НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ КЕРІВНИХ КАДРІВ КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ

«СТРАТЕГІЧНИЙ ТА ІННОВАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ У СФЕРІ КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВА»

Рівень вищої освіти	Другий (магістерський)
Спеціальність	028 Менеджмент соціокультурної діяльності
Тип і назва освітньої програми	Освітньо-професійна програма: Крос-культурний менеджмент
Статус дисципліни	Вибіркова
Мова викладання	Українська
Кількість ЄКТС кредитів	4
Структура дисципліни (розподіл за видами та годинами навчання)	Лекції – 14 годин Практичні – 14 годин Самостійна робота – 92 годин
Форма підсумкового контролю	Залік
Графік (терміни) вивчення дисципліни	1 рік (курс), 2 семестр
Цілі навчання за дисципліною	- проаналізувати стратегічні та інноваційні підходи до розвитку соціокультурної сфери; - розглянути інновації як інструмент підприємницької діяльності; - опрацювати процес побудови профілю маркетингового середовища інноваційних організацій; - дослідити прогнозування перспектив стратегічної та інноваційної діяльності на основі методів форсайту; - опанувати процес комплексного оцінювання вартості бренду інноваційної організації соціокультурної сфери.
Результати навчання	ПР1.Відшуковувати, аналізувати та оцінювати інформацію, необхідну для постановки і вирішення як професійних завдань так і особистісного розвитку. ПР5.Використовувати міждисциплінарний підхід до вирішення складних задач і проблем соціокультурної діяльності. ПР6.Аналізувати та оцінювати ризики, приймати ефективні рішення з питань соціокультурної діяльності. ПР8.Використовувати «модель 4к» для розв’язання задач і прийняття рішень, ведення переговорів і наукових дискусій у сфері

	менеджменту соціокультурної діяльності. ПР10.Здійснювати стратегічне, діагностичне, оперативне управління соціокультурними інституціями і проєктами. ПР12.Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх практичні результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення. ПР13. Розуміти комплексну природу, складність, логіку і закономірності гібридних загроз. ПР14. Виявляти, ідентифікувати, класифікувати гібридні загрози та ефективно на них реагувати в міжгалузевій взаємодії. ПР15. Створювати сприятливе культурно-мистецьке середовище з адаптивними крос-культурними, соціокультурними практиками та дієвою системою реагування на гібридні виклики.
Анотація (зміст) дисципліни	**Змістовий модуль № 1.** **«ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ МОДЕЛІ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ СФЕРИ»** 1.1. Моделі культурних трансформацій (2 год.) 1.2. Інноваційні підходи до сучасних соціокультурних практик (2 год.) **Змістовий модуль № 2.** **«ІННОВАЦІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ СФЕРИ КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВА»** 2.1. Сутність та складові інноваційних процесів. Стимулюючі та дестимулюючі фактори інноваційної діяльності (2 год.) 2.2. Маркетингове середовище. Організація маркетингових досліджень в інноваційній сфері (2 год.) 2.3. Концепція системи оцінки ризиків STAR. Методика побудови карти ризиків в інноваційній діяльності. Стратегії невілювання ризиків в інноваційному підприємництві (2 год.) **Змістовий модуль № 3.** **«КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЯ ІННОВАЦІЙ У СУЧАСНОМУ КУЛЬТУРНОМУ ПРОСТОРІ»** 3.1. Основні етапи розробки бренду. Визначення стратегії бренду. Створення успішного бренду у світовій соціокультурній практиці (2 год.) 3.2. Бенчмаркінг, фандрайзинг, фандрайзинговий проєкт. Джерела фінансування фандрайзингових проєктів. (2 год.)
Система оцінювання	Форми контролю: 1. Оцінювання роботи під час практичних занять – 42 бали (від 0 до 6 балів за кожне практичне). 2. Самостійна робота – 42 бали (від 0 до 6 балів за кожне практичне). 3. Диференційований залік – 16 балів. Шкала оцінювання: За національною диференційованою шкалою – «відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно». За шкалою ECTS: A 90-100, B 82-89, C 74-81, D 64-73, E 60-63, FX 35-59, F 1-34.
Якість освітнього процесу	Всі учасники освітнього процесу дотримуються політики доброчесності і сприяють функціонуванню ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату.

