

**ПЕРЕЛІК КУРСІВ ЗА ВИБОРОМ НА 2022-2023 НАВЧАЛЬНИЙ РІК**

**ПЕРШИЙ БАКАЛАВРСЬКИЙ РІВЕНЬ**

**Освітня програма 1-2 курс «МЕНЕДЖМЕНТ КУЛЬТУРИ»  
Спеціальність 028 «МЕНЕДЖМЕНТ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ»**

**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>II. Професійні та практичні компоненти</b>						
1	КЗВ 2.1 Назва 1 БІЗНЕС-КОМУНІКАЦІЇ	4	120	Залік	Метою викладання навчальної дисципліни "Бізнес-комунікації" є формування у майбутніх спеціалістів загального знання з теорії бізнес комунікації та надання практичних навичок у сфері професійного ділового спілкування з урахуванням міжкультурних та інформаційних особливостей сучасного бізнес-ком'юніті.	Ушно І.М.
2	КЗВ 2.1 Назва 1 Тренінг соціальних навичок	4	Загальна кількість годин – 120 Тижневих годин для денної форми навчання – 4 аудиторних – 40 самостійної роботи студента – 80	Залік  ...	Мета: формування уявлення про засоби розв'язання проблем, що виникають в соціальних комунікаціях	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
	Назва 2 Тренінг соціальних навичок	4	Загальна кількість годин – 120 Тижневих годин для денної форми навчання – 4 аудиторних – 40 самостійної роботи студента – 80	Залік	Мета: формування уявлення про засоби розв'язання проблем, що виникають в соціальних комунікаціях	Церковний А.О.

### 2 КУРС 4 СЕМЕСТР

#### II. Професійні та практичні компоненти

1	КЗВ 2.1	4	20/20	Залік	Мета: навчальна дисципліна передбачає поглиблене вивчення технологічних засад Івенту як створення виняткової події у сфері бізнесу, науки та інформаційному просторі. Особлива увага приділяється практичній розробці креативних Івент-проектів, оптимізації сучасних механізмів управлінської діяльності ними з урахуванням ризиків та специфіки просування в соціокультурній сфері.	Максимовська Н.О.
	Назва 1 Івент-менеджмент та події технології					

### 3 КУРС 5 СЕМЕСТР

#### I. Загальні компоненти

1	КЗВ 1.1	4	20/20	Залік	Мета: вивчення цієї навчальної дисципліни передбачає розвиток у студентів навичок вироблення креативних ідей та їх запровадження засобами анімаційної діяльності. Увага приділяється технологічному	Максимовська Н.О.
	Назва 1 Соціокультурна анімація					

					забезпеченню розробки та реалізації анімаційних програм в закладах та установах соціокультурної сфери для різних категорій населення. Метою вивчення дисципліни є стимулювання культуро-творчого потенціалу та розкриття творчих здібностей різних соціальних груп в роботі фахівців сфери культури та дозвілля.	
	Назва 2 Соціологія громадської думки	4	40	Залік	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.
<b>II. Професійні та практичні компоненти</b>						
1	КЗВ 2.1	4.0	40 (20 лекції/20 семінари)	Залік	Мета викладання навчальної дисципліни «Ідеологія в дискурсі гуманітарних наук» полягає в поглибленні системи знань стосовно концепту ідеології, структурування досвіду осмислення та аналізу ідеологем й ідеографем з урахуванням відповідного дискурсу.	Мірошніченко В.С.
	Назва 1 Ідеологія в дискурсі гуманітарних наук					
	Назва 2 Тімбілдинг	4	Загальна кількість годин – 120 Тижневих годин для денної форми	Залік	Мета: формування уявлення про технології, що підвищують злагодженість групової взаємодії і командної роботи.	Церковний А.О.

			навчання – 4 аудиторних – 40 самостійної роботи студента – 80			
<b>3 КУРС 6 СЕМЕСТР</b>						
<b>II. Професійні та практичні компоненти</b>						
1	КЗВ 2.1	4	60 (30 лекційних, 30 практичних)	Залік	Мета: формування системи наукових знань з організації та методики управлінського обліку на підприємствах, його вдосконалення з урахуванням передового зарубіжного та вітчизняного досвіду.	Губарев О.О.
	Назва 1 Управлінський облік та аудит					
	Назва 2 Тренінг ефективних комунікацій					
	4	4	Загальна кількість годин – 120 Тижневих годин для денної форми навчання – 4 аудиторних – 40 самостійної роботи студента – 80	Залік	Мета: оптимізація та підвищення ефективності різномірних комунікацій	Церковний А.О.
	Назва 3 Маркетинг відносин зі споживачами	4	40	Залік	Метою навчальної дисципліни є формування системи знань про теоретичні концепції поведінки споживачів, ринок товарів та послуг у соціокультурній сфері та його дослідження. Завдання навчальної дисципліни розглянути поняття та історію становлення поведінки споживачів, визначити зовнішні та внутрішні чинники впливу на нього; розглянути	Афенченко Г.В.

