

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

ЗАТВЕРДЖУЮ

Декан соціально-гуманітарного факультету

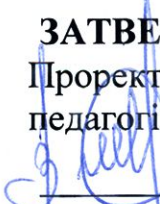
 **Оксана ГОМОТЮК**

« 29 » _____ 2025р.



ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з науково-педагогічної роботи

 **Віктор ОСТРОВЕРХОВ**

« 29 » _____ 2025 р.



РОБОЧА ПРОГРАМА

з дисципліни «Організація культурно-мистецьких акцій»

ступінь вищої освіти – бакалавр

галузь знань – 02 Культура і мистецтво

спеціальність – 022 Дизайн

спеціалізація – 022.01 Графічний дизайн

освітньо-професійна програма – «Графічний дизайн»

Кафедра архітектури та дизайну

Форма навчання	Курс	Семестр	Лекції (год.)	Практичні (год.)	Інд. (год.)	Тренінг (год.)	Самост. робота студ. (год.)	Разом (год.)	Залік (сем.)
Денна	3	6	30	30	3	6	81	150	6

29.08.2025 

**Тернопіль – ЗУНУ
2025**

Робочу програму склала заслужений майстер народної творчості України,
доцент кафедри архітектури та дизайну **Вербіцька Ірина Орестівна**

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри архітектури та дизайну,
протокол № 01 від 26 серпня 2025 р.

В.о. завідувача кафедри архітектури
та дизайну, д.архітектури ., професор



Оксана ДЯЧОК

Гарант ОП «Графічний дизайн»
к.пед.н., доц.



Ірина ЦІДИЛО

СТРУКТУРА РОБОЧОЇ ПРОГРАМИ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ОРГАНІЗАЦІЯ КУЛЬТУРНО-МИСТЕЦЬКИХ АКЦІЙ»

1. Опис дисципліни «Організація культурно-мистецьких акцій»

Дисципліна «Організація культурно- мистецьких акцій»	Галузь знань, спеціальність, ОПП, СВО	Характеристика навчальної дисципліни
Кількість кредитів – 5	галузь знань – 02 Культура і мистецтво	Статус дисципліни вибіркова Мова навчання українська
Кількість залікових модулів – 4	спеціальність – 022 Дизайн спеціалізація – 022.01 «Графічний дизайн»	Рік підготовки: <i>Денна – 3</i> Семестр: <i>Денна – 6</i>
Кількість змістових модулів – 2	Освітньо-професійна програма – « Графічний дизайн »	Лекції: <i>Денна – 30 год.</i> Практичні заняття: <i>Денна – 30 год.</i>
Загальна кількість годин – 150	Ступінь вищої освіти – бакалавр	Самостійна робота: <i>Денна – 81 год.</i> Тренінг – 6 год. Індивідуальна робота : <i>Денна – 3 год.</i>
Тижневих годин – 6 з них аудиторних – 4		Вид підсумкового контролю – <i>Залік 6</i>

2. Мета і завдання дисципліни «Організація культурно-мистецьких акцій»

2.1. Мета вивчення дисципліни.

Культурно-мистецькі акції посідають особливе місце в арсеналі засобів поширення сучасного мистецтва. Теорія арт-менеджменту у процесі вирішення практичних завдань сучасними мистецькими та культурними організаціями й запровадження інноваційних технологій і ефективних стратегій інтерактивного менеджменту у країнах Західної і Східної Європи, у тому числі України стають дзеркалом розвитку мистецької галузі. У сучасному мистецькому середовищі виникли різноманітні форми художньої активності, засновані на принципі процесуальності мистецтва. Така художня ідеологія спонукає дизайнерів на створення пошуку нових форм художньої виразності – динамічності, процесуальності, театралізації, посилення ігрового компоненту, видовищності.

Предметом вивчення дисципліни є загальнотеоретичні положення концепції управління та організації спеціальних (івент) заходів, які дозволяють на практиці застосовувати отримані знання. У процесі вивчення дисципліни студенти опановують методи спостереження, експерименту, порівняння, аналогії. Формою контролю є залік. Його ціль – перевірити знання студентів з теоретичних основ курсу, практики організації рекламно-виставкової та мистецько-видовищних форм діяльності.

Найменування тем, обсяг у годинах наведені у тематичному плані, де визначені також теми, по яких проводяться лабораторні заняття, кількість годин, відведених на цей вид занять, години самостійної роботи.

Всі види занять за курсом проводяться з урахуванням вимог методики й досвіду їхньої організації в університеті.

Формою поточного контролю є індивідуально-дослідне завдання, модульне оцінювання, завершальною – залік.

Метою викладання навчальної дисципліни «Організація культурно-мистецьких акцій» є: формування сучасного управлінського мислення та системи спеціальних знань у галузі менеджменту культури та мистецтва; ознайомлення студентів із основними різновидами культурно-мистецьких акцій, принципами їх організації та проведення, крізь призму мистецьких акцій з досягненнями у сфері мистецтва; розкриття мистецтва як форми суспільної свідомості, як методу ідейно-естетичного виховання та образного пізнання навколишнього світу.

