

ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ КУЛЬТУРИ
ФАКУЛЬТЕТ КУЛЬТУРОЛОГІЇ
Кафедра менеджменту культури та соціальних технологій

ПРОГРАМА

ДОДАТКОВОГО ФАХОВОГО ВСТУПНОГО ВИПУРОБУВАННЯ

для здобуття ступеня магістр
зі спеціальності 028 «МЕНЕДЖМЕНТ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ»

Розглянуто і затверджено
на засіданні Ради факультету
культурології
Протокол № __ від __.01. 2018

Харків 2018

УДК
ББК

Укладачі: Г.В. Афенченко, канд. соціолог. наук, доц., В.С. Мірошніченко, канд. культурології, ст. викл.

Друкується за рішенням ради факультету культурології
(протокол №__ від _____ 2018 р.)

Програма додаткового фахового вступного випробування за ступенем магістр зі спеціальності 028 «Менеджмент соціокультурної діяльності» / укладачі: Г..Афенченко, В. С. Мірошніченко. — Харків, : ХДАК, 2018. — ___ с.

ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Абітурієнти, які вступають на навчання для здобуття ступеня «магістр» на основі ступеня бакалавра чи спеціаліста, здобутого за іншим напрямом підготовки, складають додаткове фахове вступне випробування.

Здобувачі повинні мати фундаментальну професійну підготовку рівня бакалавр або спеціаліст будь-якого навчального напрямку, що є підґрунтям для освоєння та набуття практичних навичок з майбутньої професії.

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 складають іспит, повинні орієнтуватися у змісті базових тем, у яких представлені різні теорії, підходи й концепції комунікації, мати уявлення про типологічне різноманіття практик менеджменту і маркетингу, та проблеми їхнього здійснення у соціокультурній діяльності.

Здобувач повинен мати уявлення про:

- основи теорії сучасної соціокультурної діяльності,
- предмет та категоріальний апарат менеджменту як наукової дисципліни та його місце як виду професійної діяльності;
- зміст категорій, понять і термінів маркетингу у контексті певних теорій і практик.

Здобувач повинен вміти:

- визначати проблематику соціокультурної діяльності та формулювати положення її наукового дослідження;
- критично осмислювати підходи до вирішення соціокультурних проблем;
- аналізувати переваги та недоліки менеджменту щодо реалізації запропонованих шляхів розв'язання соціокультурної проблеми.

Під час виконання завдання здобувач демонструє навички:

- оперування інформацією та логічного її викладу;
- використання категоріального апарату менеджменту та маркетингу;
- обґрунтування власної думки щодо поставлених завдань.

Екзаменаційне випробування складається з двох частин: відповідь на теоретичні питання та презентація практичного завдання. Теоретичні питання поєднують навчальні напрями «Соціокультурна діяльність», «Менеджмент», «Маркетинг». Здобувач повинен надати вступний комісії заповнений бланк відповіді на кожне теоретичне питання. Відповіді є підставою для оцінки вміння використовувати науково-теоретичні знання у вирішенні практичних завдань.

ОСНОВНІ ТЕМИ ПРОГРАМИ

СОЦІОКУЛЬТУРНА ДІЯЛЬНІСТЬ

Соціокультурна діяльність як доцільна активність соціального суб'єкта (особистості, спільності, соціального інституту, етносу, нації), спрямована на створення, збереження, трансляцію, засвоєння і розвиток традицій, цінностей і норм культури. елементи духовної культури: а) інтелектуальні (наука, освіта); естетичні (мистецтво, література); етичні (мораль); соціальні (мова, побут, звичаї, право, політика); релігійні.

Соціальні функції культури: інформаційна, комунікативна, інтеграційна, адаптивна. Система культурних цінностей: головні життєві цінності (уявлення про мету і сенс життя, щастя); цінності міжособистісного спілкування (чесність, доброзичливість); демократичні цінності (права людини, свобода слова, совісті, партій); прагматичні цінності (особистісний успіх, заповзятливість, прагнення до матеріального багатства); світоглядні, моральні, естетичні. «Продукти» духовного виробництва: ідеї, теорії, образи, духовні цінності; духовні суспільні зв'язки індивідів Культура як специфічна галузь невиробничої сфери.

