

Міністерство освіти і науки України  
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна  
Кафедра теорії культури і філософії науки

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Декан філософського факультету

Іван КАРПЕНКО

“ \_\_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 2023 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

**МЕНЕДЖМЕНТ КУЛЬТУРНОЇ СФЕРИ**

(назва навчальної дисципліни)

рівень вищої освіти \_\_\_\_\_ **другий (магістр)** \_\_\_\_\_  
галузь знань \_\_\_\_\_ 03 Гуманітарні науки \_\_\_\_\_  
(шифр і назва)  
спеціальність \_\_\_\_\_ 034 Культурологія \_\_\_\_\_  
(шифр і назва)  
освітня програма \_Культурологія\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_  
(шифр і назва)  
вид дисципліни \_\_\_\_\_ обов’язкова \_\_\_\_\_  
(обов’язкова / за вибором)  
факультет \_\_\_\_\_ філософський \_\_\_\_\_

2023 / 2024 навчальний рік

Програму рекомендовано до затвердження Вченою радою філософського факультету

“24” червня 2023 року, протокол № 5

РОЗРОБНИКИ ПРОГРАМИ: викладач кафедри теорії культури і філософії науки Іванова Н.В.

Програму схвалено на засіданні кафедри на засіданні кафедри теорії культури і філософії науки філософського факультету

Протокол від “ 19 ” травня 2023 року № 12

Завідувач кафедри теорії культури і філософії науки

\_\_\_\_\_ Дмитрій ПЕТРЕНКО  
(підпис) (прізвище та ініціали)

Програму погоджено з гарантом освітньо-професійної програми «Культурологія»

Гарант освітньо-професійної програми «Культурологія»

\_\_\_\_\_ Ярослав БЛІК  
(підпис) (прізвище та ініціали)

Програму погоджено методичною комісією філософського факультету

Протокол від “ 15” червня 2023 року № 10

Голова методичної комісії філософського факультету

\_\_\_\_\_ Сергій ГОЛІКОВ

## ВСТУП

Програма навчальної дисципліни «**Менеджмент культурної сфери**»  
складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки

### Магістр

(назва рівня вищої освіти, освітньо-кваліфікаційного рівня)

галузь знань 03 – Гуманітарні науки

спеціальність 034 - Культурологія

## 1. Опис навчальної дисципліни

### 1.1. Мета викладання навчальної дисципліни:

Дати знання і навички необхідні для реалізації проектів в галузі культури. Дати уявлення про компетенції та інструменти, необхідні для професійної реалізації менеджерів, що мають на меті реалізацію культурного проекту в Україні та поза її межами.

Проектний менеджмент один з основних інструментів розвитку сучасної культури. Навчальна дисципліна «Менеджмент культурної сфери» дає студентам освітнього рівня «магістр», комплексні знання про роботу над проектами від народження ідеї до її реалізації і оприлюднення результатів. Розглядаються правові та економічні аспекти, завдання менеджменту та маркетингу. Акцент робиться на роботі з проектною документацією та заявками на отримання грантів, що дозволить майбутнім фахівцям реалізувати знання в повсякденній практичній діяльності.

### 1.2. Основними завданнями вивчення дисципліни є:

- розкрити важливість проектного мислення в культурній галузі;
- надати основи проектного менеджменту і ключові етапи створення проектів;
- сформувати основні компетентності та надати можливість вивчення реального практичного досвіду у реалізації культурних проектів.
- надати загальну інформацію щодо функціонування арт-ринку та арт-середовища в Україні, формування трендів та сучасних тенденцій розвитку.

1.3. Кількість кредитів – 4

1.4. Загальна кількість годин – 120

1.5. Характеристика навчальної дисципліни	
Нормативна / за вибором за вибором	
Денна форма навчання	Заочна (дистанційна) форма навчання
Рік підготовки	
2-й	
Семестр	
1-(3)-й	
Лекції	
18 год.	
Практичні, семінарські заняття	
9 год.	
Лабораторні заняття	
0 - год.	
Самостійна робота	
93 - год.	
Індивідуальні завдання	
0- год.	

#### 1.6. Заплановані результати навчання.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні досягти таких результатів навчання:

студент повинен **знати:**

- Етапи створення проектів
- Термінологію проектного менеджменту
- Типи донорів
- Методи аналізу результатів реалізації
- Методи промоції
- Базові правові аспекти
- Базові фінансові аспекти

В результаті освоєння курсу дисципліни студент повинен **вміти:**

- Формулювати мету, цілі і задачі проекту
- Оцінювати актуальність проекту
- Планувати етапи реалізації
- Складати бюджет проекту
- Прораховувати ризики
- Заповнювати грантову аплікаційну форму
- Складати фандрейзинговий план
- Складати PR-план
- Складати звіт після реалізації проекту

### Компетентності

- Здатність формулювати місію організації і ціль проекту
- Здатність критично оцінювати актуальність ідеї і лаконічно її формулювати
- Здатність поетапно планувати
- Здатність оцінювати ризики
- Здатність комунікувати з урахуванням різних аудиторій щодо проекту
- Здатність прораховувати фінансові і ресурсні витрати
- Здатність аналізувати результати і робити висновки щодо реалізації проекту.

### 3. Програма навчальної дисципліни

3.	<p><b>Тема 1. Від ідеї до проекту. Класифікація проектів. Планування і критичне мислення. Методи оцінки проекту.</b></p> <p>Комерційні і некомерційні; одноразові, циклічні і довгострокові, інституційні, міжнародні і локальні, - різні типи проектів і їхні основні характеристики. Місія і стратегія організації. Основні етапи культурного проекту. Термінологія. Опис проекту.</p> <p><b>SMART модель</b> – аббревіатура 5 критеріїв, за якими необхідно оцінити ідею, – specific, measurable, attainable, relevant, time-bound (конкретність, вимірність, досяжність, реалістичність, визначеність у часі).</p> <p>S – чітко сформульована мету; M – конкретні результати проекту; A – наявні ресурси для реалізації проекту; R – реалістичність; T – чіткі терміни досягнення мети.</p> <p><b>Діаграма Ганта</b> (англ. Gantt chart, також стрічкова діаграма, графік Ганта) - це популярний тип діаграм, який використовується для ілюстрації плану, графіка робіт за будь-яким проектом. Є одним з методів планування та управління проектами.</p> <p>Перший формат діаграми був розроблений Генрі Л. Гантом (Henry L. Gantt, 1861-1919) у 1910 році.</p> <p>Діаграма Ганта являє собою відрізки (графічні плашки), розміщені на горизонтальній шкалі часу. Кожен відрізок відповідає окремому завданню або підзадачі. Завдання і підзадачі, складові плану, розміщуються по вертикалі. Початок, кінець і довжина відрізка на шкалі часу відповідають початку, кінцю і тривалості завдання. На деяких діаграмах Ганта також показується залежність між завданнями.</p> <p>Часто діаграма Ганта використовується спільно з таблицею зі списком робіт, рядки якої відповідають окремо взятій задачі, зображеній на діаграмі, а стовпці містять додаткову інформацію про задачу.</p> <p><b>SWOT-аналіз</b> - це аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища організації. Аналізу підлягають сильні сторони (Strength), слабкі сторони (Weakness)</p>
----	---

внутрішнього середовища, а також можливості (Opportunities) і загрози (Threats) зовнішнього середовища організації. Методологія SWOT-аналізу передбачає спочатку виявлення сильних і слабких сторін, можливостей і загроз, після цього встановлення зв'язків між ними, які в подальшому можуть бути використані для формулювання стратегії організації.

