

**МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ  
ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ КУЛЬТУРИ**

**ФАКУЛЬТЕТ КУЛЬТУРОЛОГІЇ ТА СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ  
Кафедра менеджменту культури та соціальних технологій**

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

**Голова приймальної комісії ХДАК**



**Наталія РЯБУХА**

**ПРОГРАМА  
ФАХОВОГО ІСПИТУ**

**для здобуття ступеня магістра зі спеціальності  
028 «МЕНЕДЖМЕНТ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ»  
на основі здобутого ступеня вищої освіти або освітньо-кваліфікаційного рівня  
(НРК6 та НРК7)**

Розглянуто і затверджено  
на засіданні Ради факультету  
культурології  
Протокол № 9  
від «18» березня 2024 року

Харків 2024

## ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

### Загальні положення

Здобувачі, що складають фаховий іспит 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 випробовуваннях мають орієнтуватися у теоріях, підходах й концепціях, які розкривають розмаїття соціокультурних практик і дозволяють аналізувати проблеми їхньої реалізації.

Програма і форма вступного випробування є єдиною для всіх осіб, які вступають за спеціальністю «Менеджмент соціокультурної діяльності».

### 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 ЕКЗАМЕНАЦІЙНОЇ ВІДПОВІДІ, СТРУКТУРА ОЦІНКИ І ПОРЯДОК ОЦІНЮВАННЯ ПІДГОТОВЛЕНOSTІ ВСТУПНИКІВ**

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

Якщо абітурієнт під час вступного випробування з конкурсного предмету набрав від 100-123 балів, то дана кількість балів вважається недостатньою для допуску в участі у конкурсному відборі.

### **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.

## **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. Бебик В. М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз. Київ : МАУП, 2005.
2. Новак В.О. та ін. Організаційна поведінка: підручник. Київ : Кондор, 2013.
3. Орбан-Лембрик Л. Е. Психологія професійної комунікації : навч. посіб. Чернівці : Книги - XXI, 2010.
4. Осовська Г. В. Комунікації в менеджменті : навч. посібник. Київ : Кондор, 2003.
5. Осовська Г. В. Основи менеджменту: Практикум : навч. пос. Київ : Кондор, 2005.

## **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 комуникативного процесу: повідомлення, джерело повідомлення, кодування і декодування, одержувач, зворотний зв'язок. Комуникативні бар'єри. Унікальність комуникативного процесу: діахронність, діатопність, мультиплікування, симультанність, реплікація. Основні моделі масової комунікації. Поняття «масова комунікація». Структура масової комунікації.

### **Література**

1. Бебик В. М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз Київ : МАУП, 2005.
2. Орбан-Лембрик Л. Е. Психологія професійної комунікації : навч. посіб. Чернівці : Книги - XXI, 2010.
3. Осовська Г. В. Комунікації в менеджменті : навч. посібник. Київ : Кондор, 2003.

## **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. Балабанова Л. В. та ін. Маркетинг підприємств : навч. посіб. Київ : Центр учб. л-ри, 2012.
2. Братко О. С. Маркетингова політика : навч. посібник. Тернопіль: Карт-бланш, 2006.
3. Дорошенко Г.О. (ред.) Маркетинг : навч. посіб. Харків : Тім Пабліш Груп, 2016.
4. Драган О. І. Маркетинг : навч. посібник. Київ : ДАКККіМ, 2005.
5. Маркетинг: бакалаврський курс /за ред. С. М. Ілляшенка : навч. посіб. Суми : Унів. кн., 2004.
6. Климанська Л. Д Зв'язки з громадськістю: технології прагматичної комунікації Львів : Вид-во Львів. політехніки, 2014.
7. Корягіна С.В., Корягін М.В. Маркетинговий аудит : навч. посіб. Київ : Центр учб. л-ри, 2014.
8. Овечкіна О. А. та ін. Планування маркетингу : навч. посіб. Київ : Центр учб. л-ри, 2013.
9. Полтораєк В.А. та ін. Маркетингові дослідження : навч. посіб. Київ : Центр учб. л-ри, 2014.
10. Щербань В. М. Маркетинговий менеджмент : навч. посіб. Київ : Центр навч. л-ри, 2006.