Складові системи управління галуззю культури та мистецтва. Сфери реалізації соціокультурної діяльності: художня культура, соціокультурна реабілітація. Культурно-дозвіллева діяльність – складова частина соціокультурного процесу. Організація культурно-дозвіллевої діяльності на місцевому рівні. Культурно-дозвіллева робота з інвалідами. Школа як центр соціального виховання. Добровільні об'єднання дітей та молоді та їх роль у соціальному вихованні. Молодіжні форми дозвілля.

Соціальні субкультури. Типологія молодіжних субкультур. Антисоціальні молодіжні субкультури. Просоціальні молодіжні субкультури. Ідеологічна спрямованість та символіка молодіжних рухів. Мотиви участі в молодіжних субкультурах. Види молодіжних субкультур. Символіка молодіжних субкультур.

Жанри масової культури – музика, кіно, література, ЗМІ, спорт, туризм. Суспільство глядачів. Телевізійні дослідження як напрям в дослідженнях масового суспільства. Специфіка знання (науково-популярні та історичні програми) на телеекрані і його інтерпретація. Універсальність ТБ як масового дозвілля. Політичні риторичні і політичні особливості теледискурса.

Література:

1. Артемов В.Л. Би-би-си. История, аппарат, методы радиопрограмм / В. Л. Артемов, В. С. Семенов. : М., ТЕХ, 1978. — 256 с.
2. Бебик В. М. Засоби масової інформації посткомуністичної України / В. М. Бебик, О. І. Сидоренко — К. , Спілка, 1996 — 124 с.
3. Блэк С. Паблик рилейшнз / С. Блэк — М. : Логос, 1990. — 360 с.
4. Борев В. Ю. Культура и массовая коммуникация / В. Ю Борев, А.В Коваленко. — М. : Просвещение, 1986. — 218 с.
5. Васильева Т. В. Теле-и радиоинформация / Т. В. Васильева — Л., 1987. — 163 с.
6. Галушко Р. И. Западное телевидение и «массовая культура» / Р. И. Галушко — М. : ИНФО, 1991. — 238 с.

7. Гуляев В. Г. Туризм: экономика и социальное развитие / В. Г. Гуляев — М. : Дело, 2002. — 196 с.
8. Ерасов Б. Социальная культурология / Б. Ерасов — М. : Аспект Пресс, 1997. — 591 с.
9. Жарков А. Технология культурно-досуговой деятельности / А. Жарков. — М.: ТРК-СВЕТ, 1998. — 296 с.
10. Звернецька О. Нові засоби масової комунікації: соціологічні аспекти / О. Звернецька. — К. : Освіта, 1993 — 130 с.
11. Ионин Л. Социология культуры / Л. Ионин. 2-е изд. — М.: ДЕМО, 1998. — 320 с.
12. Мірошніченко В. С. Сейл-культура і ресентимент / В. С. Мірошніченко // Культура України. Сер. Культурологія : зб. наук. пр. — Харків : ХДАК, 2015. — Вип. 49. — С. 106–115.
13. Морозова Е. Экономика и организация предприятий социально-культурной сферы / Е. Морозова. — СПб. : Михайлов, 2002. — 317 с.
14. Почепцов Г. Теория и практика коммуникаций / Г. Почепцов. — М. : День, 1998. — 352 с.
15. Серго А.Г. Интернет и право / А. Г. Серго. — М. : Бестселлер, 2003. — 272 с.
16. Фролов С. Социология организаций / С. Фролов. — М. : Гардарики, 2001. — 363 с.
17. Хропко І.П. Ефір і громадська думка / І. П. Хропко. — К. : Спілка, 1987 — с. 46.
18. Шейко В.М. Формування основ культурології в добу цивілізаційної глобалізації (друга половина ХІХ – початок ХХІ ст.): Монографія / В. Шейко, Ю.Богущкий.. — К. : Генеза, 2005. — 592 с.
19. Ярошенко Н. Социально-культурная деятельность Парадигмы, методология, теория: Монография / Н.Ярошенко. — М. : МГУКИ, 2000. — 283 с.