Основними завданнями вивчення дисципліни «Організація підприємницької діяльності в сфері культури» є:

- засвоєння ключових понять і принципів організації культурно-мистецьких акцій;
- знайомство з сучасними вимогами до діяльності куратора;
- формування базових уявлень про організацію та проведення акцій;
- розвиток самостійного сприйняття процесу організації заходів в Україні;

- оволодіння практичними вміннями та навичками організації культурно-мистецьких проєктів.

3. Програма навчальної дисципліни:

Змістовий модуль 1. Теоретико-методологічні основи культурно-мистецьких заходів

Тема 1. Вступ до дисципліни. Історія всесвітніх культурно-мистецьких подій

Історичні віхи акційної діяльності за кордоном. Обговорення переваг та недоліків окремих проєктів. Методологія дослідження виняткових подій. Основні етапи (підготовчий, корекційний, основний). Вимоги до підготовки та проведення масштабних заходів. Технологія розробки програми заходу. Поняття акції включає в себе подію, захід, церемонію та шоу. Акція – технологія, що означає перетворення заходу шляхом допоміжних ефектів в щось абсолютно виняткове з точки зору відвідувачів. Конкурс ідей та творчий вплив ззовні.

Тема 2. Культурно-мистецька політика в Україні. Культурний простір України. Концептуальність проведення заходів. PR виставкового проєкту

Культурно-мистецька політика та сукупність принципів і норм, адміністративних і фінансових видів діяльності та процедур, які забезпечують основу дій держави у культурно-мистецькій сфері. Культурний простір України як культурна діяльність у якій задовольняються культурні, інформаційні та дозвіллі потреби громадян, що охоплює, зокрема, радіо і телебачення, періодичні друковані видання та книговидавничу продукцію, ринок культурних благ, а також культурно-мистецьке середовище.

Основні прийоми. Особливості подієвого менеджменту у мистецтві. Стратегічне управління у сфері проєктування, проведенні й організації спеціальних заходів. Джерела фінансування для проведення культурно-мистецьких акцій. Технічне забезпечення спеціальних подій. Особливості рекламного забезпечення. Особливості створення сценарію. Робота над створенням друкованої рекламної продукції. Написання та розсилка прес-релізу. Взаємозв'язок зі ЗМІ. Розміщення інформації у партнерів. Інтернет-комунікація. Поширення інформації через соціальні мережі. Спеціальні PR-події.

Тема 3. Види та категорії культурно-мистецьких акцій, етапи їх реалізації.

Виставка, ярмарка, круглий стіл, фестиваль, конференція, симпозіум, майстер-клас, аукціон, семінар, пленер. Етапи реалізації участі в культурно-мистецьких акціях. Категорії проведення культурно-мистецьких акцій: місце проведення, частота проведення, напрямок роботи, види пропозицій.

Масштаб культурно-мистецьких акцій: Персональні та групові, регіональні, всеукраїнські, міжнародні культурно-мистецькі акції: специфіка організації та проведення. Музейна культурно-освітня робота. Презентація та інтерпретація. Програми та публікації. Робота з громадськістю.

Змістовий модуль 2. Комунікація крізь призму культурно-мистецьких акцій

Тема 4. Відкриття акції. Оцінка ефективності культурно-мистецького проекту

Пролог (експозиція) - початок заходу, вступна, вихідна частина сценарію. Він має активізувати увагу, зацікавити, заінтригувати. Пролог – це коротка, емоційна дія. Головне завдання прологу – психологічно підготувати глядача до заходу. У пролозі застосовуються такі прийоми: вербальний, ритуальний, музичний, кіно пролог, кінокліп, застосування технічних ефектів.

Тематична структура експозиції, експозиційні комплекси. Основні принципи побудови експозиції. Типи експозицій. Специфіка організації у зв'язку з іншими напрямками роботи. Концепція, попередній відбір інсталяцій, тематико-експозиційний план (ТЕП), побудова експозиції, декоративне оформлення. Експозиція та текстові / звукові / відео матеріали.

Внесення остаточних змін в експозиції. Підготовка простору для урочистого відкриття. Перевірка технічного оснащення. Забезпечення фотофіксації відкриття. Зустріч гостей. Виступи організаторів, художників, почесних гостей. Забезпечення додаткових активностей на відкритті. Саунд-дизайн. Анонсування найближчих подій.

Підбиття підсумків. Аналізування думки відвідувачів виставки, партнерів, підписників сторінок у соціальних мережах; кількості відвідувачів, їх зацікавлень; ефективності PR компанії; фінансового стану на момент завершення акції. Складання звіту: внутрішнього, для партнерів та спонсорів. Подальший план дій.

Тема 5. Технології фандрейзінгу в сфері культури. Образотворчість у мистецько-видовищних формах. Сценарно-режисерська театралізація

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

Нові засоби мистецької виразності та способи мистецького самовираження, що виявляються у яскравому акцентуванні візуально-видовищного аспекту художніх форм. Інсталяція: образотворчо-видовищна трансформація. Флешмоб як мистецько-ігрова акція. Хепенінг як мистецтво дії та спровоковане, імпровізоване, непередбачуване дійство, до якого залучаються глядачі.

