

МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ, МОЛОДІ ТА СПОРТУ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ КУЛЬТУРИ
Факультет культурології
Кафедра менеджменту культури та соціальних технологій

Програма вступного іспиту з предмету (дисципліни), з якого (ї) не проводиться зовнішнє незалежне оцінювання, для здобуття ступеня бакалавра за іншою спеціальністю для осіб, які здобули раніше такий самий або вищий ступінь (рівень) вищої освіти або здобувають його не менше одного року та виконують у повному обсязі індивідуальний навчальний план.

Спеціальність 028 «Менеджмент соціокультурної діяльності»

ЗАТВЕРДЖЕНО:
на засіданні кафедри
менеджменту культури
та соціальних технологій
протокол № 9 від 31.01.2020 р.

ХАРКІВ 2020

УДК
ББК

Укладачі: В. Мірошніченко, канд. культурології, ст. викладач.

Друкується за рішенням ради факультету культурології
(протокол № 8 від 31.01.2020 р.)

Програма вступного іспиту з предмету (дисципліни), з якого (ї) не проводиться зовнішнє незалежне оцінювання, для здобуття ступеня бакалавра за іншою спеціальністю для осіб, які здобули раніше такий самий або вищий ступінь (рівень) вищої освіти або здобувають його не менше одного року та виконують у повному обсязі індивідуальний навчальний план. Спеціальність 028 «Менеджмент соціокультурної діяльності» / укладач: В. С. Мірошніченко. — Харків, : ХДАК, 2020. — ___ с.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
ПРОГРАМА.....	3
СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	6
КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ВІДПОВІДІ.....	6
ОРІЄНТОВНІ ПИТАННЯ ФАХОВОГО ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ...8	
СЛОВНИК ОСНОВНИХ ПОНЯТЬ.....	8

ВСТУП

Здобувачі, що складають фахове вступне випробування для здобуття ступеня «бакалавр», повинні мати базове уявлення про соціокультурні форми, процеси й практики, їх історичну і практичну динаміку.

Абітурієнту необхідно орієнтуватися у змісті основних тем, у яких представлені різні теорії, підходи й концепції, уявляти типологічне різноманіття соціокультурних практик і шляхи їхнього здійснення.

Випробування проводиться у формі іспиту. Його завдання полягає в оцінці знань та умінь з питань:

- сутність поняття соціокультурної діяльності;
- об'єкт, предмет, завдання й функції соціокультурної діяльності;
- головні концепції і моделі соціокультурної діяльності;
- сутність та характерні ознаки поняття «соціокультурна сфера» та «соціокультурна діяльність»;
- класифікацію соціокультурних інститутів.

ЗМІСТ ПРОГРАМИ

Тема 1. Культура та соціальні інститути.

Культура як система. Основні види культури: духовна і матеріальна. Соціальні функції культури. Структурні елементи духовної культури: а) інтелектуальні (наука, освіта); естетичні (мистецтво, література); етичні (мораль); соціальні (мова, побут, звичаї, право, політика); релігійні. Система культурних цінностей. Культурний продукт. Поняття соціального інституту. Види соціальних інститутів. Структура і функції соціальних інститутів. Процес інституціоналізації. Соціальні субкультури.

Тема 2. Суспільство як система.

Визначення поняття суспільства. Сутність, ознаки, структура суспільства. Суспільні відносини. Особливості регуляції соціокультурних процесів. Взаємодія культурної і соціальної систем. Сутність соціалізації та інкультурації. Суспільне життя. Сфери суспільного життя. Поняття соціальної комунікації. Культура в системі суспільних відносин. Співвідношення понять культура, цивілізація, суспільство.

Тема 3. Соціокультурна діяльність як навчальна дисципліна.

Діяльність: сутність поняття. Проблема визначення соціокультурної діяльності. Особливості та тенденції, що характеризують сучасну соціокультурну ситуацію. Функції соціокультурної діяльності. Соціокультурна діяльність як галузь наукового знання. Суб'єкти соціальної діяльності: особистості, соціальні групи, організації, інститути, етноси, нації і т. ін. Соціокультурний процес як об'єкт соціокультурної діяльності. Соціокультурні технології як предмет соціокультурної діяльності.

Професійні та непрофесійні форми соціально-культурної діяльності. Співвідношення категорій дозвілля, рекреація, вільний час.

Тема 4. Соціально-культурні технології.