МЕНЕДЖМЕНТ

Сутність, роль та методологічні основи менеджменту. Поняття менеджменту.

Історія розвитку менеджменту. Еволюція управлінської думки.

Основи теорії організації.

Функції менеджменту. Технологія менеджменту. Види планування. Моделі організаційних структур. Теорії мотивації.

Контроль як функція менеджменту. Види контролю.

Типи лідерства. Основи теорії прийняття управлінських рішень. Технологія прийняття управлінських рішень. Методи управління.

Комунікації у менеджменті. Оцінка ефективності управлінської діяльності в організації.

Література:

1. Андрійчук В. Менеджмент. Прийняття рішень і ризик / В. Андрійчук, Л. Багер: навч. посіб. для ВНЗ. – К, 1998. – 316 с.
2. Андрушків Б. М. Основи менеджменту: методологічні положення та прикладні механізми. / Андрушків Б. М., Кузьмін О. Є. – Тернопіль: Лілея, 1999. – 292 с.
3. Вітвицька Н. С., Кузьмінська О.Є. Контроль і ревізія: навч. посіб. для самост. вивч. дисц / Н. С. Вітвицька, О. Є. Кузьмінська. – К., 2000. – 166 с.
4. Гріфін Р. Основи менеджменту: підруч. / наук. ред. В. Яцура, Д. Олесевич. – Львів: Бак, 2001. – 642 с.
5. Енциклопедія бізнесмена, економіста, менеджера / під. Ред. Р. Дяківа. – К.: Міжнародна економічна фундація, 2000. – 700 с.
6. Іванова І. В. Менеджер – професійний керівник: навч. посібник. / І. В. Іванова –К.: Київ. нац. торг.–екон. ун-т, 2001. – 107 с.
7. Іванова І. В. Менеджмент підприємства. Практикум: навч. посіб. / І. В. Іванова – К.: Київ. нац. торг.– екон. ун-т, 2001. – 247 с.
8. Кредісов А. О. Менеджмент для керівників / А. О. Кредісов, Є. Г. Панченко, В. А. Кредісов. – К.: Т-во «Знання», КОО, 1999. –556 с.
9. Кузьмін О. Е., Мельник О.Г. Основи менеджменту/ О. Є. Кузьмін, О. Г. Мельник.: Підручник. – К.: «Академвидав», 2003. – 411 с.
10. Кузьмін О. Є. Менеджмент японський. Економічна енциклопедія / О. Є. Кузьмін, О. Г. Мельник: У трьох томах Т. 2. / Відп. ред. С.В. Мочерний. –К.: Видавничий центр «Академія», 2001. – 387с.
11. Мескон М. Основы менеджмента / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури: пер. с англ. — М.: Дело, 2000. — 704 с.
12. Соціокультурний менеджмент у графічному дизайні : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Гребенюк Г. Є., Шкуркіна В. М., Афенченко Г. В. ; М-во освіти і науки України. — Ялта : [Рекл. агенція "ГІД" КГУ], 2010. — 137 с.
13. Твердохліб М.Г. Інформаційне забезпечення менеджменту: навч. посіб. /М. Г. Твердохліб –К.: КНЕУ, 2000. –208 с.
14. Хміль Ф.І. Основи менеджменту: підруч. \ Ф. І. Хміль. – К., «Академвидав», 2007. – 450 с.

МАРКЕТИНГ

Поняття маркетингу у ринковій економіці. Характеристика ринків і видів маркетингу. Маркетинг організацій і територій. Маркетинг подій. Некомерційний маркетинг. Маркетинг послуг. Маркетинг у сфері культури.

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.

Процес та етапи управління маркетингом на підприємстві. План та програми маркетингової діяльності.

