

2. Стадія розробки і прийняття рішення, що передбачає вироблення та постановку цілей (завдань), оцінювання й перевірку альтернативних варіантів рішень і напрямів діяльності органів управління.

3. Стадія реалізації рішення, яка передбачає безпосередню реалізацію прийнятого управлінського рішення, контроль за його виконанням та оцінювання результатів [4, с. 8].

Отже, формування управлінського рішення у сфері вищої освіти – це складна технологія, яка вимагає від управлінця знання та використання основних теорій управління, різновидів управлінських рішень, принципів, що лежать в основі цього процесу. Менеджерам варто завжди пам'ятати, що найефективнішими управлінськими рішеннями будуть ті, які можливо реалізувати і які зроблять важливий внесок у досягнення кінцевої мети – оптимізацію державного управління вищою освітою – та обов'язково повинні відповідати вимогам демократичного українського суспільства.

Список використаних джерел

1. Борко А. Л. Поняття і механізм підготовки та прийняття управлінських рішень в судах. *Право і суспільство*. 2013. № 5. С. 82–88.
2. URL: http://pravoisuspilstvo.org.ua/archive/2013/5_2013/14.pdf
3. Прийняття управлінських рішень / за ред. Ю. Є. Петруні. Київ: ЦУЛ, 2011. 216 с.
4. URL: <http://lib.mdpu.org.ua/nvsp/BAK7/7/53.pdf>
5. Кудряшова Н. Роль комунікативної компетентності у формуванні готовності до професійної діяльності. *Педагогіка і психологія професійної освіти*. 2009. № 1. С. 101–109.

Пономаренко О. О.,

здобувач вищої освіти,

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова,

Україна.

Науковий керівник – Прокоф'єва Л. Б., канд. пед. наук, доц.,

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

Україна

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ АРТМЕНЕДЖМЕНТУ ЯК ВИДУ УПРАВЛІНСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Події культурного життя останніх десятиліть ХХ ст. є наслідками не тільки стилевих змін, але і змін способів соціокультурного функціонування мистецтва

[1]. У сучасному світі тривають кардинальні зміни в усіх сферах суспільного життя: йде процес становлення і розвитку нових економічних, соціально-політичних та інших відносин, заснованих на ринкових принципах.

Артменеджмент має свої особливості і відмінність від менеджменту будь-якої іншої сфери. Специфіка полягає в тому, що продукт цієї сфери є результатом творчого виробництва, уяви та креативного підходу до проблеми. Артменеджмент зазвичай визначають як новий простір для поширення теорії менеджменту в контексті управління організаціями сфери культури і мистецтв. Саме це відрізняє артменеджмент від менеджменту культури, поняття, що характеризує діяльність з управління процесами у сфері культури, які впливають на інституційне середовище, а також духовне, політичне і соціальне життя суспільства. Менеджмент культури, з одного боку, спирається на культурологічні принципи розвитку суспільства, містить знання про формування історично-соціального досвіду людей. З іншого, тісно пов'язаний з такою дисципліною, як економіка культури, в межах якої вивчаються закономірності та інструменти економічних відносин у сфері культурної діяльності. Артменеджмент, будучи комплексом знань про управління організаціями сфери культури і мистецтв, виступає під дисципліною загального менеджменту в галузевому розрізі [2]. Менеджмент (від англ. Manage – управляти, завідувати, керувати) – наука про організацію діяльності для досягнення заданих цілей в умовах обмеженості ресурсів. Менеджмент – це завжди процес керівництва, управління окремим працівником, групою людей, організацією загалом. Найбільш розповсюджене визначення менеджменту як процесу планування, організації, мотивації, контролю, необхідного для досягнення цілей організації. «Крім того, менеджмент – це особливий вид діяльності, який перетворює неорганізований натовп в ефективну цілеспрямовану групу. Спільне в усіх визначеннях те, що менеджмент – це завжди процес, спрямований на досягнення мети» [3]. У найзагальнішому вигляді менеджмент – це цілеспрямований вплив на людей з метою перетворення неорганізованих елементів в ефективну і продуктивну силу. «Арт» (в перекладі з англійської – мистецтво) являє собою смисловий компонент розглянутого поняття і трактується як художня творчість; художня культура; образотворче мистецтво [40]. У широкому сенсі розуміється як: 1) художня творчість загалом з усім цілісним спектром варіативних видів мистецтва, просторові (графіка (мистецтво малюнка і друкована графіка), живопис, скульптура, архітектура, дизайн, декоративно-прикладне мистецтво, фотомистецтво), тимчасові (література (художня), музика), просторово-часові (танець, театр, цирк, кіно, відео, радіомистецтва, комп'ютерні мистецтва (комп'ютерна графіка, інтерактивний комп'ютерний перформанс, комп'ютерна музика, комп'ютерна анімація)); 2) квінтесенція художньої культури [4]. Артменеджмент – це феномен сучасного гуманітарного знання, інформаційного, постіндустріального соціуму,

