



СИЛАБУС КУРСУ ГАЛЕРЕЙНА ТА ВИСТАВКОВА ДІЯЛЬНІСТЬ

ступінь вищої освіти – перший (бакалаврський)

галузі знань – 02 «Культура і мистецтво»

спеціальність – 022 «Дизайн»

Освітньо-професійна програма – «Графічний дизайн»

Рік навчання: **IV**

семестр: **7**

Кількість кредитів: **5**

мова викладання: **українська**

Керівник курсу

доц. **Вербіцька Ірина Орестівна**

Контактна інформація iruna_motanka1973@ukr.net

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Курс «Галерейна та виставкова діяльність» спрямований на формування знань у студентів про те, що в умовах сьогодення виставкова діяльність є одним із ключових засобів діяльності з просування творів мистецтва та дизайну на ринку. Вивчення маркетингових інструментів, що застосовуються у виставковій діяльності дозволить краще розуміти як задовольняються потреби споживачів, визначаються цільові ринки товарів і послуг тощо.

Основними завданнями дисципліни, є вивчення процесів організації виставкової діяльності, виставково-маркетингова комунікація, виставковий менеджмент, виставковий дизайн, інструментарій для розвитку і просування виставкового бізнесу та створення іміджу учасників виставок, та залучення світового досвіду у цій сфері. Знання теоретичних аспектів організації виставкової діяльності дозволить студентам оволодіти маркетинговою комунікацією цієї сфери, самостійно розробляти план участі у виставкових заходах, формувати бюджет участі у виставці, вести перемовини з організаторами та іншими суб'єктами виставкової діяльності. Оволодівши комплексом знань і вмінь з виставкової комунікації студент зможе вільно залучати до участі у виставці необхідний інструментарій, що дозволить використати участь у таких заходах максимально для просування своїх творів чи послуг на ринок і залучення нових споживачів та клієнтів.

Зміст дисципліни «Галерейна та виставкова діяльність» розроблено на основі відповідних положень щодо підготовки фахівців у сфері образотворчого мистецтва та дизайну, норм та традицій вищої університетської освіти, а також профілю освітньо-професійної програми.

СТРУКТУРА КУРСУ

	Теми	Результати навчання
Змістовий модуль I. Основи виставкової діяльності.		
1	Тема 1. Основні поняття виставкової діяльності. Виставкова статистика.	Знати основи, трактування, загальні поняття, мету, завдання виставкової діяльності. Напрями розвитку виставкової діяльності в Україні, виставкову статистику.
2	Тема 2. Особливості виставково-маркетингової комунікації. Інструменти виставкового маркетингу, маркетингові стратегії.	Знати особливості виставково-маркетингової комунікації. Розуміти основні маркетингові стратегії, які застосовуються у виставковій діяльності.
3	Тема 3. Основні суб'єкти виставкової діяльності. Класифікація виставок.	Знати основні суб'єкти виставкової діяльності та тенденції розвитку виставкової діяльності в Україні та світі. Вміти розрізняти виставки за тематикою і статусом.
Змістовий модуль II. Планування виставкової діяльності та експозиції.		
4	Тема 4. Планування виставкової діяльності підприємства.	Знати як правильно планувати виставки та експозиції. Вміти складати кошторис та план участі фірми/підприємства у виставці; організувати демонстрацію товарів (послуг); спілкуватись з відвідувачами виставки; використовувати різні типи стендів та виставковий дизайн.
5	Тема 5. Рекламна підтримка участі у виставці. Виставкова комунікація.	
6	Тема 6. Виставковий менеджмент. Проектування експозиції.	

ЛІТЕРАТУРНІ ДЖЕРЕЛА

Основні:

1. Вайдахер Ф. Загальна музеологія: Посібник/ Перекл. з нім. В.Лозинський, О. Лянг, Х. Назаркевич. – Львів: “Літопис”, 2005. – 632с.
2. Виставкова діяльність в Україні. Статистичний бюлетень. – К., 2008. – 49с.
3. Голубець Г. Виставка в музеї – подія чи повсякденність? // Музей на межі тисячоліть: минуле, сьогодення, перспективи: Зб. тез доп. та повідомл. Міжнар. наук. конф., присвяч. 150-літтю від дня заснування Дніпропетр. іст. музею ім. Д.І. Яворницького. – Дніпропетровськ, 1999. – С.146-148.
4. Денисенко О.О. Роль метрополісів у становленні поліцентричних територіальних систем та структуризації простору // Економічна та соціальна географія: Наук. зб. / Ред. кол.: С.І. Іщук (відп. ред.) та ін. – 2008
6. Лук'янець Т.І. Маркетингова політика комунікацій: Навч. посібник. – 2-ге вид, доп. І перероб. – К.: КНЕУ, 2003. – 524 с.

Додаткові:

7. Миронов Ю.Б., Крамар Р.М. Основи рекламної діяльності. Навч. посібник. - Дрогобич: Посвіт, 2007. – 108 с.

8. Станіславська К.І. Мистецько-видовищні форми сучасної культури : монографія / Катерина Станіславська ; вид. друге, перероб. і доп. — К. : НАКККіМ, 2016. — 352 с.

Електронні ресурси:

- Тернопільська бібліотека для молоді – м. Тернопіль, вул. Нечая, 29;
- Тернопільська обласна наукова бібліотека ім. Затонського – м.Тернопіль, бульв. Шевченка, 15.
- Internet.

ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

- **Політика щодо дедайннів та перескладання:** Перескладання модулів відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
- **Політика щодо академічної доброчесності:** Списування під час контрольних робіт та поточних тестів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування та підготовки практичних завдань в процесі заняття.
- **Політика щодо відвідування:** За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, працевлаштування, міжнародне стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі за погодженням із керівником курсу.

Залік

Модуль 1		Модуль 2		Модуль 3	Модуль 4
20%	20%	20%	20%	5%	15%
Поточне оцінювання	Модульний контроль 1	Поточне оцінювання	Модульний контроль 2	Тренінги	Самостійна робота

Шкала оцінювання

Підсумковий бал	Оцінка за традиційною шкалою
90-100	зараховано
89-70	
60-69	
26-59	не зараховано
1-25	