

## СИЛАБУС

Рівненський державний гуманітарний університет  
Художньо-педагогічний факультет  
Кафедра культурології та музеєзнавства

### 1. Відомості про викладача, який викладає навчальну дисципліну

Назва дисципліни	Управління персоналом організації в сфері культури
Викладач	Матусевич Костянтин Миколайович
Профайл викладача на сайті кафедри	<a href="https://www.rshu.edu.ua/prohramy-vstupnykh-vyprobuvan/121-personalii/1247-matusevych-kostiantyn-mykolaiovych">https://www.rshu.edu.ua/prohramy-vstupnykh-vyprobuvan/121-personalii/1247-matusevych-kostiantyn-mykolaiovych</a>
E-mail викладача:	matusevich83@gmail.com
Посилання на освітній контент в CMS Moodle (за наявності) або на іншому ресурсі	
Консультації	Онлайн- та офлайн-консультації

### 2. Опис навчальної дисципліни

Кількість кредитів ЄКТС – 3.

Кількість годин – 90 годин, у тому числі 30 годин – аудиторних, 60 годин – самостійна робота.

### 3. Час і місце проведення навчальної дисципліни

Вибіркова дисципліна.

### 4. Пререквізити і постреквізити навчальної програми

Дисципліна «Управління персоналом організації в сфері культури» належить до вибіркової навчальної дисципліни.

При вивченні даної дисципліни використовуються знання, отримані з дисциплін (пререквізитів): Менеджмент і адміністрування.

Основні положення навчальної дисципліни мають застосовуватися у подальшій практичній діяльності.

### 5. Характеристика навчальної дисципліни

#### 5.1. Призначення навчальної дисципліни

Призначенням навчальної дисципліни «Управління персоналом організації в сфері культури» – формування у здобувачів вищої освіти здатності розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми в галузі культури і мистецтва, у соціокультурній сфері, у сфері освіти та науки або у процесі навчання, що передбачає застосування теорій та методів менеджменту культури і мистецтва та характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

#### 5.2. Мета вивчення навчальної дисципліни

Метою викладання навчальної дисципліни є вивчення управлінської діяльності соціально-культурною сферою в умовах ринкових відносин, економічних основ діяльності мистецьких організацій, підприємств соціокультурної сфери, вивчення суті та особливостей використання методів маркетингу для досягнення поставлених цілей.

#### 5.3. Завдання вивчення дисципліни

**Основним завданням** вивчення курсу є теоретична та практична підготовка здобувачів вищої освіти, формування професійного світогляду студентів з питань:

- сучасні принципи та методи управління;
- функцій менеджменту;
- технології прийняття рішень;
- інформаційного та технічного забезпечення процесу управління;
- основи економічної діяльності організацій, підприємств;
- менеджмент маркетингу;
- суть та напрямки діяльності по залученню спонсорів.

У результаті вивчення курсу бакалавр оволодіває такими **компетентностями**:

**Інтегральна** - здатність розв'язувати складні спеціалізовані завдання та практичні проблеми у соціокультурній сфері, у сфері освіти та науки, креативної економіки і культуротворчих практик, що передбачає застосування теорій та методів менеджменту культури і мистецтва та характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

Загальні компетентності (ЗК)

ЗК18- Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.

Спеціальні (фахові) компетентності (СК)

СК21- Здатність визначати стратегічні пріоритети та аналізувати особливості місцевих, регіональних, національних та глобальних стратегій соціокультурного розвитку.

ПР09- Оцінювати сучасну соціокультурну ситуацію.

#### 5.4. Зміст навчальної дисципліни

##### **Змістовий модуль 1. Теоретичні засади менеджменту в сфері мистецтв**

##### **Тема 1. Вступ до сучасного менеджменту**

Специфіка менеджменту соціально-культурної сфери. Поняття “управління” та “менеджмент”. Значення та завдання менеджменту. Еволюція науки менеджмент-напрямки та школи. Основні категорії менеджменту. Менеджери та підприємці. Діяльність менеджера. Рівні управління, групи менеджерів. Еволюція науки менеджмент-напрямки та школи. Історичні аспекти виникнення та розвитку менеджменту. Зародження ознак менеджменту: школа Ф. Тейлора та його послідовників. Шкала людських стосунків. Підходи до проблеми управління Д. Мак-Грегора (теорії “Х” та “У”). Стили керівництва в менеджменті: авторитарний, колегіальний, ліберальний, демократичний, груповий.