що генерує технології модернізації, інновації, креативу у сфері мистецтва та артіндустрії з різними складовими, який являє собою багатогранний кристал, генерує полізначне сприйняття і внаслідок цього множинність розуміння, трактувань контенту. Особливості артменеджменту як системи управління:

1. Артменеджмент – це управління проектами у сфері культури і мистецтва.

2. Обмежений життєвий цикл проектів – робота в усіх напрямках діяльності здійснюється паралельно (виробництва, просування, збут).

3. Потрібне здійснення додаткового виду діяльності в межах проекту із залучення джерел фінансування.

4. Облік особливостей психіки творчих людей (тиск, жорсткі вимоги, відсутність умов для плідної діяльності тощо ставлять проєкт під загрозу зриву).

5. Особливі вимоги до особистісних та професійних якостей артменеджерів (комунікативність, швидкість ухвалення рішень, креативність, здатність нестандартно мислити тощо).

Основний зміст артменеджменту [5]: сформулювати творчу ідею; втілити творчу ідею в творчий продукт; створити організаційну базу життєвого циклу творчого продукту; зробити творчий продукт надбанням громадськості; забезпечити фінансування; забезпечити комфортні умови для споживання; залежно від поставлених цілей витягти максимально можливий прибуток у процесі реалізації проєкту.

На думку професора з маркетингу Ф. Колбера, артменеджмент є самостійним науковим напрямом, має свій предмет дослідження і низку ознак, які дозволили йому виділитися з класичного менеджменту та економічної теорії. Ф. Колбер у статті «Артменеджмент як наука третього тисячоліття» стверджує, що артменеджмент – новий простір для поширення теорії управління, згідно з якою «менеджмент мистецтв знаходиться в стадії зародження, і якщо його не „удобрювати”, вкладаючи туди знання і методи загального менеджменту, то навряд чи він буде розвиватися і приносити віддачу» [6]. Категорія «артменеджмент» містить низку параметрів, які розкривають особливості цього явища та одночасно дозволяють знайти цілісне уявлення про його сутність, специфіку, функції і механізми:

- цілепокладання і планування (розробка соціально-культурних і освітніх заходів, які адекватно відображають потреби суспільства в захисті прав та інтересів учнів у сфері освіти, культури, мистецтва і дозвілля, формування необхідних умов для їхнього всебічного розвитку);

- суб'єкти та об'єкти (система взаємопов'язаних компонентів, чия діяльність спрямована на визнання, правове закріплення і соціальний захист освітніх і культурних потреб і інтересів молоді);

- зміст та організаційні форми (комплекс пріоритетів і напрямів, орієнтованих на створення умов та можливостей для успішної соціалізації, інкультурації та ефективної самореалізації молоді, для розвитку її потенціалу та на соціально-економічний, освітній і культурний розвиток країни);

- методи, технології організації та реалізації (сукупність прийомів, засобів і впливів, які застосовуються для досягнення поставлених цілей і завдань, вирішення різного роду соціокультурних освітніх проблем підростаючого покоління);

- критерії ефективності і результативності (показники та індикатори, на підставі яких проводиться оцінка, визначення або класифікація результативності, дієвості та ефективності артменеджменту).

