

МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ КУЛЬТУРИ
ФАКУЛЬТЕТ КУЛЬТУРОЛОГІЇ

ПРОГРАМА

фахового вступного випробування
для здобуття ступеня Магістр
зі спеціальності 028
«МЕНЕДЖМЕНТ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ»

Розглянуто і затверджено
на засіданні Ради факультету
культурології
Протокол № __ від __.01. 2017

Харків 2017

УДК
ББК

Укладачі: Г.В. Афенченко, канд. соціолог. наук, доц., В.М. Чекштуріна, док. соц. комунікацій, доц.,

Друкується за рішенням ради факультету культурології
(протокол №__ від _____ 2017 р.)

Програма фахового вступного випробування для здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня вищої освіти другий (магістерський) зі спеціальності 028 «Менеджмент соціокультурної діяльності» / укладачі: Г. В. Афенченко, В.М. Чекштуріна. — Харків, : ХДАК, 2017. — ___ с.

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Загальні положення

Здобувачі, що складають фахове вступне випробування на ступінь «магістр», повинні мати цілісне уявлення про соціокультурні форми, процеси й практики, їх історичну і практичну динаміку, можливості їхнього пізнання, проектування й реалізації.

Засадничими для усвідомлення теорії і методології менеджменту соціокультурної діяльності є сукупність ідей щодо культури, що визначають дозволяють виявити специфіку діяльності людини та соціальних груп. Зокрема: тлумачення культури як способу життя, а також як сукупності цінностей, символів, норм і стилів спілкування.

Здобувачі, які беруть участь у випробуваннях мають орієнтуватися у теоріях, підходах й концепціях, які розкривають розмаїття соціокультурних практик і дозволяють аналізувати проблеми їхньої реалізації.

Здобувач повинен знати:

- основи теорії соціокультурної діяльності, зокрема, розуміти зв'язок соціального й культурологічного знання;
- предмет менеджменту як наукової дисципліни;
- місце менеджменту соціокультурної діяльності в сучасному гуманітарному знанні;
- зміст категорій, понять і термінів менеджменту соціокультурної діяльності;
- специфіку генезису технологій соціокультурної діяльності.

Здобувач повинен вміти:

- визначати проблематику соціокультурної діяльності та формулювати положення наукового дослідження;
- критично осмислювати підходи до створення соціокультурного проекту;
- аналізувати переваги та недоліки менеджменту щодо соціокультурних процесів.

Під час виконання завдання здобувач має продемонструвати навички:

- оперування інформацією;
- обґрунтування власної думки щодо проблем практичної діяльності менеджера;
- аргументації обраного варіанту вирішення проблеми;
- письмового оформлення концепції проекту.

Під час вступного випробування здобувачу видається екзаменаційний білет, якій містить завдання для перевірки рівня науково-теоретичної підготовки. Теоретичні питання стосуються таких навчальних дисциплін: «Менеджмент соціокультурної діяльності», «Основи теорії комунікації», «Маркетинг соціокультурної діяльності».

Здобувач повинен надати атестаційній комісії заповнений бланк відповіді на кожне теоретичне питання та розкрити зміст відповіді у співбесіді.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

Відповідь на теоретичне питання оцінюється атестаційною комісією за 12-бальною шкалою. Підсумкова оцінка виставляється за розв'язання теоретичних питань та рівня обґрунтування і захисту вчасної думки за такими критеріями:

12-10 бали — якщо відповідь на питання відповідає його змісту, є інформативною, логічною, завершеною, відображає аналітичні здатності відповідача, відповідає сучасному рівню теоретичного осмислення запропонованої проблеми, виконана з використанням професійної термінології;

9-7 — якщо відповідь є інформативною, логічною, виконаною із застосуванням професійної термінології, проте містить незначні помилки, які не вплинули на зміст та висновки, відповідь є структурованою, але має місце непослідовність у викладі матеріалу, обґрунтування власного варіанту вирішення проблеми загалом відповідає сучасній теорії;