Сучасні теорії менеджменту. Цілі та задачі менеджменту соціальнокультурної сфери(СКС) в умовах ринкової економіки. Принципи менеджменту. Особливості менеджменту різних країн. Розвиток та застосування методів менеджменту в Україні. Особливості продукту СКС та феномен свідомості щодо його сприйняття. Соціальна значимість послуг соціально-культурної сфери.

##### **Тема 2. Механізми менеджменту в соціально-культурній сфері**

Спільність та відмінності щодо відомої класифікації методів менеджменту (зміст, застосування та взаємодія).

##### **Тема 3. Організація. Управління організацією як системою. Функції управління**

Поняття організації, формальні та неформальні, прості та складні організації. Організація як система, керуюча та керована. Цілі менеджменту, їх класифікація. Планування як функція менеджменту. Поняття планування, його види та їхній взаємозв'язок. Поняття стратегічного планування. Планування реалізації стратегії на засадах застосування адміністративних та економічних важелів. Проектне планування. Бізнес-планування, використання його в діяльності організацій мистецтва. Організація як функція менеджменту. Поняття організації з точки зору динаміки. Побудова організації, організаційне планування. Класифікація організаційних структур управління та лінійні,

функціональні, лінійно-штабні, лінійно-функціональні, бюрократичні, адаптивні. Принципи побудови різноманітних структур управління. Мотивація як функція менеджменту. Поняття мотивації, вклад українських вчених у розвиток теорії мотивації. Класифікація мотиваційних теорій. Теорія потреб ТуганБарановського. Теорія А. Маслоу. Ієрархія потреб. Основні принципи менеджменту (СМР), стратегії, методи та форми винагород. Управління персоналом. Мотивації праці в СКС. Контроль як функція менеджменту. Поняття, зміст та види контролю. Процес контролю. Забезпечення ефективності контролю.

#### **Тема 4. Організаційно-правові форми підприємництва**

Поняття підприємство та підприємництво. Типи підприємств за формою власності. Вибір видів підприємницької діяльності. Громадські неприбуткові організації. Підготовка бізнес-плану. Збори засновників. Підготовка статуту підприємства та установчого договору. Структура статуту. Реєстрація підприємства. Реєстрація підприємця (без юридичної особи). Етапи реєстрації. Ліцензування окремих видів діяльності.

#### **Тема 5. Технологія прийняття рішення в менеджменті**

Сутність методів менеджменту, прийняття рішень в менеджменті організаційно-розпоряджувальні, соціально-психологічні. Поняття про рішення. Суть та структурний аналіз складових частин управлінського рішення. Характеристика та послідовність основних етапів прийняття та реалізації управлінського рішення. Вимоги до якості управлінських рішень. Сучасні форми вироблення, прийняття та реалізації рішень. Ризик і прийняття рішень в умовах ринку.

**Тема 6. Управління конфліктами в соціально-культурній сфері** Природа конфлікту та управління конфліктною ситуацією в організації. Види конфліктів. Умови та причини виникнення конфліктів. Методи розв'язання конфліктів.

#### **Тема 7. Комунікації у менеджменті**

Поняття комунікації. Процес комунікації. Види та їх суть в СКС. Вдосконалення комунікацій в організації.

### **Змістовий модуль 2. Менеджмент маркетингу в сфері мистецтв**

#### **Тема 8. Основи маркетингу.**

Концепції та задачі маркетингу Суть маркетингу, предмет і методи дослідження в теорії маркетингу. Підприємництво та ринок. Значення та особливості діяльності організацій, підприємств соціально-культурної сфери в умовах ринкової економіки. Поняття маркетинг та його зміст в сфері СКС. Потреба, запит, товар, обмін, ринок. Їх зміст у СКС. Соціальні основи маркетингу. Управління маркетингом. Особливості маркетингу СКС. Напрямки маркетингу: маркетинг товару, організації, окремих спортсменів. Послуга як товар. Види послуг фізичної культури та спорту. Характеристика специфічних властивостей соціально-культурних послуг. Стан попиту та послуги СКС. Задача маркетингу. Ринок. Види ринку СКС.

#### **Тема 9. Організація та управління маркетингом**

Основні елементи процесу управління маркетингом. Функції маркетингу як системи взаємопов'язаних дій по досягненню цілей в процесі організації надання послуг, дослідження та прогнозування ринку, вивчення внутрішнього та зовнішнього середовища, розробці стратегії та тактики поведінки на ринку з допомогою маркетингових програм. Організація та планування виконання окремих конкретних функцій маркетингової діяльності. Принципи маркетингу та їх діяльність в сфері фізичної реабілітації. Система реалізації послуг мистецтва. Формування попиту та стимулювання збуту послуг митців та мистецьких колективів. Комплексне дослідження та аналіз ринкових умов. Методи вивчення потреби в послугах та товарах СКС. Вивчення та характеристика споживачів. Вивчення потреб споживачів та покупців. Робота із споживачем. Управління асортиментом послуг.