Творчий спосіб перетворення життєвого, документального матеріалу у художній сценарій, з подальшим його приведенням до художньої образної форми вистави через систему образотворчих, виразних та інакомовних засобів.

Виділяють три види театралізації: Театралізація компільованого (комбінованого) виду – тематичний підбір і використання готових художніх образів з різних видів мистецтв і поєднання їх між собою сценарно-режисерським ходом. Театралізація оригінального виду – створення нових художніх образів згідно з сценарно-режисерським задумом. Театралізація змішаного виду – використання сценаристом першого і другого видів театралізації. Одна частина театралізованої дії (наприклад, пролог), оснований на оригінальному створенні нових текстів, образів, номерів, а друга частина – це компіляція готових номерів.

4. Структура залікового кредиту з дисципліни «Організація культурно-мистецьких акцій»

	Кількість годин					
	Лекції	Практ заняття	СРС	ІРС	Тренінг	Контр. заходи
Змістовий модуль 1. Теоретико-методологічні основи культурно-мистецьких заходів						
Тема 1. Вступ до дисципліни. Історія всесвітніх культурно-мистецьких подій.	4	4	11	1	3	Поточне опитування, реферати, творча робота
Тема 2. Культурно-мистецька політика в Україні. Культурний простір України. Концептуальність проведення заходів. PR виставкового проекту.	4	4	15			
Тема 3. Види та категорії культурно-мистецьких акцій, етапи їх реалізації.	6	6	20			
Змістовий модуль 2. Комунікація крізь призму культурно-мистецьких акцій						
Тема 4. Відкриття акції. Оцінка ефективності культурно-мистецького проекту	8	8	15	2	3	Поточне опитування, реферати, творча робота
Тема 5. Технології фандрейзінгу в сфері культури. Образотворчість у мистецько-видовищних формах. Сценарно-режисерська театралізація.	8	8	20			
Разом	30	30	81	3	6	

5. Тематика занять

№ з/п	Назва теми	К-сть годин
Т1	Традиційні різновиди культурно-мистецьких акцій.	2

T1	Розроблення презентації традиційних видів культурно-мистецьких акцій.	2
T2	Культурно-мистецька політика в Україні. Менеджмент у мистецтві. Сучасний подієвий менеджмент у мистецтві.	2
T2	Проектний менеджмент, його реалізація. Реклама культурно-мистецьких акцій.	2
T3	Комунікація крізь призму культурно-мистецьких акцій. Організація роботи з громадськістю. Паблік рілейшнз.	2
T3	Музей, картинна галерея: збереження, презентація і популяризація мистецької спадщини. Основні напрями роботи музеїв. Розробка проекту майстер-класів, аукціонів.	4
T4	Інтерактивні інсталяції- комунікативна взаємодія мистецького об'єкту (інсталяції) з глядачем.	4
T4	Образотворчість у мистецько-видовищних формах. Технічні аспекти виготовлення інсталяції. Проект, реалізація. Аналіз різноманітних хепенінгів, перформансів, флешмобів, боді-арту	4
T5	Сучасний стріт-арт у просторі мистецько-видовищних форм. Мистецько-видовищні форми сучасного вуличного мистецтва. Презентація.	4
T5	Аналіз та вивчення проведення флешмобів, як мистецько-ігрової акції. Аналіз проведення культурно-мистецької діяльності Тернопільщини.	4
Разом		30

6. Самостійна робота студента

Самостійна робота студентів є основним способом оволодіння навчальним матеріалом у вільний від обов'язкових занять час. Обсяг і зміст самостійної роботи визначається робочою програмою та робочим планом в межах встановленого обсягу годин із навчальної дисципліни, методичними вказівками викладача.

Метою самостійної роботи є формування у студентів умінь і навичок самоосвіти, аналітичного мислення, творчого підходу до організації культурно-мистецьких заходів та здатності застосовувати отримані знання у практичній діяльності.

Самостійна робота сприяє розвитку ініціативності, відповідальності, креативності та підприємницької культури у сфері мистецтва.

Роль самостійної роботи:

1. Поглиблення знань: Самостійна робота дозволяє студентам закріпити теоретичні знання, отримані під час лекцій та практичних занять. Вивчення принципів технічного виконання робіт на практиці допомагає краще зрозуміти їхню сутність і важливість у дизайні.

2. Розвиток творчих навичок: Самостійна робота стимулює креативність, дозволяючи студентам експериментувати з матеріалами, техніками, фактурами та композиційними рішеннями. Це сприяє розвитку індивідуального стилю та художнього бачення.

3. Практичне застосування: Студенти отримують можливість реалізувати свої ідеї в конкретних проектах, що допомагає їм навчитися працювати з різними техніками та матеріалами, а також зрозуміти, як теорія застосовується в реальному житті.

4. Критичне мислення: Аналіз своїх робіт і робіт одногрупників розвиває здатність до критичного оцінювання, що є важливим аспектом

професійної діяльності. Студенти вчаться обґрунтовувати свої рішення та приймати конструктивну критику.