**PEST аналіз** (political, economic, social, technological factors) – полягає в ідентифікації й оцінюванні політичних, економічних, соціо-культурних та технологічних чинників.

**Тема 2. Фандрейзинг проектів. Фонди, меценати, спонсори, краудфандинг. Пошук ресурсів на реалізацію проекту. Різні принципи донорста. Адаптація проекту. Партнерські відносини формальні і етичні аспекти. Аплікаційні форми. Структура і порядок заповнення.**

**Фандрейзинг** (англ. Fundraising) - процес залучення грошових та інших ресурсів організацією (переважно некомерційною / благодійною) з метою реалізації певного соціального проекту або серії проектів, об'єднаних однією спільною ідеєю, або ж «вектором руху». Кошти можуть надходити від приватних осіб, комерційних організацій, фондів, урядових організацій. Пошук грантів та залучення спонсорської підтримки - найбільш популярні інструменти фандрейзингу. Також до інструментів відносяться краудфандинг, благодійні концерти, благодійні аукціони, збір пожертв за допомогою благодійних скриньок, благодійні марафони, благодійні лотереї та розсилка благодійних листів.

**Організація фандрейзингу передбачає:**

пошук потенційних джерел фінансування; обґрунтування потреби в коштах і узгодження з інтересами потенційних фінансових донорів; формування, підтримку і розвиток зв'язків із фінансовими донорами; формування громадської думки на користь підтримки діяльності організації; вибір зручного інструменту фандрейзингу, який відповідає потребам та можливостям організації; здійснення фандрейзингової акції чи кампанії; звітування за результатами фандрейзингу.

**Краудфандинг** (англ. Crowdfunding, crowd — «громада, гурт, юрба», funding — «фінансування»), тобто «Фінансування громадою» — це співпраця людей, які добровільно об'єднують свої гроші чи інші ресурси разом, як правило через Інтернет, аби підтримати зусилля інших людей або організацій.

**Пошук ресурсів на реалізацію проекту. Різні принципи донорста.**

Адаптація проекту. Лист-прохання до мецената. Структура і важливі відомості.

Спонсорський пакет. Структура і важливі відомості.

**Партнерські відносини формальні і етичні аспекти.**

Закордонні та локальні партнери. Права і обов'язки сторін. Договір про співпрацю.

**Тема 3. Бюджетування. Кошторис проекту. Основні статті витрат.**

**Податки, приховані комісії, непередбачувані витрати.**

**Кошторис** – це комплекс документальних розрахунків, необхідних для визначення розміру витрат на проект. Кошторис має подвійне значення: це документ, що визначає вартість проекту та інструмент контролю й аналізу витрат коштів і ресурсів на проект.

**Бюджет проекту** - це план надходження і використання грошей на реалізацію якоїсь частини проекту або проекту в цілому.

Різниця між кошторисом і бюджетом полягає в тому, що в той час як **кошторис** проекту показує тільки загальну суму, що виділяється на кожний вид

діяльності або на певний обсяг робіт проекту, бюджет показує витрати за певний період часу також на кожний вид діяльності або на центр витрат

Назва статті бюджету	Порядок розрахунку розміру статті	Очікуване фінансування від донора	Власний внесок організації	Внесок інших донорів	Всього

**Допустимі витрати:**

- Заробітна плата і гонорари, нарахування на заробітну плату;
- Послуги ФОП (фізичних осіб-підприємців);
- Контрактні послуги
- Витрати на проведення заходів
- Витрати на відрядження і транспортні витрати
- типографських витрат
- придбання спеціальної літератури і передплати періодичних видань
- придбання обладнання
- Витрати на оплату оренди
- Витрати на послуги зв'язку
- Інтелектуальна власність
- Витрати на рекламу і громадські зв'язки
- Витрати на оплату послуг банку
- Інші витрати

**Недопустимі витрати. Непередбачувані витрати.**

**Податки**, які варто враховувати, плануючи бюджет. Оподаткування штатних працівників, цивільно-правовий договір з фізособою, терміновий трудовий договір на період проекту з фізособою: єдиний соціальний внесок – 22%, податок на доходи фізичних осіб – 18%, військовий збір – 1,5. Цивільно-правові відносини з ФОП та юридичними особами.

Невитрачені кошти. Звітність перед грантодавцем і ДФС України.

**Тема 4. Комунікації організації. Промоція проекту. PR-стратегія і рекламна кампанія. Аналіз ефективності.**

PR-стратегія – це оптимальна модель системи взаємовідносин організації із зовнішніми і внутрішніми аудиторіями. PR-стратегія має на увазі під собою систему, що створюється для вироблення і реалізації чіткого плану дій в рамках конкретного проекту.

**Етапи розвитку PR-стратегії:**

- Визначення чітких цілей PR-політики компанії
- Виявлення пріоритетних груп стейкхолдерів;
- Постановка чітких завдань по кожній з цільових груп стейкхолдерів;
- Визначення інформаційних полів, аудит, стратегія присутності;
- Розробка критеріїв оцінки результату PR-діяльності;
- Опис публічного позиціонування організації / проекту/ бренду / персони;
- PR-концепція;
- PR-інструменти;
- PR-план;

- Бюджет або принципи формування бюджету.

**Рекламна кампанія:**

- прес-анонс
- прес-реліз
- соціальні мережі
- реклама в міському просторі
- додаткові активності
- рекламна продукція
- інформаційні партнери
- медіа-звіт

**Тема 5. Звіт.**

**Що має бути у звіті перед грантодавцем. Наративний та фінансовий звіти. Податковий звіт. Аудит.**

**Наративний (змістовний) звіт. Його структура.**

<u>Плановані заходи / діяльність</u> згідно поданої проектної пропозиції			<u>Фактичний стан</u> виконання проекту на момент звітування <sup>1</sup>			
№ п/п	Які заходи / яку діяльність ви планували реалізувати в межах проекту	Очікувані результати	Які заходи / яку діяльність ви реалізували протягом звітного періоду? Детально опишіть (із представленням кількісних та якісних показників кожного із заходів / діяльності)	Дата / період проведення заходів	Фактичні результати	Продукти проекту

**Фінансовий звіт.**

**Бухгалтерська звітність** — це система узагальнення показників, що характеризують господарсько-фінансову діяльність підприємств за попередній період (місяць, квартал, рік).

Бухгалтерська (фінансова) звітність подається відповідно до Закону України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність", а також положень (стандартів) бухгалтерського обліку, нормативно-правових актів, що регламентують питання фінансової звітності.

Положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 1 визначаються мета, склад і принципи підготовки фінансової звітності та вимоги до визначення й розкриття її елементів. **Значення бухгалтерської звітності** полягає в тому, що вона є



	<p>джерелом інформації про результати господарсько-фінансової діяльності підприємства; за відповідними показниками підприємства аналізують свою діяльність, одержують інформацію для подальшого її планування. <b>Бухгалтерський баланс</b> покликаний давати оцінку майновому і фінансовому становищу організації за станом на звітну дату.</p> <p><b>Звітність перед грантодавцем</b> (Фінансовий звіт) може складатися з бухгалтерського балансу, звіту про цільове використання коштів та додатків до них.</p> <p><b>Ризики та непередбачувані бюджетом витрати</b> при отриманні закордонних грантів. Зарахування валюти на рахунок в українському банку. Персоніфіковані витрати.</p>
5.	<p><b>План семінарських занять</b>  <b>Тема 1. Опис проекту.</b>          Мета. Проаналізувати описову частину проектної заявки. Закріпити навички формулювання максимально лаконічно і логічно ключових пунктів проекту.</p> <p><b>Тема 2 Покроковий план.</b>          Мета. Закріпити навички поетапного планування проекту з урахуванням ресурсу організації, досвіду, зовнішніх та внутрішніх чинників впливу. Адекватно оцінювати можливості.</p> <p><b>Тема 3. Аналіз проектного бюджету.</b>          Мета. Проаналізувати бюджетну частину проектної заявки. Закріпити навички бюджетування.</p> <p><b>Тема 4. Презентація промо-кампанії.</b>          Мета. Закріпити навички планування промо-кампанії і аналізу її успішності.</p> <p><b>Тема 5. Презентація і захист проекту.</b>          Мета. Проаналізувати результат засвоєння матеріалу курсу. Закріпити навички захисту проекту.</p>
6.	<p><b>Завдання для самостійної роботи</b> (у тому числі позааудиторних контрольних робіт, індивідуальних завдань, рефератів)  <b>1. Наратив проекту.</b>          Мета. Навчитися формулювати ідею і інтерпретувати її у проект.          Опис проекту за планом:          - Актуальна проблематика.          - Мета проекту.          - Цілі і задачі.          - Цільова аудиторія.          - Ресурси і команда.          - Наслідки короткострокові, середньострокові, довгострокові.          - - Досвід.          - Ризики.</p>

	<p><b>2. Покроковий план реалізації.</b>          Мета. Навчитися планувати реалізацію ідеї, оцінювати наслідки і ризики, розподіляти відповідальність за виконання.          Назва етапу. Тривалість етапу. Завдання етапу. Детальний опису кожного із заходів / видів діяльності в межах етапу (із представленням кількісних та якісних показників).          Відповідальний. Результати здійснення етапу. Результати реалізації проекту. Ризики.          Діяльність після виконання проекту.</p> <p><b>3. Бюджет проекту поетапний і за типами основних витрат.</b>          Мета. Навчитися складати кошторис і бюджет проекту.          Бюджет проекту за планом основних типів витрат:          - Оплата праці          - Обладнання          - Матеріальне забезпечення          - Відрядження і транспорт          - Інші витрати</p> <p><b>4. План промо-кампанії. Бюджет кампанії.</b>          Мета. Навчитися планувати промоцію проекту і оцінювати її ефективність.</p> <p><b>5. Фіналізація проектної заявки.</b>          Мета. Навчитися формувати проектну заявку з кількох складових: наративної, бюджетної і промо – так, щоб вони були логічно пов’язані між собою і максимально сприяли реалізації мети.  <b>Підготувати презентацію проекту:</b>          - Описова частина          - Покроковий план          - Бюджет          - План промоції</p>
8.	<p><b>Питання, задачі, завдання для підсумкового контролю знань і вмінь студентів</b>          ( питання до заліків, тощо)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>SMART модель</b> – аббревіатура 5 критеріїв, за якими необхідно оцінити ідею, – specific, measurable, attainable, relevant, time-bound (конкретність, вимірність, досяжність, реалістичність, визначеність у часі).</li> <li>2. <b>Ціль проекту (Goal of the project)</b> <i>Стан в майбутньому, котрий можливо змінити відносно теперішнього та варто, бажано або необхідно досягнути. Тим самим мета є бажаною кінцевою точкою процесу, як правило дії людини. З досягненням мети пов'язаний успіх проекту, або важливої роботи.</i></li> <li>3. <b>Мета (Purpose)</b> <i>Публічно оголошені цілі розвитку конкретної програми або проекту.</i></li> <li>4. <b>Наслідки довгострокові (Impact)</b> <i>Позитивні і негативні, початкові та вторинні, прогнозовані та непередбачувані довгострокові наслідки, що виникають у результаті розвитку проекту.</i></li> <li>5. <b>Наслідки коротко і середньострокові (Outcome)</b> <i>Ймовірні або досягнуті короткострокові та середньострокові наслідки реалізації проекту.</i></li> <li>6. <b>Практичні результати (Outputs)</b> <i>Продукти, товари, послуги які є результатом реалізації проекту.</i></li> <li>7. <b>Результати проекту (Project results)</b> <i>Сукупність наслідків короткострокових, середньострокових і довгострокових і практичних результатів.</i></li> </ol>

8. **Логічна схема** (Logical framework, Logframe) *Інструмент управління, який використовується для поліпшення дизайну проекту. Вона передбачає визначення елементів стратегічного характеру (різнострокових наслідків, практичних результатів, впливів) та їхні причинні зв'язки, показники і припущення або ризику, що можуть вплинути на успіх і невдачу. Це сприяє плануванню, виконанню та оцінці проекту.*
9. **Оцінка проекту** (Project evaluation) *Оцінка переліку і послідовності дій, спрямованих на досягнення певних глобальних, регіональних або галузевих цілей.*
10. **Цільова група** (Target group) *Конкретні особи або організації які стануть бенефіціарами (отримають користь) від реалізації проекту.*
11. **Діаграма Ганта** є одним з методів планування та управління проектами. Являє собою відрізки (графічні плашки), розміщені на горизонтальній шкалі часу. Кожен відрізок відповідає окремому завданню або підзадачі. Завдання і підзадачі, складові плану, розміщуються по вертикалі. Початок, кінець і довжина відрізка на шкалі часу відповідають початку, кінцю і тривалості завдання. На деяких діаграмах Ганта також показується залежність між завданнями.
12. **SWOT-аналіз** - це аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища організації. Аналізу підлягають сильні сторони (Strength), слабкі сторони (Weakness) внутрішнього середовища, а також можливості (Opportunities) і загрози (Threats) зовнішнього середовища організації. Методологія SWOT-аналізу передбачає спочатку виявлення сильних і слабких сторін, можливостей і загроз, після цього встановлення зв'язків між ними, які в подальшому можуть бути використані для формулювання стратегії організації.
13. **PEST аналіз** (political, economic, social, technological factors) – полягає в ідентифікації й оцінюванні політичних, економічних, соціо-культурних та технологічних чинників.
14. **Фандрейзинг** (англ. Fundraising) - процес залучення грошових та інших ресурсів організацією (переважно некомерційною / благодійною) з метою реалізації певного соціального проекту або серії проектів, об'єднаних однією спільною ідеєю, або ж «вектором руху». Кошти можуть надходити від приватних осіб, комерційних організацій, фондів, урядових організацій.
15. **Краудфандинг** (англ. Crowdfunding, crowd — «група, гурт, юрба», funding — «фінансування»), тобто «Фінансування громадою» — це співпраця людей, які добровільно об'єднують свої гроші чи інші ресурси разом, як правило через Інтернет, аби підтримати зусилля інших людей або організацій.
16. **Кошторис** – це комплекс документальних розрахунків, необхідних для визначення розміру витрат на проект. Кошторис має подвійне значення: це документ, що визначає вартість проекту та інструмент контролю й аналізу витрат коштів і ресурсів на проект.
17. **Бюджет проекту** - це план надходження і використання грошей на реалізацію якоїсь частини проекту або проекту в цілому.
18. **Різниця між кошторисом і бюджетом** полягає в тому, що в той час як кошторис проекту показує тільки загальну суму, що виділяється на кожний вид діяльності або на певний обсяг робіт проекту, бюджет показує витрати за певний період часу також на кожний вид діяльності або на центр витрат.
19. **PR-стратегія** – це оптимальна модель системи взаємовідносин організації із зовнішніми і внутрішніми аудиторіями. PR-стратегія має на увазі під