Сторінка курсу на платформі Google-classroom	https://classroom.google.com/u/1/c/MzcxMTQzNjYyMDg5
Література	**Публікації науково-педагогічного працівника за темою дисципліни:** 1. Воробйова Н.П. Бренд-менеджмент як складова стратегічного управління підприємства // Матеріали ІІ Міжнародної наукової конференції молодих вчених, аспірантів та магістрантів «Культура і мистецтво: сучасний науковий вимір» 6-7 грудня 2018 року. К., НАКККіМ. С. 124-126 https://drive.google.com/file/d/1MzNADLSadZXDiaDV-MrKvsEBR5CodRgg/view 2. Воробйова Н.П. Бенчмаркінг як сучасна маркетингова технологія підвищення конкурентоспроможності організації // Економіка і менеджмент культури. Науковий журнал. Київ, НАКККіМ. №1-2. 2018. С. 44-52 https://nakkkim.edu.ua/images/vidannya/Ekon_i_Management/EMI_1-2_2018.pdf 3. Воробйова Н.П. Бенчмаркінг – сучасна технологія управління бізнесом // Матеріали І Міжнародної науково-практичної конференції «Сучасна парадигма публічного управління» 17–18 жовтня 2019 р. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2019. С. 629 https://mail.google.com/mail/u/0/?pli=1#inbox/FMfcgxwDrtxxXPZfgVVxtcQNCLcCtZdF?projector=1&messagePartId=0.2 4. Воробйова Н.П. Соціокультурне брендування на шляху євроінтеграції України // Матеріали міжнародного симпозіуму «Культурні та мистецькі студії XXI століття: науково-практичне партнерство» Київ: НАКККіМ, 2019. С. 17-19 https://nakkkim.edu.ua/images/vidannya/Konferencii/2019-kult-myst-studii-tezy-sympoziumu.pdf 5. Воробйова Н.П. Світові практики соціокультурного брендування // Матеріали міжнародної науково-практичної конференції молодих вчених, аспірантів та магістрів «Культура і мистецтво: сучасний науковий вимір» (5-6 грудня 2019 р., м. Київ). С. 114-115 https://nakkkim.edu.ua/images/vidannya/Konferencii/Tezy_konf_k_m_2019.pdf 6. Воробйова Н.П. Деякі аспекти розвитку підприємницької діяльності туристичних підприємств України // Науковий журнал «Проблеми інноваційно-інвестиційного розвитку» Київ № 5, 2020 р. С. 40-50 https://doi.org/10.33813/2224-1213.23.2020.11 **Основна:** 1. Валевський О.Л. Актуальні проблеми державної підтримки інновацій у культурній політиці. Аналітична записка: аналітична записка. Національний інститут стратегічних досліджень. URL: http://old2.niss.gov.ua/articles/1651/. 2. Диндар А.С. Понятійно-термінологічна сутність арт-бізнесу в креативній економіці // Економічний простір. 2014. № 92. С. 14-22. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ ecpros_2014_92_4.

	3. Директиви культурної політики України Розроблено експертами групи Культура Реанімаційного пакету реформ. серпень 2015 р. URL: https://rpr.org.ua/wp-content/ uploads/2017/11/1508_Dyrektyvy-kulturnoji-polityky.pdf. 4. Копієвська О.Р. Трансформаційні процеси в культурі сучасної України : монографія. Київ : НАКККіМ, 2014. 296 с. 5. Копієвська О.Р. Культурна функція держави в контексті національного державотворення : монографія. Київ : Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв, 2010. 272 с. 6. Колективна хрестоматія «Соціокультурний менеджмент: історія, теорія та сучасні практики» уклад.: О.Р. Копієвська, Н.О. Шевченко. Київ : НАКККіМ, 2019. 328 с. 7. Шершньова О.В. Формування нової моделі культурного простору (на прикладі громад Рівненщини): монографія Український культурний фонд. Острог: ФОП-видавець Свинарчук Р.В., 2019. 344 с. **Додаткова:** 1. Головач Н. М. Transformation of cultural socialization of modern youth // Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв : наук. журнал. Київ : Міленіум, 2017. № 3. С. 43–47. 2. Нагорняк Т. Бренди країн світу. Імідж українських регіонів у контексті розбудови бренда “Україна”. URL: http://www./ social-science.com.ua. 3. Книш І. Rhizoma vs radix vs hyphe: рівні розуміння мереж // Світогляд – Філософія – Релігія. Суми: СумДУ, 2017. С. 25-45. URL: http://essuir.sumdu.edu.ua/ handle/123456789/65803. 4. Мороз О., Пащенко О. Теорія сучасного брендингу: монографія. Вінниця, 2003. 104 с. 5. Скавронська І.В. Тенденції розвитку креативних індустрій в країнах Європейського Союзу // Молодий вчений. 2016. № 4. С. 201-204 URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2016_4_50. 6. Ястремська О.М. Мотивація креативності новаторів: монографія Х. : Вид. ХНЕУ, 2013. 212 с. URL: http://www.repository.hneu.edu.ua/ bitstream/123456789/3886/1/Ястремська%20О.%20М.%20Мотивація%20креативності%20новаторів.pdf.
Матеріально-технічне, лабораторне, програмне забезпечення дисципліни	WARN хаб – аудиторія 214 корпус 7
Кафедра	Кафедра артменеджменту та івент-технологій Тел.:(044) 531-94-01 Сторінка:https://nakkkim.edu.ua/instituti/instituti-institut-praktichnoji-kulturologiji-ta-art-menedzhmentu/kafedra-art-menedzhmentu-ta-ivent-tekhnologij Email: artmanager@dakkkim.edu.ua
Викладач	Доцент кафедри артменеджменту та івент-технологій **Воробйова Наталія Петрівна,** кандидат економічних наук, доцент nvorobyova@dakkkim.edu.ua