5. Формування професійних навичок: Самостійна робота готує студентів до майбутньої професійної діяльності, де вміння працювати самостійно, планувати та організовувати свій час є ключовими навичками.

Самостійна робота студентів передбачає:

опрацювання навчальної, наукової та методичної літератури з тем курсу;

вивчення сучасних тенденцій розвитку культурно-мистецької політики в Україні та світі;

формування навичок пошуку та аналізу інформації щодо організації культурних подій;

розробка елементів власних проєктів, сценаріїв, PR-кампаній тощо;

підготовка до практичних занять, контрольних робіт, презентацій, заліку.

Таким чином, самостійна робота є важливим елементом навчального процесу, що сприяє всебічному розвитку студентів у галузі дизайну, надає йому цілісність, підпорядковує його елементи один одному і цілому.

Критерії оцінювання аналогічні до критеріїв оцінювання практичного завдання.

Додаткові бали і заохочення за неформальну освіту.

Здобувачі освіти мають можливість отримати додаткові бали (до 10% від загальної оцінки за модуль) за участь у неформальних освітніх активностях, пов'язаних із тематикою курсу:

1. Активна участь у конкурсах та виставках з графічного дизайну: Участь у художніх конкурсах, виставках або фестивалях, де студенти можуть представити свої роботи. Нагороди або визнання на таких заходах можуть слугувати підставою для отримання додаткових балів.

2. Дослідницькі проєкти: Проведення власних досліджень у сфері синтезу декоративно-прикладного мистецтва і графічного дизайну, написання статей чи есе на актуальні теми, що демонструють глибоке розуміння предмету.

3. Вебіари та майстер-класи: Участь у зовнішніх вебіарах, семінарах або майстер-класах з тематики організації підприємницької діяльності в сфері культури, що проводяться професіоналами або експертами в цій галузі.

4. Створення навчальних матеріалів: Розробка власних навчальних посібників, презентацій або відео-уроків, які можуть бути використані іншими студентами для самостійного навчання.

5. Волонтерська діяльність: Участь у волонтерських проєктах, пов'язаних з мистецтвом і дизайном, наприклад, допомога в організації виставок, створення графічних матеріалів для соціальних проєктів тощо.

6. Публікації: Публікація своїх робіт або статей у студентських журналах, блогах або на платформах соціальних медіа, присвячених мистецтву і дизайну.

7. Курси та сертифікати: Завершення додаткових курсів або програм

підвищення кваліфікації з тематики організації підприємницької діяльності в сфері культури, які підтверджують знання і навички студента.

8. Індивідуальні проекти: Реалізація оригінальних проектів, які виходять за межі навчальної програми і демонструють креативність та інноваційність.

9. Обговорення та рецензування: Активна участь у групових обговореннях, надання конструктивної критики роботам однокласників, що сприяє розвитку комунікативних навичок і колективного навчання.

Перелік завдань, винесених на самостійне вивчення:

№ з/п	Назва теми
1	Класичні етапи реалізації участі в ярмарку (виставці). Види виставкових заходів.
2	Семінари, призетації, майстер-класи, аукціони, симпозіуми, пленери, круглі столи. Особливості проведення і організації.
3	Реклама в засобах масової інформації.
4	Розвиток арт-ринку як візитної картки конкретної країни, важливої складової її іміджу й туристичної привабливості. Зростання актуальності здійснення інтеграції вітчизняного ринку творів мистецтва до світового.
5	Основні спеціальні заходи менеджменту у мистецтві, спрямовані на привертання потрібної уваги широкої громадськості.
6	Класифікація виставок і ярмарок.
7	Музей, картинна галерея: збереження, презентація і популяризація мистецької спадщини. Експозиції, види, організація та проведення. Програми та публікації.
8	Тілесна образотворчість перформансу.
9	Образотворчо-тілесна видовищність боді-арту.
10	Флешмоб як мистецько-ігрова акція.
11	Організація міського довкілля: вуличні інсталяції.
12	Художнє графіті-зображення.
13	Стріт-арт як одна з найактуальніших форм художнього самовираження в усьому світі та невід'ємна частина міської культури і способу життя.

Умови зарахування балів: для отримання додаткових балів необхідно надати викладачу сертифікат, посилання на роботу або інший підтверджуючий документ із коротким описом (до 200 слів) того, як отриманий досвід допоміг у вивченні дисципліни.

Важливо: максимальна кількість додаткових балів за неформальну освіту не може перевищувати 10% від загального вагового коефіцієнта модуля. Деталі зарахування узгоджуються з викладачем індивідуально.

Загалом, додаткові бали можуть бути надані за будь-які активності, які демонструють ініціативу, креативність і прагнення до саморозвитку в галузі декоративно-прикладного мистецтва в графічному дизайні.

7. Тренінг з дисципліни

Метою проведення тренінгових занять є формування у студентів практичних умінь і навичок, необхідних для ефективної організації, управління та реалізації культурно-мистецьких заходів у сучасних умовах. Тренінги спрямовані на розвиток комунікативної компетентності, творчого

мислення, лідерських якостей, а також здатності працювати в команді, приймати рішення та знаходити інноваційні підходи до реалізації культурних проєктів.

