

**ПЕРШИЙ БАКАЛАВРСЬКИЙ РІВЕНЬ**

**Спеціальність 028 «Менеджмент соціокультурної діяльності»  
Освітня програма «Менеджмент культури»**

**Вибіркові освітні компоненти**

| <b>№ з/п</b>                                  | <b>Назва курсу за вибором здобувача вищої освіти</b> | <b>Кредити ECTS</b> | <b>Ауд. год. (лекції, семінари, практичні)</b> | <b>Форма контролю</b> | <b>Мета або короткий опис дисципліни</b>  | <b>ПІБ викладача</b> |
|---|--|---------------------|--|-----------------------|---|----------------------|
| <b>2 КУРС 3 СЕМЕСТР</b>                       |  |                     |  |                       |   |                      |
| <b>I. Загальні компоненти</b>                 |  |                     |  |                       |   |                      |
| 1   | КЗВ 1.1  | 3,0                 | 30 (16, 14, 0)                                 | залік                 |   |                      |
|   | Назва 1  |                     |  |                       | Мета ...  |                      |
|   | Назва 2  |                     |  |                       | Мета ...  |                      |
|   | Назва 3  |                     |  |                       | Мета ...  |                      |
|   | Назва 4  |                     |  | Мета ...              |   |                      |
| <b>II. Професійні та практичні компоненти</b> |  |                     |  |                       |   |                      |
| 1   | КЗВ 2.1  | 4,0                 | 40 (20, 20, 0)                                 | залік                 |   |                      |
|   | Основи підприємницької діяльності                    |                     |  |                       | Мета - формування системи теоретичних знань і набуття практичних навичок із організації, функціонування та правового регулювання підприємницької діяльності, а відтак формування підприємницького мислення. | Гетьман Л.Г          |
|   | Основи PR  |                     |  |                       | Мета - ознайомлення студентів з теоретичними й методологічними засадами PR-діяльності, інформування про розмаїтість діяльності в області відносин із громадськістю  | Афенченко Г.В.       |
|   |  |                     |  |                       |   | .                    |
| 2   | КЗВ 2.2  | 4,0                 | 40 (0, 0, 40)                                  | залік                 |   |                      |
|   | Тренінг соціальних навичок                           |                     |  |                       | Мета - Навчальна дисципліна надає студентам необхідну практичну підготовку з основ уявлення про засоби розв'язання проблем, що  | Церковний А.О.       |

| № з/п   | Назва курсу за вибором здобувача вищої освіти | Кредити ECTS | Ауд. год. (лекції, семінари, практичні) | Форма контролю | Мета або короткий опис дисципліни  | ПІБ викладача     |
|---|---|--------------|---|----------------|--|-------------------|
|   |   |              |   |                | виникають в соціальних комунікаціях. Пріоритетом курсу є оволодіння практичними навичками вивчення особливостей та закономірностей процесу соціальної взаємодії, як основи професійного становлення.   |                   |
|   | Основи фінансової грамотності                 |              |   |                | Мета - формування знань з питань функціонування фінансово-кредитної системи, формування приватних фінансів, обрання продуктів фінансового ринку, оволодіння інструментами персонального інвестування   | Гетьман Л.Г.      |
|   |   |              |   |                |  |                   |
|   |   |              |   |                |  |                   |
| <b>2 КУРС 4 СЕМЕСТР</b>                       |   |              |   |                |  |                   |
| <b>I. Загальні компоненти</b>                 |   |              |   |                |  |                   |
| 1   | <b>КЗВ 1.1</b>                                | <b>3,0</b>   | 30 (16, 14, 0)                          | <b>залік</b>   |  |                   |
|   | <b>Назва 1</b>                                |              |   |                | <b>Мета...</b>   |                   |
|   | <b>Назва 2</b>                                |              |   |                | <b>Мета ...</b>  |                   |
|   | <b>Назва 3</b>                                |              |   |                | <b>Мета ...</b>  |                   |
|   | <b>Назва 4</b>                                |              |   |                | <b>Мета ...</b>  |                   |
| <b>II. Професійні та практичні компоненти</b> |   |              |   |                |  |                   |
| 1   | <b>КЗВ 2.1</b>                                | 4,0          | 40 (20, 20, 0)                          | залік          |  |                   |
|   | Логіка та теорія аргументації                 |              |   |                | Метою викладання навчальної дисципліни «Логіка та теорія аргументації» є поглиблення системи знань щодо логіки як вчення про правильне мислення, структурування досвіду побудови риторичної аргументації; опанування методиками аналізу текстів та проблемних комунікативних ситуацій та ознайомлення з існуючими у сучасній науковій парадигмі термінами; ознайомлення з основами | Мірошниченко В.С. |