	<p>собою систему, що створюється для вироблення і реалізації чіткого плану дій в рамках конкретного проекту.</p> <p><b>20. Етапи розвитку PR-стратегії:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Визначення чітких цілей PR-політики компанії</li> <li>- Виявлення пріоритетних груп стейкхолдерів;</li> <li>- Постановка чітких завдань по кожній з цільових груп стейкхолдерів;</li> <li>- Визначення інформаційних полів, аудит, стратегія присутності;</li> <li>- Розробка критеріїв оцінки результату PR-діяльності;</li> <li>- Опис публічного позиціонування організації / проекту/ бренду / персони;</li> <li>- PR-концепція;</li> <li>- PR-інструменти;</li> <li>- PR-план;</li> <li>- Бюджет або принципи формування бюджету.</li> </ul> <p><b>21. Бухгалтерська звітність</b> — це система узагальнення показників, що характеризують господарсько-фінансову діяльність підприємств за попередній період (місяць, квартал, рік). Бухгалтерська (фінансова) звітність подається відповідно до Закону України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність", а також положень (стандартів) бухгалтерського обліку, нормативно-правових актів, що регламентують питання фінансової звітності.</p>
9.	<p><b>Питання, задачі, завдання для комплексної контрольної роботи</b></p> <p>Результатом комплексного контролю має стати фіналізована аплікаційна форма реалізації культурного проекту, яка може бути використана і в форматі заявки на грант.</p>

### 3. Структура навчальної дисципліни

Денне відділення

Назви розділів і тем	Кількість годин					
	Усього	у тому числі				
		л	п	лаб	інд	ср
1	2	3	4	5	6	7
Тема 1. Від ідеї до проекту. Класифікація проектів. Планування і критичне мислення. Методи оцінки проекту.		2	2			16
Тема 2. Фандрейзинг проектів. Фонди, міценати, спонсори, краудфандинг. Пошук ресурсів на реалізацію проекту. Різні принципи донорста. Адаптація проекту. Партнерські відносини формальні і етичні аспекти. Аплікаційні форми. Структура і порядок заповнення.		4	4			18
Тема 3. Бюджетування. Кошторис проекту. Основні статті витрат. Податки, приховані комісії, непередбачувані витрати.		4	4			20

Тема 4. <b>Комунікації організації. Промоція проекту. PR-стратегія і рекламна кампанія. Аналіз ефективності.</b>		4	2			20
Тема 5. <b>Звіт. Що має бути у звіті перед грантодавцем. Наративний та фінансовий звіти. Податковий звіт. Аудит.</b>		4	2			10
Усього годин	<b>120</b>	<b>18</b>	<b>9</b>			<b>93</b>

#### 4. Теми семінарських (практичних) занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	<b>Тема 1. Опис проекту.</b> Мета. Проаналізувати описову частину проектної заявки. Закріпити навички формулювання максимально лаконічно і логічно ключових пунктів проекту.	2
2	<b>Тема 2 Покроковий план.</b> Мета. Закріпити навички поетапного планування проекту з урахуванням ресурсу організації, досвіду, зовнішніх та внутрішніх чинників впливу. Адекватно оцінювати можливості.	2
3	<b>Тема 3. Аналіз проектного бюджету.</b> Мета. Проаналізувати бюджетну частину проектної заявки. Закріпити навички бюджетування.	2
4	<b>Тема 4. Презентація промо-кампанії.</b> Мета. Закріпити навички планування промо-кампанії і аналізу її успішності.	2
5	<b>Тема 5. Презентація і захист проекту.</b> Мета. Проаналізувати результат засвоєння матеріалу курсу. Закріпити навички захисту проекту.	1
	Разом	9

#### 5. Завдання для самостійної роботи

№ з/п	Види, зміст самостійної роботи	Кількість годин
1	Опрацювання джерел та наукової літератури за темами курсу	43
2	Складання та підготовка до захисту проектної заявки (має містити: наратив проекту, покроковий план реалізації, бюджет проекту, план та бюджет промо-кампанії), підготовка презентації проекту	50
	Разом	93

#### 6. Індивідуальні завдання

Індивідуальне навчально-дослідне завдання  
з курсу «Менеджмент культурної сфери» не передбачається

### 7. Методи контролю

Поточний контроль (за результатами практичних занять, тестові опитування), підсумковий контроль (підготовка та захист проектної заявки на практичних заняттях), підсумковий залік. Результатом комплексного контролю має стати фіналізована апікаційна форма реалізації культурного проекту, яка може бути використана і в форматі заявки на грант.

### 8. Схема нарахування балів

Поточний контроль, самостійна робота, індивідуальні завдання									залік	Сума	
Відвідуван		Розділ 1		Розділ 2			Контроль-на робота	Індивідуальне завдання			Разом
Л	С	T1	T2	T3	T4	T5					
5	5	10	10	10	10	10	-	-	60	40	100

### - Шкала оцінювання

-

Сума балів за всі види навчальної діяльності протягом семестру	Оцінка за національною шкалою для заліку
90 – 100	зараховано
80-89	
70-79	
60-69	
50-59	
1-49	не зараховано

-

### 12. Рекомендована література

#### Основна

1. .Гіп Гагоорт. Менеджмент мистецтва. Підприємницький стиль / переклад з англ. Богдан Шумилович. – Львів: Літопис, 2008. ? 360 с.
2. Гохстрат Е., Гейн А.В. Теорія навчання Девіда Колба в музеї: Мрійник, Мислитель, Прагматик, Діяч / пер. з голландської Н. Карпенко К.: Видавець Чередниченко А. М., 2015. – 96 с.