					управління маркетинговою діяльністю підприємства з орієнтацією на вподобання споживачів; визначити особливості процесу прийняття рішень про покупку; визначити основні напрямки руху за права споживачів.	
<b>4 КУРС 7 СЕМЕСТР</b>						
<b>II. Професійні та практичні компоненти</b>						
1	КЗВ 2.1	4	Загальна кількість годин – 120 Тижневих годин для денної форми навчання – 4 аудиторних – 40 самостійної роботи студента – 80 120	Залік	Мета: формування уявлення про засоби розв’язання проблем, що виникають в міжособистісних комунікаціях	Церковний А.О.
	Назва 1 Тренінг особистісного розвитку					
	Назва 2 Основи підприємницької діяльності					
	4		40 (26+14)	Іспити	Метою викладання навчальної дисципліни «Соціокультурне проектування» є оволодіння студентами основами соціокультурного проектування як технології й інструменту професійної діяльності, формування практичних навичок використання проектного	Опікунова Н.О.

					підходу до розв'язання соціокультурних проблем в культурній діяльності.	
	Назва 4 Креативні практики в соціокультурній сфері	4	20/20	Залік	Мета: формується спроможність здобувача вищої освіти вільно орієнтуватися у питаннях планування та організації креативних технологій в різних закладах культури в сучасних соціально-культурних умовах; визначати мету, зміст, методи, форми, засоби діяльності з підготовки та реалізації креативних команд, просторів, подій; прогнозування соціальних змін в результаті запровадження соціокультурної діяльності, зокрема менеджменту з різними соціальними суб'єктами з метою ефективної комунікації, оздоровлення соціального клімату, налагодження міжкультурної взаємодії, передання культурного коду, інтеграції культурних впливів на позитивний загальнокультурний розвиток особистості та різних соціальних груп. Розглядається в практичній площині стимулювання креативних ідей та їх просування.	Максимовська Н.О.
<b>4 КУРС 8 СЕМЕСТР</b>						
<b>I. Загальні компоненти</b>						
1	КЗВ 1.1					
	Назва 1 Організація дозвілєвої та рекреаційної	4	20/	Залік	Мета: навчальна дисципліна забезпечує спроможність здобувача вищої освіти вільно орієнтуватися у	Максимовська Н.О.

	діяльності				питаннях організації дозвілля в сучасній соціокультурній діяльності в комерційних та некомерційних установах культури; визначати мету, зміст, методи, форми, засоби дозвіллевої та рекреаційної діяльності в умовах розбудови інформаційного суспільства; прогнозування соціальних змін в результаті запровадження програм соціокультурної рекреаційно-дозвіллевої діяльності з різними соціальними суб'єктами з метою сприяння соціалізації, творчому розвитку різних груп населення. Здійснюється запровадження креативних рекреаційно-дозвіллевих соціокультурних практик шляхом управління ними на засадах сучасних концепцій менеджменту соціокультурної діяльності .	
	Назва 2 Ораторська майстерність	4	120	Залік	Метою викладання навчальної дисципліни "Ораторська майстерність" є формування у студентів необхідних знань, умінь та навичок зі збагачення мови й активного використання мовних засобів у різних сферах діяльності, а саме в підготовці до захисту диплома.	Ушно І.М.
<b>II. Професійні та практичні компоненти</b>						
1	КЗВ 2.1					
	Назва 1 Економічні ризики	4	60 (30 лекційних, 30 практичних)	Залік	Мета: формування у студентів системи теоретичних і прикладних	Губарев О.О.

					знань з аналізу, оцінки й урахування економічних ризиків, а також розробки заходів, спрямованих на їх зниження.	
	Назва 2 Податкова система	4	60 (30 лекційних, 30 практичних)	Залік	Мета: формування системи теоретичних знань і практичних навичок щодо фінансових відносин, пов'язаних з примусовим відчуженням і перерозподілом частини вартості валового внутрішнього продукту з метою формування загальнодержавного фонду грошових ресурсів.	Губарєв О.О.
	Назва 3 Економіка підприємства	4	60 (30 лекційних, 30 практичних)	Залік	Мета: формування у студентів системи теоретичних знань, вмінь та навичок практичної роботи щодо методів організації ефективного господарювання на рівні підприємства; набуття теоретичних і практичних знань щодо вирішення конкретних економічних завдань, які дозволили б їм найкращим чином досягти економічних цілей підприємства – одержання високих прибутків, вибір найбільш оптимальних рішень на перспективу.	Губарєв О.О.
	Назва 4 Гуманітарні науки: історія, концепт, критика	3.0	30 (18 лекції/12 семінари)	Залік	Мета викладання навчальної дисципліни полягає в репрезентації гуманітарних наук новітнього періоду з тим аби виявити магістральні дискурси (від структурування до розпаду) знання і запропонувати їх переосмислення з акцентом на деконструкцію.	Мірошніченко В.С.
		3	30 (18 лекційних,	Екзамен		



	Назва 5 Брендинг		12 практичних)		<p>Мета: освоєння теоретичних та практичних основ брендингу, розвиток ключових знань, умінь та навиків в області створення та управління брендом, оволодіння навиками соціологічного аналізу бренду як соціальною, комунікативною, семіотичною та маркетинговою категорією, навчити приймати ефективні стратегічні та тактичні рішення щодо створення та розвитку бренду.</p>	Остропольська З.М.
	Назва 6 Комунікативний маркетинг	5	50 год.-24 лекц.,26 - семінарські	Іспит	<p>Мета: Дисципліна «Комунікативний маркетинг» забезпечує формування у фахівців комплексу знань щодо основних категорій маркетингових комунікацій, закономірностей комунікаційних процесів, специфіки елементів комплексу просування, алгоритмів розрахунків ефективності їх звернень до цільової аудиторії та формування практичних навичок використання маркетингових комунікацій в процесі товаропросування.</p>	Пшинка Г.В.