| № з/п                         | Назва курсу за вибором здобувача вищої освіти | Кредити ECTS | Ауд. год. (лекції, семінари, практичні) | Форма контролю | Мета або короткий опис дисципліни  | ПІБ викладача  |
|-------------------------------|---|--------------|---|----------------|--|----------------|
|                               | Культурна ідентифікація                       |              |   |                | дисципліни.<br>Мета – опанування здобувачами вищої освіти теоретичних та практичних аспектів ідентифікаційних практик сучасності   | Жигайло М.О.   |
| 2                             | КЗВ 2.2                                       | 4,0          | 40 (20, 20, 0)                          | залік          |  |                |
|                               | Інфраструктура ринкової економіки             |              |   |                | Мета - формування системного сприйняття економічних процесів, а також спеціальних знань з проблем та перспектив розвитку основних інфраструктурних елементів національної економіки, набуття здатностей критично усвідомлювати взаємозв'язок між культурними, соціальними та економічними процесами. | Гетьман Л.Г.   |
|                               | Маркетинг відносин зі споживачами             |              |   |                | Метою викладання даної навчальної дисципліни є надання знань про напрями розширення функцій маркетингу в дослідженні механізмів поведінки споживачів і використанні цих механізмів для досягнення мети організації   | Афенченко Г.В. |
| <b>3 КУРС 5 СЕМЕСТР</b>       |   |              |   |                |  |                |
| <b>I. Загальні компоненти</b> |   |              |   |                |  |                |
| 1                             | КЗВ 1.1                                       | 4,0          | 40 (20, 20, 0)                          | залік          |  |                |
|                               | Назва 1                                       |              |   |                | Мета ...   |                |
|                               | Назва 2                                       |              |   |                | Мета ...   |                |
|                               | Назва 3                                       |              |   |                | Мета ...   |                |
|                               | Назва 4                                       |              |   |                | Мета ...   |                |

| № з/п   | Назва курсу за вибором здобувача вищої освіти | Кредити ECTS | Ауд. год. (лекції, семінари, практичні) | Форма контролю | Мета або короткий опис дисципліни   | ПІБ викладача     |
|---|---|--------------|---|----------------|---|-------------------|
| 2   | КЗВ 1.2                                       | 4,0          | 40 (20,20, 0)                           | залік          |   |                   |
|   | Назва 1                                       |              |   |                | Мета ...  |                   |
|   | Назва 2                                       |              |   |                | Мета ...  |                   |
|   | Назва 3                                       |              |   |                | Мета ...  |                   |
|   | Назва 4                                       |              |   |                | Мета ...  |                   |
| <b>II. Професійні та практичні компоненти</b> |   |              |   |                |   |                   |
| 1   | КЗВ 2.1                                       | 4,0          | 40 (20, 20, 0)                          | залік          |   |                   |
|   | Ідеологія в дискурсі гуманітарних наук        |              |   |                | «Ідеологія в дискурсі гуманітарних наук» є навчальною дисципліною, яка виходячи з позицій критичної теорії досліджує концепт ідеології, який маніфестується в різних дискурсах гуманітарного знання. Критична теорія оприявнюється такими теоретичними і практичними підходами як: деконструктивізм, психоаналіз. Ідеологія розглядається крізь призму: альтюссерівського концепту «ідеологічних апаратів держави»; як певний фантазм в теорії Славоя Жижека і як концепт, який акумулює в собі ідеї, системи, погляди політичного (владного) й конс'юмеристського спрямувань, що частково артикульовані в текстах Мішеля Фуко. | Мірошниченко В.С. |
|   | Організація бізнесу                           |              |   |                | Мета – формування знань та вмінь здійснення підприємництва в Україні, набування навичок відкриття, оформлення дозвільних документів, ведення та закриття ФОП.   | Ушно І.М.         |
|   |   |              |   |                |   |                   |
|   |   |              |   |                |   |                   |
| 2   | КЗВ 2.2                                       | 4,0          | 40 (0, 0, 40)                           | залік          |   |                   |
|   | Тімблдинг                                     |              |   |                | Мета. Навчальна дисципліна надає студентам  | Церковний         |