3. Культура. Завтра (Culture for Tomorrow): збірник есеїв і публіцистики / О. Островська-Люта, З. Баблюк та ін. – К.: CSM; Адеф-Україна, 2015. - 272 с.
4. Девід Перріш. Футболки і костюми: поради для креативного бізнесу – К.: Czernozem, 2015. – 112 с.
5. Як писати про культуру?: збірник есеїв і лекцій / Д. Бадьор, М. Савка, А. Бондар та ін. – К.: CSM; Адеф-Україна, 2015. – 236 с.
6. Культ чи культура. Учасницькі практики в музеях/ уп.: Грубріна Ю., Морозова Л., Пилипчук Т. та ін. – Київ: Видавець Чередниченко А.М., 2016. – 160 с.
7. Майкл Кайзер, Брет Іган. «Цикл планування для досягнення успіху в мистецтві» / переклад з англійської Ігоря Пошивайла – Вашингтон, Інститут арт-менеджменту імені Девос у Кеннеді Центрі, 2011 – 23 с.
8. Грейсон Перрі «Не бійтесь галерей» - Київ. АРТ Хасс, 2017, 112с.
9. Франсуаза Барб -Галль «Як розмовляти з дітьми про мистецтво» - Видавництво Старого Лева, Львів, 2014, 180 с

### 13. Інформаційні ресурси в Інтернет

1. <http://yermilovcentre.org/>
2. <https://ucf.in.ua/>
3. <https://creativeeurope.in.ua/>
4. <https://www.ietm.org/en/fundfinder>
5. <https://www.culturepartnership.eu>
6. <https://ucf.in.ua/>
7. <https://biggggidea.com/>
8. <https://gurt.org.ua/>
9. <http://www.irf.ua/>
10. <http://culturebridges.eu/>
11. [https://ligazakon.net\](https://ligazakon.net/)
12. <https://culturalproject.org/>

# КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ

3.

## **Тема 1. Від ідеї до проекту. Класифікація проектів. Планування і критичне мислення. Методи оцінки проекту.**

Комерційні і некомерційні; одноразові, циклічні і довгострокові, інституційні, міжнародні і локальні, - різні типи проектів і їхні основні характеристики.

Місія і стратегія організації. Основні етапи культурного проекту. Термінологія. Опис проекту.

**SMART модель** – аббревіатура 5 критеріїв, за якими необхідно оцінити ідею, – specific, measurable, attainable, relevant, time-bound (конкретність, вимірність, досяжність, реалістичність, визначеність у часі).

S – чітко сформульована мету;

M – конкретні результати проекту;

A – наявні ресурси для реалізації проекту;

R – реалістичність;

T – чіткі терміни досягнення мети.

**Діаграма Ганта** (англ. Gantt chart, також стрічкова діаграма, графік Ганта) - це популярний тип діаграм, який використовується для ілюстрації плану, графіка робіт за будь-яким проектом. Є одним з методів планування та управління проектами.

Перший формат діаграми був розроблений Генрі Л. Гантом (Henry L. Gantt, 1861-1919) у 1910 році.

Діаграма Ганта являє собою відрізки (графічні плашки), розміщені на горизонтальній шкалі часу. Кожен відрізок відповідає окремому завданню або підзадачі. Завдання і підзадачі, складові плану, розміщуються по вертикалі.

Початок, кінець і довжина відрізка на шкалі часу відповідають початку, кінцю і тривалості завдання. На деяких діаграмах Ганта також показується залежність між завданнями.

Часто діаграма Ганта використовується спільно з таблицею зі списком робіт, рядки якої відповідають окремо взятій задачі, зображеній на діаграмі, а стовпці містять додаткову інформацію про задачу.

**SWOT-аналіз** - це аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища організації.

Аналізу підлягають сильні сторони (Strength), слабкі сторони (Weakness)

внутрішнього середовища, а також можливості (Opportunities) і загрози (Threats)

зовнішнього середовища організації. Методологія SWOT-аналізу передбачає

спочатку виявлення сильних і слабких сторін, можливостей і загроз, після цього

встановлення зв'язків між ними, які в подальшому можуть бути використані для

формулювання стратегії організації.



**PEST аналіз** (political, economic, social, technological factors) – полягає в ідентифікації й оцінюванні політичних, економічних, соціо-культурних та технологічних чинників.

**Тема 2. Фандрейзинг проектів. Фонди, меценати, спонсори, краудфандинг. Пошук ресурсів на реалізацію проекту. Різні принципи донорста. Адаптація проекту. Партнерські відносини формальні і етичні аспекти. Аплікаційні форми. Структура і порядок заповнення.**

**Фандрейзинг** (англ. Fundraising) - процес залучення грошових та інших ресурсів організацією (переважно некомерційною / благодійною) з метою реалізації певного соціального проекту або серії проектів, об'єднаних однією спільною ідеєю, або ж «вектором руху». Кошти можуть надходити від приватних осіб, комерційних організацій, фондів, урядових організацій. Пошук грантів та залучення спонсорської підтримки - найбільш популярні інструменти фандрейзингу. Також до інструментів відносяться краудфандинг, благодійні концерти, благодійні аукціони, збір пожертв за допомогою благодійних скриньок, благодійні марафони, благодійні лотереї та розсилка благодійних листів.

**Організація фандрейзингу передбачає:**

пошук потенційних джерел фінансування; обґрунтування потреби в коштах і узгодження з інтересами потенційних фінансових донорів; формування, підтримку і розвиток зв'язків із фінансовими донорами; формування громадської думки на користь підтримки діяльності організації; вибір зручного інструменту фандрейзингу, який відповідає потребам та можливостям організації; здійснення фандрейзингової акції чи кампанії; звітування за результатами фандрейзингу.

**Краудфандинг** (англ. Crowdfunding, crowd — «громада, гурт, юрба», funding — «фінансування»), тобто «Фінансування громадою» — це співпраця людей, які добровільно об'єднують свої гроші чи інші ресурси разом, як правило через Інтернет, аби підтримати зусилля інших людей або організацій.

**Пошук ресурсів на реалізацію проекту. Різні принципи донорста.**

Адаптація проекту. Лист-прохання до мецената. Структура і важливі відомості. Спонсорський пакет. Структура і важливі відомості.

**Партнерські відносини формальні і етичні аспекти.**

Закордонні та локальні партнери. Права і обов'язки сторін. Договір про співпрацю.

**Тема 3. Бюджетування. Кошторис проекту. Основні статті витрат.**

**Податки, приховані комісії, непередбачувані витрати.**

**Кошторис** – це комплекс документальних розрахунків, необхідних для визначення розміру витрат на проект. Кошторис має подвійне значення: це документ, що визначає вартість проекту та інструмент контролю й аналізу витрат коштів і ресурсів на проект.

**Бюджет проекту** - це план надходження і використання грошей на реалізацію якоїсь частини проекту або проекту в цілому.

Різниця між кошторисом і бюджетом полягає в тому, що в той час як **кошторис** проекту показує тільки загальну суму, що виділяється на кожний вид діяльності або на певний обсяг робіт проекту, бюджет показує витрати за певний період часу також на кожний вид діяльності або на центр витрат

Назва статті бюджету	Порядок розрахунку розміру статті	Очікуване фінансування від донора	Власний внесок організації	Внесок інших донорів	Всього
----------------------	-----------------------------------	-----------------------------------	----------------------------	----------------------	--------

#### **Допустимі витрати:**

- Заробітна плата і гонорари, нарахування на заробітну плату;
- Послуги ФОП (фізичних осіб-підприємців);
- Контрактні послуги
- Витрати на проведення заходів
- Витрати на відрядження і транспортні витрати
- типографських витрат
- придбання спеціальної літератури і передплати періодичних видань
- придбання обладнання
- Витрати на оплату оренди
- Витрати на послуги зв'язку
- Інтелектуальна власність
- Витрати на рекламу і громадські зв'язки
- Витрати на оплату послуг банку
- Інші витрати

#### **Недопустимі витрати. Непередбачувані витрати.**

**Податки**, які варто враховувати, плануючи бюджет. Оподаткування штатних працівників, цивільно-правовий договір з фізособою, терміновий трудовий договір на період проекту з фізособою: єдиний соціальний внесок – 22%, податок на доходи фізичних осіб – 18%, військовий збір – 1,5. Цивільно-правові відносини з ФОП та юридичними особами.