Особливості та рівні розвитку соціально-культурних технологій. Класифікація, цілі і зміст соціально-культурних технологій. Технології соціально-культурної анімації. Види технологій соціально-культурної анімації. Культуроохоронні технології соціокультурної діяльності. Сутність культуротворчих технологій. Соціокультурна функція мас-медіа (преса, радіо, телебачення, Інтернет). Організаційно-управлінські технології.

Тема 5. Технології менеджменту в соціально-культурній сфері.

Сутність та функції менеджменту. Менеджмент як комунікативна діяльність. Методи управління. Роль комунікації в управлінні. Поняття фандрейзингу. Особливості менеджменту культури. Креативні, комунікативні, аксіологічні аспекти менеджменту. Імідж в соціокультурному просторі. Сутність і особливості управлінських рішень.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Боров В.Ю. Культура и массовая коммуникация / В. Ю Боров, А. В Коваленко. М.: Просвещение, 1986 – 218 с.
2. Ерасов Б. Социальная культурология / Б. Ерасов – М.: Аспект Пресс, 1997. – 591 с.
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. Массовая культура. Учебное пособие / К. З. Акопян и др. — М. : Альфа-М, ИНФРА-М, 2004. — 304 с.
7. Полякова Н. Л. XX век в социологических теориях общества / Н. Л. Полякова. — М. : Логос, 2004. — 384 с.
8. Почепцов Г. Теория и практика коммуникаций / Г. Почепцов. — М. : День, 1998. — 352 с.
9. Шейко В. М. Формування основ культурології в добу цивілізаційної глобалізації (друга половина ХІХ – початок ХХІ ст.) / В. Шейко, Ю. Богуцький. Монографія. — К. : Генеза, 2005. — 592 с.
10. Ярошенко Н. Социально-культурная деятельность Парадигмы, методология, теория / Н. Ярошенко. : Монография. — М. : МГУКИ, 2000. — 283 с.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЕКЗАМЕНАЦІЙНОЇ ВІДПОВІДІ, СТРУКТУРА ОЦІНКИ І ПОРЯДОК ОЦІНЮВАННЯ ПІДГОТОВЛЕНОСТІ ВСТУПНИКІВ

Оцінка виставляється за 200-бальною шкалою оцінювання (від 100 до 200 балів).

Під час відповіді перевіряються:

- широта кругозору;
- обізнаність у сфері професійного вибору;
- впевненість, самостійність та критичність суджень;
- комунікативні навички.

Відповідь оцінюється за такими критеріями:

- точність відтворення фактів, змісту понять, адекватність використання професійної термінології — *оцінюється від 0 до 20 балів;*
- повнота, глибина, системність знань — *оцінюється від 0 до 20 балів;*
- здатність логічно мислити, аналізувати, порівнювати, узагальнювати — *оцінюється від 0 до 20 балів;*

- уміння формулювати, обґрунтовувати власні думки, факти й робити висновки тощо — оцінюється від 0 до 20 балів;
- комунікативні навички — оцінюється від 0 до 20 балів.

Рівень оцінки та кількість балів:

Високий рівень відповіді: 176-200 балів за відповідь виставляються, якщо абітурієнт:

- дає повну і розгорнуту відповідь на запитання,
- ілюструє відповідь прикладами з практики,
- пов'язує теоретичні знання з розумінням практичних проблем галузі,
- демонструє вільне володіння термінологічним апаратом з фаху,
- дає вірні відповіді на додаткові питання;
- дає конкретні та логічні відповіді, обґрунтовуючи власну позицію з питання.

Середній рівень відповіді: 150-175 балів виставляються, якщо абітурієнт:

- дає вірну відповідь на запитання,
- ілюструє відповідь прикладами з практики,
- демонструє знання практичних проблем галузі,
- вміє висловлювати свої думки у відповідь на фахові запитання,
- допускає деякі неточності при відповіді на додаткові питання.

Достатній рівень відповіді: 124-149 балів виставляються, якщо абітурієнт:

- дає неповну відповідь на запитання,
- відсутня відповідь на одне з запитань білета,
- демонструє слабкі знання сучасного стану проблем,
- виявляє недостатнє вміння пов'язати теоретичні знання з практикою,
- має труднощі у відповідях на додаткові запитання.

Незадовільний рівень відповіді: 123 та нижче виставляється, якщо абітурієнт:

- не дає вірну відповідь на запитання,
- відповіді поверхневі, демонструють незнання базових понять предметної галузі,
- виявляє нерозуміння сучасних процесів розвитку суспільства,
- не дає відповідей на додаткові запитання,
- виявляє брак логічного мислення та здатності послідовно викладати інформацію.

