

**АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«АРТ-РИНОК І КУЛЬТУРНІ СТРАТЕГІЇ»**

Рівень освіти (бакалавр/магістр/доктор філософії)	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
Кафедра (за якою закріплена дисципліна)	Кафедра мистецтвознавства і мистецької освіти
Терміни вивчення (курс/семестр)	II курс (3-й семестр)
Вид дисципліни (кількість лекційних/семінарських/практичних годин)	Вибіркова (120 годин, з них: лекційних – 20 год., практичних – 30, семінарських – 10 год., самостійна робота – 60 годин)

Предметом вивчення навчальної дисципліни є механізми функціонування сучасного арт-ринку та інструменти реалізації культурних стратегій. Дисципліна охоплює аналіз взаємодії суб'єктів арт-ринку у процесі розробки та втілення культурно-мистецьких проєктів. Студенти досліджують процеси формування культурних ініціатив та ключові етапи їхньої практичної імплементації. Значна увага приділяється дослідженню культурних стратегій та їхньому застосуванню в сучасній мистецькій практиці.

Метою викладання дисципліни є формування у студентів цілісного розуміння механізмів арт-ринку та підходів до втілення культурно-мистецьких проєктів на основі сучасних культурних стратегій. Навчальна дисципліна спрямована на розвиток у здобувачів вищої освіти здатності аналізувати соціокультурний контекст та інтегрувати стратегічні підходи у практичну діяльність. Особлива увага приділяється методології створення культурного проєкту — від виникнення концептуальної ідеї до її практичної реалізації та взаємодії із суб'єктами арт-середовища. Курс сприяє розробці конкурентоспроможних мистецьких ініціатив, орієнтованих на сталий розвиток і позиціонування вітчизняної культури. У результаті опанування дисципліни слухачі зможуть самостійно формувати культурні стратегії, ефективно планувати всі етапи реалізації мистецьких проєктів та забезпечувати їхній довгостроковий соціокультурний вплив.

Основні завдання навчальної дисципліни:

- ознайомити студентів із базовою структурою арт-ринку та механізмами реалізації культурно-мистецьких проєктів;
- опанувати методологію розробки культурних стратегій та знати інструменти їх застосування під час реалізації мистецьких ініціатив;
- надати знання про управління культурно-мистецьким проєктом від формування концепції до його підсумкової реалізації;
- сформувати навички комунікації з суб'єктами арт-середовища на всіх етапах реалізації проєкту.

У результаті вивчення дисципліни студент повинен:

Знати:

- структуру та ключових суб'єктів сучасного арт-ринку, їхні ролі та механізми взаємодії;
- сучасні культурні стратегії та підходи до формування соціокультурного впливу мистецьких проєктів;
- етапи та методологію проєктного менеджменту у культурно-мистецькій сфері;
- принципи реалізації всіх етапів культурних проєктів;

- позиціонування та просування культурно-мистецьких ініціатив у сучасному інституційному просторі;
- критерії оцінювання ефективності та результативності культурно-мистецьких проєктів.

Вміти:

- аналізувати соціокультурний контекст і тенденції арт-ринку для визначення актуальних напрямів проєктної діяльності;
- розробляти цілісні концепції культурно-мистецьких проєктів на основі обраної культурної стратегії;
- покроково планувати та координувати всі етапи реалізації мистецької ініціативи від ідеї до підсумкової презентації;
- вибудовувати ефективну комунікацію та партнерську взаємодію із суб'єктами арт-середовища;
- застосовувати інструменти фандрайзингу та залучення ресурсів для забезпечення реалізації проєкту;
- презентувати культурно-мистецькі проєкти та оцінювати їхній соціокультурний і репутаційний ефект.

Короткий зміст дисципліни (перелік тем):

Тема 1. Вступ. Культура і маркетинг, взаємозв'язок та особливості управління.

Тема 2. Культурні індустрії як інструменти реалізації культурних проєктів.

Тема 3. Суб'єкти арт-індустрії у сфері культури та мистецтва.

Тема 4. Культурний проєкт від ідеї до бюджету. Етапи підготовки, втілення та супроводу.

Тема 5. Ідея і концепція як генератор проєкту.

Тема 6. Менеджмент проєктів в галерейному бізнесі.

Тема 7. Виставковий дизайн та візуальна комунікація проєктів.

Тема 8. Організація виставкового заходу.

Тема 9. PR для реалізації культурних проєктів.

Тема 10. Управління мистецтвом. Інвестування в проєкти і мистецтво.

Форма підсумкового контролю – диф. залік

Автор програми (викладач, який буде забезпечувати викладання курсу):