Невитрачені кошти. Звітність перед грантодавцем і ДФС України.

#### **Тема 4. Комунікації організації. Промоція проекту. PR-стратегія і рекламна кампанія. Аналіз ефективності.**

PR-стратегія – це оптимальна модель системи взаємовідносин організації із зовнішніми і внутрішніми аудиторіями. PR-стратегія має на увазі під собою систему, що створюється для вироблення і реалізації чіткого плану дій в рамках конкретного проекту.

#### **Етапи розвитку PR-стратегії:**

- Визначення чітких цілей PR-політики компанії
- Виявлення пріоритетних груп стейкхолдерів;
- Постановка чітких завдань по кожній з цільових груп стейкхолдерів;
- Визначення інформаційних полів, аудит, стратегія присутності;
- Розробка критеріїв оцінки результату PR-діяльності;
- Опис публічного позиціонування організації / проекту/ бренду / персони;
- PR-концепція;
- PR-інструменти;
- PR-план;
- Бюджет або принципи формування бюджету.

#### **Рекламна кампанія:**

- прес-анонс
- прес-реліз
- соціальні мережі

- реклама в міському просторі
- додаткові активності
- рекламна продукція
- інформаційні партнери
- медіа-звіт

### Тема 5. Звіт.

**Що має бути у звіті перед грантодавцем. Наративний та фінансовий звіти. Податковий звіт. Аудит.**

### Наративний (змістовний) звіт. Його структура.

<u>Плановані заходи / діяльність</u> згідно поданої проектної пропозиції			<u>Фактичний стан</u> виконання проекту на момент звітування <sup>2</sup>			
№ п/п	Які заходи / яку діяльність ви планували реалізувати в межах проекту	Очікувані результати	Які заходи / яку діяльність ви реалізували протягом звітного періоду? Детально опишіть (із представленням кількісних та якісних показників кожного із заходів / діяльності)	Дата / період проведення заходів	Фактичні результати	Продукти проекту

### Фінансовий звіт.

**Бухгалтерська звітність** — це система узагальнення показників, що характеризують господарсько-фінансову діяльність підприємств за попередній період (місяць, квартал, рік).

Бухгалтерська (фінансова) звітність подається відповідно до Закону України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність", а також положень (стандартів) бухгалтерського обліку, нормативно-правових актів, що регламентують питання фінансової звітності.

Положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 1 визначаються мета, склад і принципи підготовки фінансової звітності та вимоги до визначення й розкриття її елементів. **Значення бухгалтерської звітності** полягає в тому, що вона є джерелом інформації про результати господарсько-фінансової діяльності підприємства; за відповідними показниками підприємства аналізують свою діяльність, одержують інформацію для подальшого її планування. **Бухгалтерський баланс** покликаний давати оцінку майновому і фінансовому становищу організації за станом на звітну дату.

**Звітність перед грантодавцем** (Фінансовий звіт) може складатися з бухгалтерського балансу, звіту про цільове використання коштів та додатків до них.

**Ризики та непередбачувані бюджетом витрати** при отриманні закордонних грантів. Зарахування валюти на рахунок в українському банку. Персоніфіковані витрати.

**МАТЕРІАЛИ ДО СЕМІНАРСЬКИХ,  
ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ ТА САМОСТІЙНОЇ  
РОБОТИ СТУДЕНТІВ**

## **Матеріали для семінарських занять з курсу «Менеджмент культурної сфери»**

### **План семінарських занять**

#### **Тема 1. Опис проекту.**

Мета. Проаналізувати описову частину проектної заявки. Закріпити навички формулювання максимально лаконічно і логічно ключових пунктів проекту.

#### **Тема 2 Покроковий план.**

Мета. Закріпити навички поетапного планування проекту з урахуванням ресурсу організації, досвіду, зовнішніх та внутрішніх чинників впливу. Адекватно оцінювати можливості.

#### **Тема 3. Аналіз проектного бюджету.**

Мета. Проаналізувати бюджетну частину проектної заявки. Закріпити навички бюджетування.

#### **Тема 4. Презентація промо-кампанії.**

Мета. Закріпити навички планування промо-кампанії і аналізу її успішності.

#### **Тема 5. Презентація і захист проекту.**

Мета. Проаналізувати результат засвоєння матеріалу курсу. Закріпити навички захисту проекту.

**Завдання для самостійної роботи** (у тому числі позааудиторних контрольних робіт, індивідуальних завдань, рефератів)

#### **1. Наратив проекту.**

Мета. Навчитися формулювати ідею і інтерпретувати її у проект.

Опис проекту за планом:

- Актуальна проблематика.
- Мета проекту.
- Цілі і задачі.
- Цільова аудиторія.
- Ресурси і команда.
- Наслідки короткострокові, середньострокові, довгострокові.
- - Досвід.
- Ризики.

#### **2. Покроковий план реалізації.**

Мета. Навчитися планувати реалізацію ідеї, оцінювати наслідки і ризики,

розподіляти відповідальність за виконання.

Назва етапу. Тривалість етапу. Завдання етапу. Детальний опису кожного із заходів / видів діяльності в межах етапу (із представленням кількісних та якісних показників). Відповідальний. Результати здійснення етапу. Результати реалізації проекту. Ризики. Діяльність після виконання проекту.

### **3. Бюджет проекту поетапний і за типами основних витрат.**

Мета. Навчитися складати кошторис і бюджет проекту.

Бюджет проекту за планом основних типів витрат:

- Оплата праці
- Обладнання
- Матеріальне забезпечення
- Відрядження і транспорт
- Інші витрати

### **4. План промо-кампанії. Бюджет кампанії.**

Мета. Навчитися планувати промоцію проекту і оцінювати її ефективність.

### **5. Фіналізація проектної заявки.**

Мета. Навчитися формувати проектну заявку з кількох складових: наративної, бюджетної і промо – так, щоб вони були логічно пов'язані між собою і максимально сприяли реалізації мети.

**Підготувати презентацію проекту:**

- Описова частина
- Покроковий план
- Бюджет
- План промоції

## **Рекомендована література**

### **Основна**

10. Гіп Гагоорт. Менеджмент мистецтва. Підприємницький стиль / переклад з англ. Богдан Шумилович. – Львів: Літопис, 2008. ? 360 с.
11. Гохстрат Е., Гейн А.В. Теорія навчання Девіда Колба в музеї: Мрійник, Мислитель, Прагматик, Діяч / пер. з голландської Н. Карпенко К.: Видавець Чередниченко А. М., 2015. – 96 с.
12. Культура. Завтра (Culture for Tomorrow): збірник есеїв і публіцистики / О. Островська-Люта, З. Баблюк та ін. – К.: CSM; Адеф-Україна, 2015. - 272 с.
13. Девід Перріш. Футболки і костюми: поради для креативного бізнесу – К.: Czernozem, 2015. – 112 с.
14. Як писати про культуру?: збірник есеїв і лекцій / Д. Бадьйор, М. Савка, А. Бондар та ін. – К.: CSM; Адеф-Україна, 2015. – 236 с.