Артменеджмент сьогодні розглядається як один із функціонально-ролевих видів діяльності, пов'язаний із процесами відбору, зберігання, виробництва і поширення культурних цінностей. Крім того, як зазначають багато дослідників, артменеджмент являє собою сукупність управлінських прийомів (планування, організація, мотивація, контроль), характерних для класичного менеджменту. Але відмінною рисою виступає той факт, що це особливий вид управлінської діяльності у сфері мистецтва, який охоплює процес створення і поширення художньої продукції. Важливо підкреслити, що основним завданням артменеджменту сьогодні є і те, що інформація, знання, досвід, інновації повинні трансформуватися в продуктивну силу.

Отже, можемо зробити висновок, що артменеджмент як вид управлінської діяльності передбачає наявність основних функцій менеджменту. Цей термін можна визначити як професійне управління процесом створення художніх цінностей (матеріальних і духовних), просування на ринок культурних послуг результатів творчої діяльності авторів, режисерів, виконавців та організаційних зусиль колективу організації.

Список використаних джерел

1. Богатырева Е. А. Креативность, арт-менеджмент и проблемы теории искусства. *Международный журнал исследований культуры*. 2015. № 3 (20).
2. Платонов М. Ю. Арт-менеджмент: предмет и границы дисциплины. *Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета*. 2015. № 6 (96), С. 61–68.
3. Янковська Л. А. Підготовка менеджера: основні риси і вимоги. *Вісник НУ «Львівська політехніка»*. 2005. № 526. С. 477–484.
4. Татарнікова А. А. Формування професійної компетентності майбутніх фахівців – музикантів з арт-менеджменту. *Організаційно-педагогічні засади: «Наука і освіта»*. 2016. № 1. С. 87–92.

5. Командышко Е. Ф. Арт-менеджмент: специфика, проблемы, перспективы развития. Москва: ИХО РАО, 2009. 216 с.
6. Колбер Ф., И. Эввар. Арт-менеджмент – наука третьего тысячелетия. *Артменеджер: Журнал для профессионалов*. Москва: ЗАО «Холдинговая Компания Блиц-Информ». 2002. № 3. С. 3–6.

*Прокоф'єва Л. Б., канд. пед. наук, доц.,
Одеський національний університет імені І. І. Мечникова,
Україна*

ФОРМУВАННЯ УПРАВЛІНСЬКОЇ КУЛЬТУРИ СТУДЕНТІВ МАГІСТРАТУРИ

Глобальні зміни у системі загальної середньої освіти України на сучасному етапі вимагають нових підходів до управління закладами освіти. Зокрема, сучасні вимоги до школи потребують високої професійної компетентності всіх учасників навчально-виховного процесу, а особливо – керівників загальноосвітніх навчальних закладів. Формування управлінської культури студентів магістратури в освітньому процесі ЗВО – найважливіше завдання, від вирішення якого залежить не тільки якість професійної діяльності, а й реалізація стратегії освітнього розвитку суспільства. Інтенсифікація змін вимагає доповнення традиційних професійних якостей майбутнього освітнього менеджера здатністю критично мислити, адаптуватися до нестабільних умов навчально-виховного процесу.

Управлінська культура студентів магістратури – це різновид професійної культури, виступає інтегральним утворенням щодо системи знань і вмінь, особистісних якостей, мотивів і цінностей, які реалізуються під час управління.

Розробці проблеми теорії управління освітою присвячені дослідження І. Батракової, Ю. Васильєва, М. Кондракова, В. Кричевського, В. Куценка, В. Лазарева, В. Максимової, А. Орлова, О. Цокур та ін. Дослідження управлінської культури висвітлено у наукових працях Л. Васильченка, Л. Даниленка, Г. Єлькіної, С. Королюк, В. Маслова, Н. Островерхової, Є. Павлютенкова, В. Пікельної, В. Пуцова, М. Поташника, Т. Сорочан, Є. Тонконогої, Є. Хрикова, Т. Шамової та ін.

Актуальність та значущість управлінського аспекту професійної підготовки студентів магістратури у закладах вищої освіти зумовлені новими пріоритетами й соціокультурними цінностями ХХІ ст., що спрямовані на інноватизацію змісту, засобів, форм і методів їхньої професійно-педагогічної підготовки. Модернізація системи вищої освіти вимагає спрямування зусиль викладачів