Завдання тренінгу

- закріплення теоретичних знань, отриманих під час лекцій і практичних занять;
- відпрацювання професійно значущих навичок у сфері культурного менеджменту та підприємництва;
- формування досвіду міжособистісної комунікації, публічних виступів і презентації власних ідей;
- розвиток креативності, ініціативності, відповідальності;
- моделювання реальних ситуацій, пов'язаних з організацією культурно-мистецьких подій.

Зміст та формат тренінгу

Тренінги проводяться у формі:

- інтерактивних занять з використанням ігрових, дискусійних і симуляційних методів;
- групових та індивідуальних вправ, спрямованих на вирішення конкретних професійних завдань;
- рольових і ділових ігор, кейс-аналізів, презентацій і творчих завдань.

У процесі тренінгу студенти:

- створюють і презентують концепції культурно-мистецьких заходів;
- відпрацьовують етапи підготовки, проведення та оцінювання подій;
- формують навички публічної комунікації, PR, фандрейзингу, менеджменту.

Роль тренінгу в навчальному процесі

Тренінг є практико-орієнтованим компонентом дисципліни, який забезпечує перехід від знання до дії.

Він дає студентам можливість:

- застосувати набуті знання у реалістичних умовах;
- отримати досвід професійної поведінки;
- розвинути самостійність, креативність і підприємницьке мислення.

Завдяки тренінгам формується цілісне розуміння організації культурно-мистецької діяльності як інтеграції творчості, менеджменту та комунікації.

8. Методи навчання

Для забезпечення ефективного та всебічного опанування дисципліни «Організація культурно-мистецьких акцій» пропонується застосовувати комбінацію традиційних, інтерактивних та інноваційних методів навчання, які сприятимуть розвитку теоретичних знань, практичних навичок,

критичного мислення, креативності та підприємницьких компетентностей студентів.

1. Лекційні заняття

Форми: проблемні лекції, лекції-візуалізації, інтерактивні лекції з елементами обговорення, зустрічі з практиками культурного менеджменту та митцями.

Методи:

- Пояснювально-ілюстративний метод – виклад матеріалу з використанням мультимедійних презентацій, відеофрагментів культурно-мистецьких заходів, прикладів з української та світової практики, аналітичних звітів та кейсів.
- Проблемно-пошуковий метод – постановка проблемних питань (напр., «Які моделі фінансування є ефективними для культурних проєктів?»), розгляд реальних ситуацій та пошук рішень у групах.
- Інтерактивні методи – лекції-дискусії, колективне обговорення успішних культурно-мистецьких подій, аналіз PR-кампаній, розбір організаційних моделей фестивалів, виставок, хепенінгів.

2. Практичні заняття

Мета: формування практичних умінь з організації, управління та просування культурно-мистецьких заходів.

Методи:

- Метод вправ і тренувань – відпрацювання навичок складання бюджету заходу, розробки PR-плану, сценарію відкриття події, створення контенту для соціальних мереж.
- Репродуктивний метод – виконання типових управлінських і комунікаційних завдань за зразками (написання пресрелізів, розробка афіші, підготовка офіційного листа партнеру).
- Творчий метод – створення авторських концепцій культурно-мистецьких акцій (виставка, фестиваль, перформанс), розробка власного проєкту з індивідуальною айденікою та PR-кампанією.
- Проєктний метод – розробка комплексного культурного проєкту з усіма етапами: від ідеї до реалізації (цілі, бюджет, команда, маркетинг, джерела фінансування, оцінка ефективності).
- Інтерактивні вправи – рольові ігри («організатор – спонсор – ЗМІ – аудиторія»), симуляції переговорів, дебати щодо культурної політики та фінансування мистецтва.

3. Самостійна робота студентів

Мета: формування навичок аналітичного мислення, самостійного прийняття рішень і професійної відповідальності.

Зміст самостійної роботи:

- аналіз законодавчих і нормативних актів у сфері культури;
- опрацювання наукових і публіцистичних матеріалів щодо культурної політики України;
- дослідження прикладів міжнародних культурних подій;

- розробка фрагментів власних культурно-мистецьких ініціатив;
- створення презентацій, аналітичних оглядів і звітів;
- підготовка грантових заявок або фандрейзингових стратегій;
- ведення електронного портфоліо студента (опис виконаних завдань, презентацій, розробок);
- використання онлайн-ресурсів і навчальних платформ (Coursera, YouTube) для підвищення обізнаності про сучасні тенденції культурного підприємництва.

4. Методи контролю та оцінювання

Поточний контроль:

- перевірка виконання практичних завдань;
- участь у дискусіях і тренінгах;
- оцінка активності в роботі групи;
- захист міні-проектів або кейсів.

Тематичний контроль:

- виконання комплексних практичних і творчих завдань (розробка PR-кампанії, сценарію заходу, плану фінансування);
- презентація результатів досліджень або аналітичних оглядів.

Підсумковий контроль:

- підсумковий проєкт, що включає:
1. захист індивідуального або групового культурного проєкту;
 2. обговорення результатів діяльності й рефлексію.