15. Культ чи культура. Учасницькі практики в музеях/ уп.: Грубіна Ю., Морозова Л., Пилипчук Т. та ін. – Київ: Видавець Чередниченко А.М., 2016. – 160 с.
16. Майкл Кайзер, Брет Іган. «Цикл планування для досягнення успіху в мистецтві» / переклад з англійської Ігоря Пошивайла – Вашингтон, Інститут арт-менеджменту імені Девос у Кеннеді Центрі, 2011 – 23 с.
17. Грейсон Перрі «Не бійтесь галерей» - Київ. АРТ Хасс, 2017, 112с.
18. Баскар Майкл «Принципи кураторства» - Ad Marginem Press, 2017, 360 с.
19. Віктор Мізіано «Пять лекцій о кураторстве» - Ad Marginem Press, 2015, 232 с.
20. Франсуаза Барб -Галль «Як розмовляти з дітьми про мистецтво» - Видавництво Старого Лева, Львів, 2014, 180 с

### **Інформаційні ресурси в Інтернет**

13. <http://yermilovcentre.org/>
14. <https://ucf.in.ua/>
15. <https://creativeeurope.in.ua/>
16. <https://www.ietm.org/en/fundfinder>
17. <https://www.culturepartnership.eu>
18. <https://ucf.in.ua/>
19. <https://biggggidea.com/>
20. <https://gurt.org.ua/>
21. <http://www.irf.ua/>
22. <http://culturebridges.eu/>
23. [https://ligazakon.net\](https://ligazakon.net/)
24. <https://culturalproject.org/>



# **КРИТЕРІЇ ОЦІНКИ УСПІШНОСТІ ТА РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ**

# КРИТЕРІЇ ОЦІНКИ УСПІШНОСТІ ТА РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ З КУРСУ

## «Менеджмент культурної сфери»

№	Форми навчальної діяльності	Кількість балів	Термін	Примітки
1	Відвідування лекцій	5	постійно	
2	Відвідування практичних занять	5	постійно	
3	Участь у практичних заняттях	50	постійно	
	<b>Підсумковий контроль (залікова робота)</b>	<b>40</b>		
	<b>В С Ь О Г О</b>	<b>100</b>		
	<b>Додаткові бали (бонуси):</b>			
	Участь в конференціях, круглих столах	5		
	Виступ на конференції за наявності друкованої програми	10		
	Публікація тез доповіді або наукової статті	15		

## КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАТЬ СТУДЕНТІВ ПІД ЧАС ПОТОЧНОГО КОНТРОЛЮ.

### 1. Відвідування лекцій:

**5 балів:** студент відвідав 90 - 100 % лекційних занять;

**4 бали:** студент відвідав 66 - 89 % лекційних занять;

**3 бали:** студент відвідав 41 – 65 % лекційних занять;

**2 бали:** студент відвідав 21 - 40% лекційних занять;

**1 бал:** студент відвідав 1- 20 % лекційних занять;

**0 балів:** студент не відвідував лекційні заняття

### 2. Відвідування практичних занять:

**5 балів:** студент відвідав 90 - 100 % семінарських занять;

**4 бали:** студент відвідав 66 - 89 % семінарських занять;

**3 бали:** студент відвідав 41 – 65 % семінарських занять;

**2 бали:** студент відвідав 21 - 40% семінарських занять;

**1 бал:** студент відвідав 1- 20 % семінарських занять;

**0 балів:** студент не відвідував семінарські заняття

**3. Участь у практичних заняттях (максимум 50 балів за 5 виступів):**

**Виступ з доповіддю**

**10 балів:**

- виступ студента побудовано послідовно, системно, логічно;
- питання висвітлено всебічно та з урахуванням різних точок зору;
- під час виступів студент виявив глибоке знання змісту питання, вільно оперування термінами менеджменту культурної сфери;
- відповіді повністю репрезентують додаткові питання, опираючись на вітчизняну та іноземну фахову літературу, сучасні інтернет-джерела;

**8 балів:**

- виступ студента побудовано в цілому послідовно та логічно;
- питання висвітлено всебічно та у співставленні з основними точками зору;
- під час виступів студент виявив в цілому знання змісту питання, вільне оперування термінологією менеджменту культурної сфери;
- відповіді достатньо репрезентують додаткові питання, опираючись на вітчизняну та іноземну фахову літературу;

**6 бали:**

- виступ студента побудовано в цілому послідовно;
- питання достатньо висвітлено та у співставленні з окремими точками зору;
- під час виступів студент виявив певне знання змісту питання, оперування термінами менеджменту культурної сфери;
- відповіді на додаткові питання не є повними, посилання на вітчизняну та іноземну фахову літературу, сучасні інтернет-джерела не завжди точні, мають похибки;

**4 бали:**

- виступ студента побудовано не завжди послідовно;
- питання достатньо висвітлено, проте відсутнє співставлення різних точками зору;
- під час виступів студент виявив фрагментарне знання змісту питання, оперування термінами менеджменту культурної сфери викликало труднощі;
- відповіді на додаткові питання потребують уточнення, конкретизації, посилання на вітчизняну та іноземну фахову літературу, сучасні інтернет-джерела майже відсутні;

**2 бали:**

- виступ студента побудовано здебільшого стихійно;
- питання недостатньо висвітлено, відсутнє співставлення різних точками зору;
- під час виступів студент виявив роздуми про зміст питання, оперування термінами менеджменту культурної сфери викликало значні труднощі;

- відповіді розпливчаті та виходять за межі додаткових питань, посилання на вітчизняну та іноземну фахову літературу, сучасні інтернет-джерела відсутні;

**0 балів:** студент не підготував та не виступив з доповідями.

**Студент допускається до підсумкового семестрового контролю, якщо він набере за результатами поточного контролю не менше 35 балів.**

## **КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ СТУДЕНТІВ ПІД ЧАС ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ.**

Результатом підсумкового контролю має стати фіналізована аплікаційна форма реалізації культурного проекту, яка може бути використана і в форматі заявки на грант.

**Підсумкова робота** має на меті перевірити рівень знань студентів з дисципліни «**Менеджмент культурної сфери**».

### **КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ СТУДЕНТІВ**

При оцінюванні проектної роботи студента оцінюється наявність та опрацьованість в роботі наступних складових: наратив проекту, покроковий план реалізації, бюджет проекту, план та бюджет промо-кампанії, презентація проекту.

#### **1.Наратив проекту. –до 8 балів**

Мета. Навчитися формулювати ідею і інтерпретувати її у проект.

Опис проекту за планом:

- Актуальна проблематика.
- Мета проекту.
- Цілі і задачі.
- Цільова аудиторія.
- Ресурси і команда.
- Наслідки короткострокові, середньострокові, довгострокові.
- Досвід.
- Ризики.

#### **2. Покроковий план реалізації. –до 8 балів**

Мета. Навчитися планувати реалізацію ідеї, оцінювати наслідки і ризики, розподіляти відповідальність за виконання.

Назва етапу. Тривалість етапу. Завдання етапу. Детальний опису кожного із заходів / видів діяльності в межах етапу (із представленням кількісних та

якісних показників). Відповідальний. Результати здійснення етапу.  
Результати реалізації проекту. Ризики. Діяльність після виконання проекту.