### **Тема 10. Маркетингові дослідження ринку**

Управління маркетинговими дослідженнями та оцінкою ринкових можливостей підприємства. Суть, мета основні завдання маркетингових досліджень. Структура і процес маркетингових досліджень. Дослідження поведінки споживачів. Дослідження ринків. Аналіз ринкових можливостей і вибір цільових ринків підприємства. Сегментація ринку. Вибір найбільш вигідних варіантів маркетингових зусиль підприємства з погляду його цілей і ресурсів (наявний капітал, виробничі потужності, система пропонування збуту, комунікації тощо).

### **Тема 11. Інформаційне забезпечення соціально-культурної діяльності.**

Управління комплексом маркетингових комунікацій. Сутність маркетингової політики комунікацій. Комунікативні стратегії. Розробка і реалізація комплексу маркетингових комунікацій. Рекламне планування. Прямий маркетинг. Заходи на стимулювання збуту. Планування заходів по стимулюванню збуту. Організація роботи з громадськістю. Прямий маркетинг. Відмінності організації комунікацій щодо діяльності організацій культури та культурно-мистецькими заходами.

### **Тема 12. Спонсорство та реклама в маркетинговій діяльності**

Суть та значення спонсорства та меценатства. Спонсорство в сфері культури. Соціальне спонсорство. Види та рівні спонсорства. Взаємовигідність суб'єктів спонсорства. Рекламування продукції, марки спонсора, як засіб стимулювання спонсорування. Необхідність спонсорства в даний час економічного реформування. Як знайти спонсора і як з ним працювати? Спонсорські угоди. Суть реклами. Типи, види та форми рекламування. Роздрібна, індустріальна та інституційна реклама. Мета реклами. Принципи, яких необхідно дотримуватись при організації реклами послуг. Реклама, зв'язок з громадськістю, стимулювання збуту (попиту) як способу просування продукту спортивної організації на ринок. Реклама в пресі, радіо та телереклама. Завдання які вирішує реклама. Основні рекомендації щодо ведення рекламної кампанії. Негативні аспекти реклами. Правова відповідальність за достовірність реклами.

## 5.5. План вивчення навчальної дисципліни

Назви тем	л.	пр.	с.р.	усього
Тема 1. Вступ до сучасного менеджменту	2	0,5	5	7,5
Тема 2. Механізми менеджменту в соціально-культурній сфері	2	0,5	5	7,5
Тема 3. Організація. Управління організацією як системою. Функції управління	2	0,5	5	7,5
Тема 4. Організаційно-правові форми підприємництва	2	0,5	5	7,5
Тема 5. Технологія прийняття рішення в менеджменті	1	1	5	7
Тема 6. Управління конфліктами в соціально-культурній сфері	2	1	5	8
Тема 7. Комунікації у менеджменті	2	1	5	8
Тема 8. Основи маркетингу. Концепції та задачі маркетингу	2	1	5	8
Тема 9. Організація та управління маркетингом	1	1	5	7
Тема 10. Маркетингові дослідження ринку	2	1	5	8
Тема 11. Інформаційне забезпечення соціально-культурної діяльності. Управління комплексом маркетингових комунікацій	1	1	5	7
Тема 12. Спонсорство та реклама в маркетинговій діяльності	1	1	5	7
<b>Усього</b>	<b>20</b>	<b>10</b>	<b>60</b>	<b>90</b>

## 6. Самостійна робота здобувача вищої освіти

Самостійна робота здобувача вищої освіти РДГУ є основним засобом оволодіння навчальним матеріалом у вільний від обов'язкових занять час.