Критерії оцінювання:

- повнота і якість виконання завдань;
- аналітичність і аргументованість;
- креативність та інноваційність рішень;
- професійність презентації результату;
- своєчасність подання робіт;
- рівень командної взаємодії (для групових проєктів).

5. Інноваційні та технологічні методи навчання

- **Демонстраційно-візуальні методи** – використання відео- та фотоархівів культурних подій, інтерактивних мап, віртуальних турів виставок і музеїв.
- **Дискусії та дебати** – обговорення етичних, правових та економічних аспектів культурного підприємництва, залучення спікерів-практиків.
- **Гейміфікація навчального процесу** – впровадження конкурсів і “челенджів” (наприклад, “Розроби ідею арт-фестивалю з мінімальним бюджетом” або “Фандрейзинг за 10 кроків”).
- **Дистанційні технології** – Zoom як платформи для спільної роботи над культурними проєктами.

9. Засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання

У процесі вивчення навчальної дисципліни «Організація культурно-мистецьких акцій» застосовуються такі засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання, які спрямовані на перевірку рівня засвоєння теоретичних знань, сформованість практичних умінь, креативність і здатність до самостійного мислення студентів:

Засоби оцінювання:

- **Поточний контроль:** усне опитування, перевірка конспектів, участь у дискусіях, оцінювання активності під час лекцій і практичних занять.
- **Оцінювання практичних робіт:** перевірка розроблених студентами планів заходів, PR-кампаній, сценаріїв відкриття, кошторисів, фандрейзингових стратегій.
- **Тематичний контроль:** захист мініпроектів, аналітичних кейсів або презентацій культурних ініціатив.
- **Портфоліо студента:** накопичення виконаних завдань, презентацій, проєктних і творчих робіт, що демонструють індивідуальний прогрес.
- **Підсумковий контроль (екзамен):** комплексне оцінювання знань і навичок студентів, що включає теоретичний тест та захист індивідуального/групового культурного проєкту.

Методи демонстрування результатів навчання:

- **Презентація проєктів:** публічний захист розроблених студентами культурно-мистецьких заходів, фестивалів, виставок або PR-кампаній.
- **Мультимедійні презентації та виступи:** демонстрація концепцій, бюджетів, комунікаційних стратегій за допомогою візуальних матеріалів.
- **Дискусії та обговорення:** усна аргументація власної позиції під час аналізу кейсів або захисту групових рішень.
- **Публікаційна та комунікаційна активність:** створення інформаційних матеріалів (анонсів, пресрелізів, постів у соцмережах) як форма демонстрації здобутих навичок.
- **Онлайн-захист:** проведення захисту проєктів у дистанційному форматі (через Zoom, Google Meet або Moodle) з використанням цифрових презентаційних інструментів.

10. ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ.

Політика щодо дедлайнів і перескладання. Для виконання усіх видів завдань студентами і проведення контрольних заходів установлюються конкретні терміни. Перескладання модулів здійснюється в установленому порядку.

Політика щодо академічної доброчесності. Списування під час проведення контрольних заходів заборонені. Під час контрольного заходу студент може користуватися лише дозволеними допоміжними матеріалами або засобами, йому забороняється в будь-якій формі обмінюватися

інформацією з іншими студентами, використовувати, розповсюджувати, збирати варіанти контрольних завдань.

Політика щодо відвідування. Відвідування занять є обов'язковим, пропуски практичних занять відпрацьовуються. За об'єктивних причин (наприклад, карантин, воєнний стан, хвороба, закордонне стажування) навчання може відбуватись в дистанційній формі за погодженням із керівником курсу з дозволу дирекції факультету чи інституту.

Політика щодо визнання результатів навчання

Відповідно до «Положення про визнання в Західноукраїнському національному університеті результатів попереднього навчання» (https://www.wunu.edu.ua/pdf/pologenya/Polozhennya_ruzult_poper_navch.pdf) здобувачам вищої освіти може бути зараховано результати навчання (неформальної / інформальної освіти, академічної мобільності тощо) на підставі документів, що їх підтверджують (сертифікати, довідки, документи про підвищення кваліфікації тощо). Рішення про зарахування здобувачу результатів (певного освітнього компонента в цілому, або ж окремого виду навчальної роботи за таким освітнім компонентом) приймає вповноважена Комісія з визнання результатів навчання за процедурою, визначеною вищезазначеним положенням.

11. Критерії, форми поточного та підсумкового контролю

Підсумковий бал (за 100-бальною шкалою) з дисципліни «Організація культурно-мистецьких акцій» визначається як середньозважена величина, залежно від питомої ваги кожної складової залікового кредиту:

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
1. Оцінка за поточне оцінювання визначається як середнє арифметичне з оцінок, отриманих під час занять (теми 1-3 – не менше 6 оцінок).		1. Оцінка за поточне оцінювання визначається як середнє арифметичне з оцінок, отриманих під час занять (теми 4-5 – не менше 4 оцінок).		Оцінювання розробленого і проведеного тренінгу.	Оцінювання завдання «Творча робота»
2. Модульний контроль 1 проводиться на практичному занятті. Оцінка за Модульний контроль 1 виставляється на підставі виконання творчого завдання.		2. Модульний контроль 2 проводиться на практичному занятті. Оцінка за Модульний контроль 2 виставляється на підставі виконання творчого завдання.			