6-4 — якщо відповідь є загалом вірною, проте містить помилки, що частково вплинули на зміст, висновки є загалом правильними, але сам хід міркування є непослідовним, професійна термінологія використовується невпевнено, мають місце проблеми з обґрунтуванням вчасної думки, але загалом вона відповідає критеріям науковості;

3-1 — якщо є суттєві помилки, що демонструють відсутність системних знань, структура відповіді є неповною, хід міркувань є суперечливим, мають місце проблеми з обґрунтуванням власної думки, висновки не у повній мірі відповідають науковому підходу до розв'язання професійних проблем.

ОСНОВНІ ТЕМИ ПРОГРАМИ

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Соціокультурна діяльність в контексті глобалізації культури. Дозвіллева діяльність та її різновиди. Менеджмент в галузі культури та менеджмент соціокультурної діяльності: спільність та специфіка. Арт-менеджмент. Співвідношення понять «менеджер», «менеджер соціокультурної діяльності».

Основні категорії менеджменту соціокультурної діяльності. Історія становлення інституту менеджменту соціокультурної діяльності. Види капіталів у менеджменті соціокультурної діяльності.

Функції менеджменту соціокультурної діяльності. Технології менеджменту соціокультурної діяльності. Методи менеджменту соціокультурної діяльності

Соціокультурний проект як метод управління. Стратегії розвитку соціокультурного буття. Принципи розроблення успішних стратегій. Управління символічним капіталом. Соціокультурне проектування. Фінансування соціокультурної діяльності. Соціально-комунікаційні системи. Організація комунікаційного процесу. Технології прийняття рішень.

Управління часом. Керівництво та лідерство. Інноваційні форми роботи менеджера соціокультурної діяльності. Управління власним станом здоров'я. Стратегія саморозвитку менеджера.

Література

1. Ерасов Б. Социальная культурология / Б. Ерасов — М. : Гардарики, 1996. — 410с.
3. Жарков А. Технология культурно-досуговой деятельности / А. Жарков. — М.: ТРК-СВЕТ, 1998. — 296 с.
4. Звернецька О. Нові засоби масової комунікації: соціологічні аспекти / О. Звернецька. — К. Освіта, 1993 — 130 с.
5. Ионин Л. Социология культуры / Л. Ионин. 2-е изд. М.: ДЕМО, 1998. — 320 с.
6. Мескон М. Основы менеджмента / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури: пер. с англ. — М.: Дело, 2000. — 704 с.
7. Морозова Е. Экономика и организация предприятий социально-культурной сферы / Е. Морозова. СПб.: Михайлов, 2002. — 317с.
8. Почепцов Г. Теория и практика коммуникаций / Г. Почепцов. — М.: День, 1998. — 352с.
9. Семенова И. История менеджмента: учеб. пособ. для вузов / И.Семенова.: — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2000. — 222 с.
- Ю.Семенюк Э. Информационный подход к познанию действительности / Э. Семенюк. — К.: Око, 1988. — 190 с.
11. Тульчинский Г. Менеджмент в сфере культуры / Г. Тульчинский // С.-Петербург. гос. ун-т культуры и искусств. — СПб.: Лань, 2001. — 382 с.
12. Фролов С. Социология организаций: учебн. / С.Фролов. — М. : Гардарики, 2001. — 363 с.
13. Шегда А. Менеджмент / А. Шегда.: навч. посіб. - - К. : Тв-во «Знання», КОО, 2002. — 583 с.
14. Шекова Е.Л. Менеджмент в сфере культуры. / Е. Л. Шекова – СПб. : Алетейя, 2006. – 186с.
15. Ярошенко Н. Социально-культурная деятельность Парадигмы, методология, теория: моногр. / Н-Ярошенко.—М.: МГУКИ, 2000.—283 с.
16. Булах Т.Д. Специфіка телевізійної реклами / Т.Д. Булах // Вісник Харківської державної академії культури: зб. наук пр. - Вип. 29 / Харк. держ. акад. культури. — Х.: ХДАК, 2010. — С. 167-174.
17. Шкуркіна В.М. Види «капіталов» в соціокультурному менеджменті / В.М. Шкуркіна // Культура та інформаційне суспільство ХХІ століття: Матеріали наук. конф. молодих учених, 23-24 квіт. 2009 р. / Харк. держ. акад. культури. — Х.: ХДАК, 2008. — С.40-41.
18. Шкуркіна В.М. Методологічні засади менеджменту соціокультурної діяльності / В.М. Шкуркіна // Вісник Харківської державної академії культури: зб.наук пр. — Вип. 24 / Харк. держ. акад. культури. — Х.: ХДАК, 2010. — С. 226-235.