## 7. Рекомендована література

1. Гагоорт Г. Менеджмент мистецтва: підприємницький стиль / Г. Гагоорт – Львів: Літопис, 2008. – 358 с
2. Крикавський Є. В. Маркетинговий менеджмент: Навчальний посібник / Є.В. Крикавський, І.О. Дейнега, О.В. Дейнега, І.Ф. Лорві. - Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2014. - 380 с.
3. Менеджмент: питання та відповіді: навч. посіб. для дистанц. навчання / Гуткевич С. О. [та ін.]; [заг. ред. проф. Мошека Г. Є.]. - Харків: Діса плюс, 2016. - 940 с.
4. Основи менеджменту. Теорія і практика: Навч. посіб. / Г.Є. Мошек, І.П. Миколайчук, Ю.І. Палеха та ін.; за заг. ред. проф. Мошека Г.Є. – Київ: ЛіраК, 2017. – 528 с
5. Осовська Г.В. Менеджмент: підручник / Г.В. Осовська, О.А. Осовський. - К.: Кондор, 2015. – 563 с.
6. Парсяк В.Н. Маркетинг. Сучасні концепції та технології: Підручник / В.Н. Парсяк. - Херсон: Олді-плюс, 2015. – 276 с.
7. Тульчинский Г.Л. Менеджмент специальных событий в сфере культуры: учеб. пособ. / Г.Л. Тульчинский. - СПб.: Лань, 2010. - 384 с. Допоміжна
8. Біловодська О.А. Маркетинговий менеджмент: навч. посіб. / Біловодська О.А. – К.: Знання, 2010. – 332 с
9. Діденко В.М. Менеджмент: Підручник. / В.М. Діденко – К.: Кондор, 2008. – 584 с.
10. Кожушко Л. Ф. Менеджмент організацій: теорія та практика: навч. посіб. / Л.Ф. Кожушко, Т.О. Кузнецова. - Рівне: НУВГП, 2016. - 396 с.
11. Напрями розвитку сучасного менеджменту: проблеми та рішення: монографія / за заг. ред. Л.М. Варави. - Кривий Ріг: Чернявський Д. О., 2015. - 417 с.
12. Рульєв В.А. Менеджмент: Навчальний посібник. / В.А. Рульєв, В.О. Гуткевич. – К.: ЦУЛ, 2011. – 312 с.
13. Стахів О. Г. Основи менеджменту: Навчальний посібник. / О.Г. Стахів, О.І. Явнюк, В.В. Волошук; за наук. ред. док. екон. наук, проф. М.Г. Бойко. – Івано-Франківськ, «Лілея-НВ», – 2015. – 336 с.
14. Щербина-Яковлева О. Ю. Менеджмент соціокультурної діяльності як напрям наукового та технологічного знання. Частина 1. Дидактика, логіка, методологія. Підручник / О.Ю. Щербина-Яковлева, Н.Д. Світайло, М.О. Клочко, А.М. Щербина. – Суми: Репозитарій СумДУ, 2018. – 207 с.

## Інформаційні (Інтернет) ресурси

1. Державний комітет статистики України. – Режим доступу: [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua).
2. Європейський центральний банк. – Режим доступу: [www.ecb.europa.eu](http://www.ecb.europa.eu).
3. Законодавство України. – Режим доступу: [zakon.rada.gov.ua](http://zakon.rada.gov.ua).
4. Міжнародний центр перспективних досліджень. – Режим доступу: [www.icps.kiev.ua](http://www.icps.kiev.ua).
5. Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. – Режим доступу: [www.me.gov.ua](http://www.me.gov.ua).
6. Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського. – Режим доступу: [www.nbuv.gov.ua](http://www.nbuv.gov.ua).
7. Національний банк України. – Режим доступу: [www.bank.gov.ua](http://www.bank.gov.ua).
8. Світовий банк. – Режим доступу: [www.worldbank.org](http://www.worldbank.org).
9. Центр соціально-економічних досліджень. – Режим доступу: [www.caseukraine.com.ua](http://www.caseukraine.com.ua).

### 8. Контроль і оцінка результатів навчання

Поточний контроль знань здобувачів проводиться шляхом усного опитування під час практичних занять, виконання контрольних робіт, ІНДЗ, експрес-опитувань, виконання тестових завдань, самостійної роботи.

Підсумковий контроль: екзамен

Поточне тестування та самостійна робота												Підсумковий контроль (екзамен)	Сума
Змістовий модуль 1						Змістовий модуль 2							
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12	40	100
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		

#### 9. Політика навчальної дисципліни

Активна участь здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня на практичних заняттях під час опитування, відвідування лекційних занять, ініціативність в обговоренні дискусійних тем, своєчасність виконання самостійної роботи, заохочення до науково-дослідної роботи.

#### 10. Політика доброчесності

Здобувач вищої освіти, виконуючи самостійну роботу, повинен дотримуватись політики доброчесності. У разі наявності плагіату в будь-яких видах робіт здобувача вищої освіти він отримує незадовільну оцінку і повинен повторно виконати завдання, які передбачені у силабусі.