| № з/п   | Назва курсу за вибором здобувача вищої освіти | Кредити ECTS | Ауд. год. (лекції, семінари, практичні) | Форма контролю | Мета або короткий опис дисципліни   | ПІБ викладача         |
|---|---|--------------|---|----------------|---|-----------------------|
|   |   |              |   |                | необхідну практичну підготовку з основ технологій, що підвищують злагодженість групової взаємодії і командної роботи. Пріоритетом курсу є оволодіння практичними навичками командної роботи в рамках компетенцій менеджера.   | А.О.                  |
|   | Теорія та практика продажів                   |              |   |                | Мета навчальної дисципліни – надати теоретичні знання щодо сутності управління продажами, теоретичних засад і принципів організації процесів продажів товарів і послуг в системі дистрибуції, практичні уявлення про техніку продажів, визначення оптимальних способів і форм їх здійснення, вибору форм організації продажів з врахуванням специфіки окремих товарів і послуг у соціокультурній сфері. | Афенченко Г.В.        |
|   |   |              |   |                |   |                       |
|   |   |              |   |                |   |                       |
| <b>3 КУРС 6 СЕМЕСТР</b>                       |   |              |   |                |   |                       |
| <b>II. Професійні та практичні компоненти</b> |   |              |   |                |   |                       |
| 1   | КЗВ 2.1                                       | 4,0          | 40 (0, 0, 40)                           | залік          |   |                       |
|   | Тренінг ефективних комунікацій                |              |   |                | Мета. Навчальна дисципліна надає студентам необхідну практичну підготовку з основ оптимізації та підвищення ефективності різномірневих комунікацій. Пріоритетом курсу є оволодіння практичними навичками вивчення особливостей та закономірностей процесу комунікативної компетентності.  | <b>Церковний А.О.</b> |
|   | Ораторська                                    |              |   |                | Мета – формування теоретико-практичних  | <b>Ушно І.М.</b>      |

| № з/п   | Назва курсу за вибором здобувача вищої освіти      | Кредити ECTS | Ауд. год. (лекції, семінари, практичні) | Форма контролю | Мета або короткий опис дисципліни  | ПІБ викладача  |
|---|--|--------------|---|----------------|--|----------------|
|   | майстерність                                       |              |   |                | знань риторичної майстерності, набування навичок публічних виступів та підготовка до захисту бакалаврської роботи.   |                |
|   |  |              |   |                |  |                |
|   |  |              |   |                |  |                |
| 2   | КЗВ 2.2  | 4,0          | 40 (20, 0, 20)                          | залік          |  |                |
|   | Соціологія громадської думки                       |              |   |                | Мета навчальної дисципліни – ознайомлення студентів із теоретичними та методологічними основами формування й функціонування громадської думки, поглиблення знань у галузі досліджень громадської думки й практикою використання цих досліджень у процесах соціального управління та практики соціокультурної діяльності. | Афенченко Г.В. |
|   | Організація PR-комунікацій у соціокультурній сфері |              |   |                | Мета надати розуміння з основних законів створення PR-повідомлення і побудови інформаційно-подієвого ряду в системі соціокультурних комунікацій  | Афенченко Г.В. |
|   |  |              |   |                |  |                |
|   |  |              |   |                |  |                |
| <b>4 КУРС 7 СЕМЕСТР</b>                       |  |              |   |                |  |                |
| <b>II. Професійні та практичні компоненти</b> |  |              |   |                |  |                |
| 1   | КЗВ 2.1  | 4,0          | 40 (0, 0, 40)                           | залік          |  |                |
|   | Тренінг особистісного розвитку                     |              |   |                | Мета. Навчальна дисципліна надає студентам необхідну практичну підготовку з основ розв'язання проблем, що виникають в міжособистісних комунікаціях<br>Пріоритетом курсу є оволодіння практичними навичками вивчення особливостей та закономірностей процесу особистісного  | Церковний А.О. |