Література:

1. Беквит Г. Четыре ключа к маркетингу услуг. 2 -е изд. / Г. Беквит – М. : Альпина, 2005.- 224 с.
2. Гаркавенко С. С. Маркетинг : підручник для вузів./ С. С. Гаркавенко – К. : Лібра, 2004. – 712с.
3. Завьялов П. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах. / П. Зпвьялов. –М.: ИНФРА-М, 2000. – 496 с.
4. Котлер Ф. Маркетинг. Менеджмент. Анализ, планирование, внедрение, контроль. / Ф. Котлер — СПб. : Питер Ком, 1998. — С. 148.
5. Лук'янець Т. І. Маркетингова політика комунікацій : навч. посібник. / Т. І. Лук'янець – К. : КНЕУ, 2004. – 524 с.
6. Подкуйко Н. Д. Маркетинг в соціально-культурній сфері: навч. посіб. / Ніна Дмитрівна Подкуйко, Н. О. Кізнер; Держ. акад. кер. кадрів культури і мистецтв.- К.: ДАКККіМ, 2002.- 95 с.
7. Шевченко Л. С. Введение в маркетинг : Учебно-практическое пособие / Людмила Степановна Шевченко. - Консум, 2000. - 672 с.

Додаткова література:

1. Дридзе Г. М., Орлова Э. А. Основы социокультурного проектирования. / Дридзе Г. М., Орлова Э. А. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 1995. – 202 с
2. Домнин В. Н. Брендинг: новые технологии в России / В. Домнин. – СПб. : Питер, 2004. – С. 145.
3. Ерасов Б. Социальная культурология / Б. Ерасов – М.: Гардарики, 1996. – 410 с.
4. Звернецька О. Нові засоби масової комунікації: соціологічні аспекти / О. Звернецька. – К. Освіта, 1993 – 130 с.
5. Катлип С. Паблик рилейшнз. Теория и практика: учеб. пособие. – 8-е изд. / С. Катлип, А.Сентер, Г. Брум; за ред. Брум Г. – М.-СПб.-Киев : Вильямс, 2001. – 624 с.

6. Льюис Р. Деловые культуры в международном бизнесе. От столкновения к взаимопониманию / Р. Льюис. М.: Дело, 2001. – 448с.
7. Марков А. П., Бирженюк Г.М. Основы социокультурного проектирования: Учеб. пособ. / А. П. Марков. – СПб.: СПГУП, 1997. – 262 с.
8. Морозова Е. Экономика и организация предприятий социально-культурной сферы / Е. Морозова. СПб.: Михайлов, 2002. – 317 с.
9. Переверзев М.П. Менеджмент в сфере культуры и искусства / М. Переверзев, Т. Косцов. М.:Инфра-М, 2007. – 192 с.
10. Тульчинский Г. Менеджмент в сфере культуры / Г. Тульчинский С.- Петерб. гос. ун-т культуры и искусств. СПб.: Лань, 2001. – 382 с.
11. Соціокультурний менеджмент у графічному дизайні : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Гребенюк Г. Є., Шкуркіна В. М., Афенченко Г. В. ; М-во освіти і науки України. — Ялта : [Рекл. агенція "ГІД" КГУ], 2010. — 137 с.

Інформаційні ресурси

Ярмарок ідей для культури. Міністерство культури України [Електронний ресурс]. — Режим доступу <http://195.78.68.75/mincult/uk/publish/article/342554>.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ АБІТУРІЄНТІВ, ЯКІ ВСТУПАЮТЬ ДО ХДАК У 2018 РОЦІ та складають додаткове фахове вступне випробування

Рівні навчальних досягнень	Критерії оцінювання навчальних досягнень
Не зараховано	<ul style="list-style-type: none"> - абітурієнт дає невірну відповідь на запитання, - відповіді поверхневі, демонструють незнання базових понять предметної галузі, - абітурієнт не дає відповідей на додаткові запитання, - абітурієнт виявляє брак логічного мислення та здатності послідовно викладати інформацію
Зараховано	<ul style="list-style-type: none"> - абітурієнт дає повну і розгорнуту відповідь на запитання, - ілюструє відповідь прикладами з практики, - пов'язує теоретичні знання з розумінням практичних проблем галузі культури і мистецтва, - демонструє вільне володіння термінологічним апаратом з фаху, - дає вірні відповіді на додаткові питання; - дає конкретні та логічні відповіді, обґрунтовуючи власну позицію з вибору теми майбутнього наукового дослідження.