активних, так і інтерактивних навчальних технологій, серед яких: лекції проблемного характеру, міні-лекції, робота в малих групах, семінари-дискусії, мозкові атаки, кейс-метод, презентації, метод проектної роботи. Діагностика (моніторинг і перевірка) результатів навчання здійснюється шляхом виконання студентами:

- 1) тестових завдань;
- 2) презентацій і виступів на наукових заходах;
- 3) виконання індивідуального завдання;
- 4) підсумкового екзамену у тестовій формі.

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Змістовий модуль 1. Значення і місце мистецької діяльності.

Тема 1. Сутність основ менеджменту в мистецтві. Менеджмент як специфічна сфера людської діяльності. Система відносин в організації як предмет вивчення менеджменту. Менеджмент як система наукових знань. Менеджмент як мистецтво управління.

Тема 2. Основні принципи і функції менеджменту в мистецтві. Поняття функцій менеджменту. Функції менеджменту як види управлінської діяльності. Особливості формування функцій менеджменту. Класифікація і характеристика функцій менеджменту. Сутність та класифікація методів менеджменту. Методи менеджменту як сукупність способів впливу керуючої системи управління на керовану. Методи менеджменту як результат виконання функцій менеджменту. Економічні методи менеджменту. Адміністративні методи менеджменту.

Тема 3. Планування як загальна функція управління в мистецтві. Процес управління як сукупність взаємопов'язаних і взаємодіючих функцій, методів, управлінських рішень та інших категорій менеджменту. Мета управлінського процесу, його учасники, предмет, засоби здійснення. Управлінський цикл.

Тема 4 Сутність маркетингу та його сучасна концепція в мистецтві. Визначення, суть та етапи становлення маркетингу. Система засобів маркетингу. Основні поняття маркетингу. Функції, принципи та завдання маркетингу. Характеристика концепцій маркетингу. Базові «правила» маркетингової діяльності.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. РОЗРОБКА ТА ПРОДАЖ МИСТЕЦЬКОГО ПРОДУКТУ.

Тема 5 Інформаційна система маркетингу в мистецтві. Основні форми маркетингової комунікації. Реалізація маркетингових комунікацій. Основні рішення, пов'язані зі створенням рекламної програми. Рекламні акції як стимулювання збуту товарів та форма маркетингової комунікації. Етапи особистих продажів. Використання зв'язків із громадськістю як складник програм маркетингових комунікацій. Застосування стратегії інтегрованої маркетингової комунікації. Маркетингова інформація, її важливість і різновиди. Суть, зміст та етапи проведення маркетингових досліджень . Маркетингове середовище та його характеристика ..

Тема 6 Товарна політика в системі маркетингу. Основні фактори, що впливають на купівельну поведінку споживачів. Етапи рішень, які ухвалюють споживачі щодо покупки. Ухвалення рішення про купівлю товару новинки. Ринки організованих споживачів та поведінка фірм покупців.

Тема 7. Сутність планування в ринковій економіці. Стратегічне маркетингове планування: сутність, мета, завдання та етапи його проведення. Поняття бізнес портфеля, його аналіз та розробка стратегій зростання. Роль маркетингу в стратегічному плануванні. План маркетингу, його структура. Організація маркетингу на підприємств.

Тема 8. Методологічні основи планової діяльності. Створення нових товарів. Етапи створення нового товару. Етапи життєвого циклу товару. Зміна маркетингових стратегій під час життєвого циклу товару.

Тема 9. Бізнес-план і його роль у розвитку підприємств в мистецтві. Бізнес-планування у ринковій системі господарювання. Підготовча стадія розробки бізнес-плану. Структура, логіка розробки та оформлення бізнес-плану. Галузь, підприємство та його продукція. Маркетинг-план. Виробничий план. Організаційний план. Оцінка ризиків. Фінансовий план.

СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

№	Тема дисципліни	Всього годин	М 1		М	М 3	Всього годин	М 1		М 2	М 3
			Лекції (год.)	Семінарські (год.)	на робота	Самостійна робота (год.)		Лекції (год.)	Семінарські (год.)	Індивідуальні на робота (год.)	Самостійна робота (год.)
Змістовий модуль 1.		Денна форма навчання					Заочна форма навчання				
1.	Сутність основ менеджменту в мистецтві.	10	1	1		6	10	1	1		6
2.	Основні принципи і функції менеджменту в мистецтві.	10	1	1		7	10	1			9
3.	Планування як загальна функція управління в мистецтві	10	1	1		7	10	1			9
4.	Сутність маркетингу та його сучасна концепція в мистецтві	10	1	1		7	10	1			9
Змістовий модуль 2.		Денна форма навчання					Заочна форма навчання				
5.	Інформаційна система маркетингу в мистецтві	10	2	2		7	10	1	1		9
6.	Товарна політика в системі маркетингу	10	2	2		7	10	1			9
7.	Сутність планування в ринковій економіці	10	2	2		7	10	2			9
8.	Методологічні основи планової діяльності	10	2	2		7	10	1			9
9.	Бізнес-план і його роль у розвитку підприємств в мистецтві	10	2	2		7	10	1			9

Підсумковий	+					+				
Екзамен										
Всього за V семестр:	90	14	14	0	62	90	10	2	0	78