| № з/п | Назва курсу за вибором здобувача вищої освіти | Кредити ECTS | Ауд. год. (лекції, семінари, практичні) | Форма контролю | Мета або короткий опис дисципліни   | ПІБ викладача      |
|-------|---|--------------|---|----------------|---|--------------------|
|       | Бізнес комунікації                            |              |   |                | розвитку, як основи професійного становлення.<br>Мета - формування у майбутніх фахівців системи теоретичних знань і набуття практичних навичок стосовно вміння вести комунікативний діалог з різними професійними суб'єктами та групами   | Гетьман Л.Г.       |
| 2     | КЗВ 2.2                                       | 4,0          | 40 (20, 0, 20)                          | залік          |   |                    |
|       | Брендінг                                      |              |   |                | Мета вивчення курсу «Брендінг»: надає базові знання щодо сутності бренду, його структури, значень та розуміння основних комунікативних процесів щодо створення та управління брендом, сутності, форм та механізмів формування брендової комунікації як інтегральної категорії, орієнтування у соціологічних та комунікативних вимірах брендінгу, навчає головним підходам та особливостям планування та моделювання розробки ідентичності бренду, надає навички аналітичної, креативної та інноваційної діяльності як по створенню так і по управлінню брендом. | Остропольська З.М. |
|       | Креативний менеджмент                         |              |   |                | Курс «Креативний менеджмент» дає можливість отримати знання та навички з існуючих підходів щодо сучасної методології пошуку креативних рішень в умовах сучасної економіки на основі формування та ефективного використання людського ресурсу, який є базовим ресурсом щодо реалізації   | Остропольська З.М. |

| № з/п   | Назва курсу за вибором здобувача вищої освіти                 | Кредити ECTS | Ауд. год. (лекції, семінари, практичні) | Форма контролю | Мета або короткий опис дисципліни   | ПІБ викладача     |
|---|---|--------------|---|----------------|---|-------------------|
|   |   |              |   |                | креативного менеджменту, ефективної і раціональної організації інноваційних та креативних процесів на підприємстві; визначення сутності креативу; методів та підходів до пошуку та формуванню креативних ідей; формування креативного потенціалу груп та організацій, визначення інструментів управління креативом робітників та організації в цілому.  |                   |
| <b>4 КУРС 8 СЕМЕСТР</b>                       |   |              |   |                |   |                   |
| <b>II. Професійні та практичні компоненти</b> |   |              |   |                |   |                   |
| 1   | КЗВ 2.1<br>Гуманітарні науки:<br>історія, концепт,<br>критика | 4,0          | 40 (20, 20, 0)                          | залік          | «Гуманітарні науки: історія, концепт, критика» є навчальною дисципліною в якій, базуючись на деконструктивних пропозиціях Жака Дерріда, маніфестується певна оптика стосовно гуманітарного знання в Західній культурі (континентальна та англо-американська традиції). Пропонується розглянути передумови та, безпосередньо, інституціоналізацію інтелектуальної діяльності, яку сьогодні прийнято називати гуманітарними науками. Окремо аналізується конструкт університету в контексті біовлади і біополітики, а також горизонти «погляду» із університету та на університет з позиції інкогніто. Нормалізація кризи університетського знання деконструюється при посередництві концепту | Мірошниченко В.С. |



| № з/п | Назва курсу за вибором здобувача вищої освіти     | Кредити ECTS | Ауд. год. (лекції, семінари, практичні) | Форма контролю | Мета або короткий опис дисципліни   | ПІБ викладача |                |
|-------|---|--------------|---|----------------|---|---------------|----------------|
|       |   |              |   |                | «ризикованого мислення» Ганса Ульриха Гумбрехта.  |               |                |
|       | Менеджмент PR-комунікацій у соціокультурній сфері |              |   |                | Мета навчальної дисципліни - сформувати власний практичне уявлення студентів щодо планування і проведення PR-кампанії в різноманітних сферах майбутньої професійної діяльності  |               | Афенченко Г.В. |
|       |   |              |   |                |   |               |                |
|       |   |              |   |                |   |               |                |
| 2     | КЗВ 2.2   | 4,0          | 40 (20, 0, 20)                          | залік          |   | Ушно І.М      |                |
|       | Digital маркетинг                                 |              |   |                | Метою викладання навчальної дисципліни " Digital-маркетинг" є формування у майбутніх спеціалістів загального знання застосування цифрових технологій та надання практичних навичок у сфері професійного е-маркетингу з урахуванням сучасних інформаційних особливостей бізнес-ком'юніті |               |                |
|       | Територіальний брендинг міста                     |              |   |                | Мета – сформувати у здобувачів освіти уміння виявляти та оцінювати ефективні моделі функціонування та промоції міст.  |               | Жигайло М.О.   |
|       |   |              |   |                |   |               |                |
|       |   |              |   |                |   |               |                |