ОСНОВИ ТЕОРІЇ КОМУНІКАЦІЇ

Поняття «комунікація». Предмет теорії комунікації. Функції теорії комунікації. Основні відмінні риси понять комунікація, діалог, спілкування. Міждисциплінарний характер теорії комунікації. Проблема комунікації в античній культурі. Типи комунікаторів: ключовий комунікатор, лідер думок. Види вербальної комунікації. Чинники, що впливають на інтерпретацію невербальних сигналів у процесі комунікації. Типи комунікації. Форми комунікації. Елементи комунікативного процесу: повідомлення, джерело повідомлення, кодування і декодування, одержувач, зворотний зв'язок. Комунікативні бар'єри. Унікальність комунікативного процесу: діахронність, діатопність, мультиплікування, симультанність, реплікація. Головні моделі масової комунікації: неомарксизм, постмодернізм, інформаційні концепції. Поняття «масова комунікація». Структура масової комунікації.

Література

1. Бакулев Г. П. Массовая коммуникация. Западные теории и концепции: учеб. пособ. для студ. Вузов / Г. П. Бакулев. — М. : Аспект-Пресс, 2005. — 176 с.
2. Бауман З. Глобалізація. Наслідки для людини і суспільства / З. Бауман. — К. : ВД «Києво-Могилянська академія», 2008. — 109 с.
3. Березин В. М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия / В. М. Березин. — М. : РИП-холдинг, 2003. — 173 с.
4. Бурдые П. О телевидении и журналистике / П. Бурдые. — М. : Прагматика культуры, 2002. — 160 с.
5. Ван Дейк Т. А. Язык. Познание. Коммуникация / Т. А. Ван Дейк [Под ред. В. И. Герасимова]. — М. : Прогресс, 1989. — 312 с.
6. Гнатюк О. Л. Основы теории коммуникации: учебн. пособ. / О. Л. Гнатюк. — М. : КНОРУС, 2010. — 256 с.
7. Зверинцев А. Б. Коммуникационный менеджмент. Рабочая книга менеджера PR / А. Б. Зверинцев. — Санкт-Петербург : Изд-во Буковского, 1995. — 267 с.
8. Кириллова Н. Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну. 2-е изд.; перераб. и доп. / Н. Б. Кириллова. — М. : Академический Проект, 2006. — 448 с.
9. Луман Н. Медиа коммуникации / Н. Луман. — М. : Издательство «Логос», 2005. — 280 с.
10. Малахов В. А. Етика спілкування : навч. посіб. / В. А. Малахов. — К. : Либідь, 2006. — 400 с.
11. Моисеева А. П. Коммуникационный менеджмент: учебн. пособ. / А. П. Моисеева. — Томск : Изд-во ТПУ, 2007. — 104 с.
12. Моисеева А. П. Основы теории коммуникации: учебн. пособ. / А. П. Моисеева. — Томск : Изд-во ТПУ, 2004. — 128 с.
13. Основы теории коммуникации: Учебник / Под. ред. проф. М. А. Василика. — М. : Гардарики, 2003. — 615 с.
14. Панфилова А. П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности / А. П. Панфилова. — С.Пб. : Знание, 2001. — 496 с.

15. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации / Г. Г. Почепцов. — М. : «Рефл-бук», К.: «Ваклер», 2001. — 656 с.
16. Почепцов Г. Г. Коммуникативные технологии двадцатого века / Г. Г. Почепцов. — М. : «Рефл-бук», 1999. — 352 с.
17. Садохин А. П. Введение в теорию межкультурной коммуникации / А. П. Садохин. — М. : Высшая школа, 2005. — 310 с.
18. Ситниченко Л. А. Першоджерела комунікативної філософії: навч. посіб. для студ. гуманіт. спец. вищ. навч. закладів / Л. А. Ситниченко. — К. : Либідь, 1996. — 176 с.
19. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций / Р. Харрис. — СПб. : Прайм-Еврознак, 2003. — 445 с.
20. Шарков Ф. И. Коммуникология. Основы теории коммуникации: учеб. / Ф. И. Шарков. — М. : Дашков и Ко, 2009. — 592 с.

МАРКЕТИНГ В СОЦІОКУЛЬТУРНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Сфера послуг у ринковій економіці. Соціальна сфера як об'єкт маркетингу. Характеристика ринків і маркетингу в соціокультурній діяльності. Маркетинг організацій і територій. Маркетинг подій. Некомерційний маркетинг. Маркетинг послуг. Маркетинг у сфері культури, традицій і прикладної народної творчості.

Маркетингова інформаційна система підприємства. Система маркетингових досліджень підприємства. Маркетингові дослідження на ринку послуг. Сегментування ринку товарів та послуг.

Маркетингова продуктова політика підприємства. Формування послуги на ринку. Маркетингова цінова політика підприємства. Цінова тактика на ринку послуг. Маркетингова збутова політика підприємства. Маркетингова політика комунікацій підприємства. Комунікаційна політика на ринку послуг. Система маркетингових комунікацій. Значення виставок та ярмарків у маркетинговій діяльності.

Управління маркетингом у соціально-культурній діяльності. Соціально-значимі проекти й програми.

Література

1. Беквит Г. Четыре ключа к маркетингу услуг. 2 -е изд. - М. : Альпина, 2005.- 224 с.
2. Гаркавенко С.С. Маркетинг : підручник для вузів. – К. : Лібра, 2004. – 712с.
3. Завьялов П. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах. М.: ИНФРА-М, 2000. – 496 с.
4. Котлер Ф., Боуэн Д., Мейкенз Д. Маркетинг : Гостеприимство и туризм. – М. : ЮНИТИ, 1998.
5. Котлер Ф. Маркетинг. Менеджмент. Анализ, планирование, внедрение, контроль. — СПб. : Питер Ком, 1998. — С. 148.
6. Лук'янець Т.І. Маркетингова політика комунікацій : навч. посіб. – К. : КНЕУ, 2004. – 524 с.

7. Афенченко Г.В. Маркетингова політика комунікацій : навч. посібник Х. : УкрДАЗТ, 2007. — Ч.1. — 334 с. Ч.2. — 114 с.
8. Подкуйко Ніна Дмитрівна. Маркетинг в соціально-культурній сфері: Навч. посіб. / Н.Д. Подкуйко, Н.О. Кізнер; Держ. акад. кер. кадрів культури і мистецтв.- К.: ДАКККіМ, 2002.- 95 с.
9. Саак Андрей Эрнестович. Маркетинг в социальном-культурном сервисе и туризме: учеб. пособие / А. Э. Саак, Ю. А. Пшеничных.- СПб.: Питер, 2007.- 480 с. + Прил.: с. 436-480.
10. Шевченко Л. С. Введение в маркетинг : учебно-практ. пособ. / Шевченко, Людмила Степановна. - Консум, 2000. - 672 с.