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Аакер Д. Создание сильных брендов. Москва, 2003. 440 с.
2. Александрова Н., Сорокина Е., Филоненко И. Выставочный менеджмент. Методическое пособие. Ростов-н/Д: Экспертное бюро, 2001. 212 с.
3. Алешина И. Паблик рилейшнз для менеджеров и маркетологов. Москва, 1997. 313 с.
4. Андрушків Б. М., Кузьмін О. Є. Основи менеджменту. Львів, 1995. 296 с.
5. Будзан Б. Менеджмент в Україні: сучасність і перспективи. К.: Основи, 2001. 349 с.
6. Наука управляти: з історії менеджменту : навч. посібник. К.: Либідь, 1993. 304 с.
7. Батра, Раджив, Маайерс, Джон Д., Аакер, Дэвид А. Рекламный менеджмент. 5-е изд. М.: Вильямс, 1999. 780 с.
8. Бове К., Аренс У. Современная реклама. Тольятти, 1995. 667 с.
9. Борисов Б.Л. Технология рекламы и PR. Учеб. пособ. М.: ГРАНД, 2001. 617 с.
10. Герасименко В.В. Основы маркетинга. М.: ТЕИС, 1999. 142 с.
11. Грановский Л.Г. Творческая реклама: Эффективные принципы бизнеса: Учебное пособие. М.: Дашков и К ИТК, 2003. 257 с.
12. Гусев Э.Б., Прокудин В.А., Салашенко А.Г. Выставочная деятельность в России и за рубежом: Учебно-методическое пособие. М.: Дашков и К. 2004. 516 с.
13. Делл Д., Линда Т. Учебник по рекламе/ Пер. с польск. Н.В. Бабиной. М.: Современное слово, 1997. 320 с.
14. Джефкинс Ф. Реклама: Учеб. Пособ. для вузов/ Пер. с англ. Г.Ю. Любимовой, М.Г. Герасимовой. М.: ЮНИТИ, 2002. 523 с.
15. Джугенхаймер Д., Уайт Г. Основы рекламного дела. Самара, 1996. 479 с.
16. Доти Д. Паблिसити и паблик рилейшнз. Москва, 1996. 283 с.
17. Джон Олвуд, Брайн Монтгомери. Выставки: планирование и дизайн. Новосибирск: Интербук, 1991
18. Котлер Ф. Маркетинг-менеджмент/ Пер с англ. Питер, 2002. 750 с.
19. Котлер Ф., Боуэн Д., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство и туризм/ Пер. с англ. — М: ЮНИТИ, 1998. - 787 с.
20. Миллер А. Реклама: Энциклопедия для всех. М.: Вершина, 2003. 252 с.
21. Миллер С. Как использовать торговые выставки с максимальным эффектом. Москва, 1998. 112 с.
22. Михолап С.В., Махоркина И.В. Выставки-ярмарки как инструмент маркетинга. Москва, 2000. 126 с.
23. Петелин В.Г. Выставочный менеджмент: технологии и ноу-хау. Москва, 2002.
24. Стровский Л.Е., Фролова Е.Д. и др. Основы выставочно-ярмарочной деятельности: Учеб. пособ. для вузов. Москва, 2005. 288 с.
25. Гаркавенко С.С. Маркетинг : підручник для вузів. Київ, 2002. 384 с.

26. Герасимчук В.Г. Маркетинг : Теорія і практика : навч. посібник для вузів. Київ, 1994. 325 с.
27. Прауде В.Р. Маркетинг : навч. Посібник. Київ, 1994. 256 с.
28. Павленко А.Ф. Маркетинг: Навч.-метод. посібник. –К.: КНЕУ, 2001. – 106 с.
29. Ноздрева Р.Б. Маркетинг: Как побеждать на рынке. Москва, 1991. 304 с.
30. Родин В.Г. Основы маркетинга. Москва, 1992.
31. Афанасьев М. Маркетинг: стратегия и практика фирмы. – Москва : Фин-статинформ, 1995.
32. Козлов В.А. Реклама в системе маркетинга. Москва, 1990.
33. Котлер Ф. Маркетинг-Менеджмент/ пер. с англ. под. ред. А. Л. Волковой, Ю.Н. Каптуревского. Питер, 2003. 752 с.
34. Дугіна С. І. Маркетингова цінова політика: навч. посібник. Київ, 2005. 393 с.
35. Сьюзан Фридман. Как показать товар лицом. Выставки и презентации. Москва, 1994.
36. Александрова Н. Выставка — комплексный маркетинг. *Мир Expo*. 2003. № 2.
37. Филоненко И.К. Выставки: проблемы, перспективы, рекомендации. *Вестник МТПП, спецвыпуск по выставочной деятельности*. 2001.
38. Филоненко И.К. Выставочные комплексы — объекты стратегического значения. *Эксповедомости*, 2004. № 2.
39. Информация об участниках выставок, выставочных планах и выставочном сервисе. URL: <http://www.expoweb.ru/>
40. Информация о выставках в России и за рубежом, новости и подача заявок на участие в режиме реального времени. URL: www.allexpo.ru
41. Выставочный портал, поддержка выставок и справочная информация. Информация о выставочном образовании. URL: www.expocom.info
42. Комитет немецкой экономики по выставкам (АУМА/AUMA). URL: www.auma.de
43. Международное Бюро Выставок (МБВ/BIE). URL: www.bie-paris.org
44. Международный Союз выставок и ярма рок (МСВЯ/IUEF). URL: www.uefexpo.ru