Критерії оцінювання практичного завдання

Назва критерію	Характеристика критерію
Актуальність та обґрунтованість ідеї	Відповідність потребам сучасного культурного простору; наявність чіткої мети, місії, аргументованої соціальної або культурної цінності.
Логічність структури проєкту	Послідовність, реалістичність етапів; наявність чіткого плану дій, визначення команди та відповідальностей.
Фінансове планування	Обґрунтованість бюджету, розуміння джерел фінансування, реалістичність кошторису.
Маркетингова стратегія	Конкретність, креативність і ефективність PR- та комунікаційних інструментів, відповідність цільовій аудиторії.
Креативність і новизна	Оригінальність ідеї, інноваційність підходів, здатність запропонувати нестандартні рішення.
Презентація результату	Структурованість, логіка викладу, візуальна культура презентації, вміння аргументовано захищати свою ідею.

Характеристика рівнів виконання завдання (шкала 100-бальної системи)

Бали	Характеристика рівня виконання
90–100	Проєкт виконаний бездоганно: структурований, логічний, інноваційний, фінансово обґрунтований, із чітко визначеною місією; презентація професійна, аргументована.
85–89	Дуже добре виконаний проєкт із незначними недоліками в деталях; логічна структура, цікава ідея, продумана комунікація.
75–84	Добре виконана робота, є окремі неточності або нечіткість у фінансовій чи маркетинговій частині; ідея має потенціал розвитку.
65–74	Задовільний рівень: робота виконана частково, бракує логіки в структурі або деталізації; обґрунтування слабе.
60–64	Робота виконана поверхово, є значні недоліки в аналітичній, фінансовій або комунікаційній частині.
35–59	Недостатній рівень: відсутня логіка проєкту, фінансування не обґрунтоване, промоційна частина не розроблена.
1–34	Проєкт не відповідає завданню або не виконаний; відсутня структура, аргументація, презентація.

Критерії оцінювання модульних робіт (культурно-мистецькі акції)

Оцінювання здійснюється за такими показниками:

- розуміння теоретичних основ організації культурно-мистецьких заходів;
- здатність аналізувати культурні події та середовище;
- логіка побудови проєкту (ідея, концепція, етапи реалізації);
- креативність та інноваційність ідеї;

- відповідність проєкту реальним умовам (ресурси, аудиторія, формат);
- опрацювання PR-стратегії, комунікації та промоції;
- якість оформлення матеріалів (презентації, тексти, візуалізація);
- здатність аргументувати рішення (особливо у модульних роботах).

90–100 балів – відмінно

Робота демонструє глибоке розуміння організації культурно-мистецьких акцій. Проєкт є цілісним, логічним, інноваційним і практично реалістичним. Чітко продумано концепцію, етапи реалізації, комунікацію та PR. Матеріали оформлені професійно. Студент аргументовано обґрунтовує рішення.

85–89 балів – дуже добре

Проєкт виконано якісно, має логічну структуру та зрозумілу концепцію. Є незначні недоліки у деталях або глибині аналізу. Загальний рівень високий.

75–84 бали – добре

Завдання виконано. Концепція зрозуміла, але не повністю розкрита або недостатньо інноваційна. Є окремі недоліки в структурі, аналізі чи подачі.

65–74 бали – посередньо

Робота демонструє базове розуміння теми. Концепція поверхнева. Недостатньо опрацьовані етапи реалізації або комунікація. Подача слабша.

60–64 бали – задовільно

Завдання виконано на мінімальному рівні. Відсутня цілісність проєкту. Є суттєві недоліки у логіці, структурі та змісті.

35–59 балів – незадовільно

Робота виконана частково або формально. Відсутнє розуміння принципів організації заходів.

1–34 бали – незадовільно

Робота не виконана або не відповідає вимогам.

Критерії оцінювання самостійної роботи

Оцінювання здійснюється за такими показниками:

- рівень опрацювання теоретичного матеріалу;
- здатність до аналізу культурно-мистецьких процесів;
- самостійність та ініціативність;
- креативність і практична спрямованість завдань;
- якість виконання письмових, аналітичних і творчих робіт;
- логічність і структурованість викладу;
- використання сучасних джерел та прикладів.

90–100 балів – відмінно

Студент демонструє глибоке розуміння матеріалу, вмів аналізувати та узагальнювати інформацію. Роботи є самостійними, змістовними, креативними. Чітко простежується зв'язок теорії з практикою.

85–89 балів – дуже добре

Матеріал засвоєно добре. Роботи логічні, структуровані, з незначними недоліками.

75–84 бали – добре

Завдання виконано, але без глибокого аналізу. Є окремі недоліки у змісті або подачі.

65–74 бали – посередньо

Поверхнєве розуміння теми. Недостатня самостійність або слабка аргументація.