### **3. Бюджет проекту поетапний і за типами основних витрат. –до 8 балів**

Мета. Навчитися складати кошторис і бюджет проекту.

Бюджет проекту за планом основних типів витрат:

- Оплата праці
- Обладнання
- Матеріальне забезпечення
- Відрядження і транспорт
- Інші витрати

### **4. План промо-кампанії. Бюджет кампанії. –до 8 балів**

Мета. Навчитися планувати промоцію проекту і оцінювати її ефективність.

### **5. Фіналізація проектної заявки.**

Мета. Навчитися формувати проектну заявку з кількох складових:

нарративної, бюджетної і промо – так, щоб вони були логічно пов'язані між собою і максимально сприяли реалізації мети.

**Підготувати презентацію проекту:**

- Описова частина
- Покроковий план
- Бюджет
- План промоції

**Презентація –до 8 балів**

Максимальний можливий бал – 40 балів (прописані та пояснені усі необхідні складові, презентація проведена на високому рівні, із вживанням усіх необхідних термінів та пояснень)

**КОМПЛЕКТИ КОНТРОЛЬНИХ ЗАВДАНЬ З  
НАВЧАЛЬНИХ ДИСЦИПЛІН, ЕКЗАМЕНАЦІЙНІ  
БІЛЕТИ АБО КОМПЛЕКТ КОНТРОЛЬНИХ  
ЗАВДАНЬ ДЛЯ СЕМЕСТРОВОГО КОНТРОЛЮ**

## Контрольні (залікові) питання, терміни, поняття курсу «Менеджмент культурної сфери»:

1. **SMART модель** – аббревіатура 5 критеріїв, за якими необхідно оцінити ідею, – specific, measurable, attainable, relevant, time-bound (конкретність, вимірність, досяжність, реалістичність, визначеність у часі).
2. **Ціль проекту** (Goal of the project) *Стан в майбутньому, котрий можливо змінити відносно теперішнього та варто, бажано або необхідно досягнути. Тим самим мета є бажаною кінцевою точкою процесу, як правило дії людини. З досягненням мети пов'язаний успіх проекту, або важливої роботи.*
3. **Мета** (Purpose) *Публічно оголошені цілі розвитку конкретної програми або проекту.*
4. **Наслідки довгострокові** (Impact) *Позитивні і негативні, початкові та вторинні, прогнозовані та непередбачувані довгострокові наслідки, що виникають у результаті розвитку проекту.*
5. **Наслідки коротко і середньострокові** (Outcome) *Ймовірні або досягнуті короткострокові та середньострокові наслідки реалізації проекту.*
6. **Практичні результати** (Outputs) *Продукти, товари, послуги які є результатом реалізації проекту.*
7. **Результати проекту** (Project results) *Сукупність наслідків короткострокових, середньострокових і довгострокових і практичних результатів.*
8. **Логічна схема** (Logical framework, Logframe) *Інструмент управління, який використовується для поліпшення дизайну проекту. Вона передбачає визначення елементів стратегічного характеру (різнострокових наслідків, практичних результатів, впливів) та їхні причинні зв'язки, показники і припущення або ризики, що можуть вплинути на успіх і невдачу. Це сприяє плануванню, виконанню та оцінці проекту.*
9. **Оцінка проекту** (Project evaluation) *Оцінка переліку і послідовності дій, спрямованих на досягнення певних глобальних, регіональних або галузевих цілей.*
10. **Цільова група** (Target group) *Конкретні особи або організації які стануть бенефіціарами (отримають користь) від реалізації проекту.*
11. **Діаграма Ганта** є одним з методів планування та управління проектами. Являє собою відрізки (графічні плашки), розміщені на горизонтальній шкалі часу. Кожен відрізок відповідає окремому завданню або підзадачі. Завдання і підзадачі, складові плану, розміщуються по вертикалі. Початок, кінець і довжина відрізка на шкалі часу відповідають початку, кінцю і тривалості завдання. На деяких діаграмах Ганта також показується залежність між завданнями.
12. **SWOT-аналіз** - це аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища організації. Аналізу підлягають сильні сторони (Strength), слабкі сторони (Weakness) внутрішнього середовища, а також можливості (Opportunities) і загрози (Threats) зовнішнього середовища організації. Методологія SWOT-аналізу передбачає спочатку виявлення сильних і слабких сторін, можливостей і загроз, після цього встановлення зв'язків між ними, які в подальшому можуть бути використані для формулювання стратегії організації.
13. **PEST аналіз** (political, economic, social, technological factors) – полягає в ідентифікації й оцінюванні політичних, економічних, соціо-культурних та технологічних чинників.
14. **Фандрейзинг** (англ. Fundraising) - процес залучення грошових та інших ресурсів організацією (переважно некомерційною / благодійною) з метою реалізації певного соціального проекту або серії проектів, об'єднаних однією спільною ідеєю, або ж «вектором руху». Кошти можуть надходити від приватних осіб, комерційних організацій, фондів, урядових організацій.

15. **Краудфандинг** (англ. Crowdfunding, crowd — «грумада, гурт, юрба», funding — «фінансування»), тобто «Фінансування грумадою» — це співпраця людей, які добровільно об'єднують свої гроші чи інші ресурси разом, як правило через Інтернет, аби підтримати зусилля інших людей або організацій.
16. **Кошторис** – це комплекс документальних розрахунків, необхідних для визначення розміру витрат на проект. Кошторис має подвійне значення: це документ, що визначає вартість проекту та інструмент контролю й аналізу витрат коштів і ресурсів на проект.
17. **Бюджет проекту** - це план надходження і використання грошей на реалізацію якоїсь частини проекту або проекту в цілому.
18. **Різниця між кошторисом і бюджетом** полягає в тому, що в той час як кошторис проекту показує тільки загальну суму, що виділяється на кожний вид діяльності або на певний обсяг робіт проекту, бюджет показує витрати за певний період часу також на кожний вид діяльності або на центр витрат.
19. **PR-стратегія** – це оптимальна модель системи взаємовідносин організації із зовнішніми і внутрішніми аудиторіями. PR-стратегія має на увазі під собою систему, що створюється для вироблення і реалізації чіткого плану дій в рамках конкретного проекту.
20. **Етапи розвитку PR-стратегії:**
  - Визначення чітких цілей PR-політики компанії
  - Виявлення пріоритетних груп стейкхолдерів;
  - Постановка чітких завдань по кожній з цільових груп стейкхолдерів;
  - Визначення інформаційних полів, аудит, стратегія присутності;
  - Розробка критеріїв оцінки результату PR-діяльності;
  - Опис публічного позиціонування організації / проекту/ бренду / персони;
  - PR-концепція;
  - PR-інструменти;
  - PR-план;
  - Бюджет або принципи формування бюджету.
21. **Бухгалтерська звітність** — це система узагальнення показників, що характеризують господарсько-фінансову діяльність підприємств за попередній період (місяць, квартал, рік). Бухгалтерська (фінансова) звітність подається відповідно до Закону України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність", а також положень (стандартів) бухгалтерського обліку, нормативно-правових актів, що регламентують питання фінансової звітності.