ОРИЄНТОВНІ ПИТАННЯ ФАХОВОГО ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ

1. Поняття «соціально-культурна діяльність»
2. Основні завдання та напрямки соціально-культурної діяльності
3. Види соціальних інститутів
4. Інституціоналізація
5. Сфери життєдіяльності суспільства
6. Структура і функції соціальних інститутів
7. Поняття суспільства
8. Поняття культури
9. Функції і види культури
10. Культурний продукт
11. Типологія соціокультурних продуктів
12. Сутність соціально-культурних технологій
13. Поняття технологій
14. Засоби, форми і методи соціокультурної діяльності
15. Сучасні інформаційно-просвітницькі технології
16. Поняття і функції фандрейзингу
17. Специфіка соціокультурного менеджменту
18. Співвідношення категорій дозвілля, рекреація, вільний час
19. Поняття і типологія субкультур
20. Методи управління
21. Управління в соціокультурній діяльності
22. Арт-менеджмент
23. Креативний менеджмент
24. Роль комунікації в соціокультурній діяльності
25. Види соціокультурних технологій

СЛОВНИК ОСНОВНИХ ПОНЯТЬ

Діяльність – цілеспрямована активність спрямована на перетворення буття.

Дозвілля - це частина неробочого часу, що залишається у людини після виконання необхідних обов'язків.

Культура – сукупність форм і результатів людської діяльності, що закріпилися в суспільній практиці і передаються з покоління в покоління за допомогою певних знакових систем, а також шляхом навчання і наслідування.

Культура духовна - багатопланове утворення, що включає в себе пізнавальну, моральну, художню, правову й інші культури; це сукупність нематеріальних елементів: норми, правила, закони, духовні цінності, церемонії, ритуали, символи, міфи, мова, знання, звичаї.

Культура матеріальна – наочний світ культури, що включає все, що зроблено людиною в процесі матеріального виробництва (знаряддя праці,

будівлі).

Менеджмент - управління, вид діяльності по керівництву людьми в найрізноманітніших організаціях та ситуаціях.

«Продукти» духовного виробництва: ідеї, теорії, образи, духовні цінності; духовні суспільні зв'язки індивідів; людина як духовна істота.

Рекреація - відпочинок, відновлення сил після праці.

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.

Соціум – явище, яке можна представити у виді базисних соціальних суб'єктів (соціальних груп, організацій, інститутів), що є універсальними, типовими і стійкими суспільними утвореннями, а також процесів "соціальної механіки", тобто соціальних взаємодій, відносин.

Соціально-культурна діяльність визначається 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.

Соціально-культурна сфера - єдність і взаємодія підсистем: духовних, культурних потреб громадян; різних видів соціально-культурної діяльності; конкретних результатів (продуктів) різних видів цієї діяльності; наявності широкої мережі соціальних інститутів, які здійснюють цю діяльність як в колективному, так і в індивідуальному порядку.

Соціальний інститут - 1) (філос.) елемент соціальної структури, історичні форми організації і регулювання суспільного життя. 2) (соціол.) Організовані об'єднання людей, що виконують певні соціально значимі функції, що забезпечують спільне досягнення цілей на основі виконання членами своїх соціальних ролей, що задаються соціальними цінностями, нормами і зразками поведінки. 3) як громадська структура, соціальні інститути є соціальною організацією, найбільш повно відображає взаємодію людей з урахуванням їх потреб та інтересів, їх ціннісних орієнтацій і соціальних установок.

Соціокультурний продукт – матеріальний або духовний витвір, який має культурну цінність. Соціокультурні продукти: а) ідеї, теорії, образи, духовні цінності; б) духовні суспільні зв'язки індивідів; в) матеріальні витвори: картини, книги, архітектурні будівлі, ювелірні прикраси й та ін.; г) символічний капітал людини як духовної істоти.

Субкультура – сукупність деяких негативно інтерпретованих норм і цінностей традиційної культури, що функціонують у загальній культурі.

Суб'єкт соціально-культурної діяльності - спільнота численних соціально-культурних інститутів і окремих осіб (пересічних громадян, в тому числі фахівців, вчених, управлінців, вихователів і т.д.), які в індивідуальному і груповому порядку, на професійному та непрофесійній основі беруть участь

в виробництві, розповсюдженні та освоєнні культурних цінностей - культурних продуктів, благ і послуг.

Управління – діяльність, що має на меті визначення способу досягнення мети.

Цінність – це те, що значимо для людини, що їй дорого і важливе, на що вона орієнтується у своїй діяльності.