60–64 бали – задовільно

Мінімальний рівень виконання. Роботи фрагментарні.

35–59 балів – незадовільно

Завдання виконано частково або формально.

1–34 бали – незадовільно

Робота відсутня або не відповідає вимогам.

Критерії оцінювання тренінгу

Оцінювання здійснюється за такими показниками:

- здатність застосовувати теоретичні знання на практиці;
- участь у командній роботі;
- комунікативні навички;
- креативність та ініціативність;
- здатність приймати рішення та працювати з кейсами;
- якість розроблених ідей/проектів;
- рівень презентації та публічного виступу.

90–100 балів – відмінно

Студент активно працює, демонструє лідерські якості, креативність та високий рівень професійного мислення. Вміє застосовувати знання у практичних ситуаціях. Презентація переконлива, чітка, професійна.

85–89 балів – дуже добре

Активна участь у тренінгу. Добре володіння матеріалом. Є незначні недоліки у комунікації або презентації.

75–84 бали – добре

Участь стабільна, але без високої ініціативи. Завдання виконуються правильно, але без глибини.

65–74 бали – посередньо

Обмежена активність. Виконання завдань на базовому рівні.

60–64 бали – задовільно

Мінімальна участь. Слабка комунікація та залученість.

35–59 балів – незадовільно

Пасивна участь або часткове виконання завдань.

1–34 бали – незадовільно

Відсутність участі у тренінгу.

Шкала оцінювання:

За шкалою ЗУНУ	За національною шкалою	За шкалою ECTS
90–100	відмінно	A (відмінно)
85–89	добре	B (дуже добре)
75–84		C (добре)
65–74	задовільно	D (задовільно)
60–64		E (достатньо)
35–59	незадовільно	FX (незадовільно з можливістю повторного складання)
1–34		F (незадовільно з обов'язковим повторним курсом)

10. Інструменти, обладнання та програмне забезпечення, використання яких передбачає навчальна дисципліна

№ п/п	Найменування	Номер теми
1	Мультимедійний проектор	1-5
2	Проекційний екран	
3	Комунікаційне програмне забезпечення (Google Chrome, Firefox)	
4	Наявність доступу до мережі Інтернет	
5	Персональні комп'ютери, ноутбук.	
6	Комунікаційне програмне забезпечення (Zoom) для проведення занять у режимі он-лайн (за необхідності)	
7	Комунікаційна навчальна платформа (Moodle) для організації дистанційного навчання (за необхідності)	
8	Програмне забезпечення: ОС Windows	
9	Інструменти Microsoft Office (Word; Excel; Power Point і т. і.)	
10	Взірці робіт, репродукції	

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Базова

1. The trade fair industry: facts, functions, perspectives, 3rd revised edition. – Berlin, 2007.
2. Борисенко О.І., Житницький А.З. драматургія музейної експозиції. *Проблеми збереження та відновлення історичної пам'яті*: Тези доп. третьої наук. конф. з питань музеєзнавства та історичного краєзнавства, 23-24 трав. 1995р. / Харк. держ. ін-т культури. Х.: ХДІК, 1995. С.27-28.
3. Бродель Ф. Матеріальна цивілізація: економіка і капіталізм, XV-XVIIIст.: В 3 т. К.: Основи, 1995-1998.
4. Вайдахер Ф. Загальна музеологія: Посібник/ Перекл. з нім. В.Лозинський, О. Лянг, Х. Назаркевич. Львів: "Літопис", 2005. 632с.
5. Виставкова діяльність в Україні. Статистичний бюлетень. К., 2008. 49с.
6. 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.

7. 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.
8. Кредісова А.І. Управління зовнішньоекономічною діяльністю: Навч. посібник: 2-ге вид., випр. і доп. / За заг. ред. А.І. Кредісова. К.: ВІРА-Р, 2002. 552 с.
9. Лук'янець Т.І. Маркетингова політика комунікацій: Навч. посібник. 2-ге вид, доп. і перероб. К.: КНЕУ, 2003. 524 с.
10. Миронов Ю.Б., Крамар Р.М. Основи рекламної діяльності. Навч. посібник. Дрогобич: Посвіт, 2007. 108 с.
11. Савощенко А.С. Інфраструктура товарного ринку: Навч. посібник. К.: КНЕУ, 2005. 336 с.
12. Станіславська К.І. Мистецько-видовищні форми сучасної культури : монографія; вид. друге, перероб. і доп. К. : НАКККиМ, 2016. 352 с. : іл
13. Циганкова Т.М., Петрашко Л.П., Кальченко Т.В. Міжнародна торгівля: Навч. посібник. К.: КНЕУ, 2001. 488 с.

Інтернет-ресурси

1. Український культурний фонд (UCF) – звіт «The state of culture and creative industries during the war» містить аналітику щодо культури та креативних індустрій в Україні. [The state of culture and creative industries during the war](#)
2. Документ «Developing cultural and creative industries in Ukraine» – аналітичний огляд сектору креативних індустрій, включно з дизайном. [171205 Creative Industries Report for Ukraine](#)
3. <https://houseofeurope.org.ua/>
4. <https://creativeeurope.in.ua/>