

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

Факультет соціології

Кафедра соціальних структур та соціальних відносин



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«Культура як бізнес»

для студентів

галузь знань	02 Культура та мистецтво
спеціальність	028 Менеджмент соціокультурної діяльності
освітній рівень	бакалавр
освітня програма	«Комунікація та управління культурними індустріями (з обов'язковим вивченням двох іноземних мов)»
вид дисципліни	вибіркова

Форма навчання	денна
Навчальний рік	2025/2026
Семестр	6
Кількість кредитів ECTS	4
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська
Форма заключного контролю	іспит

Викладач: Маргарита ШИРОКОВА

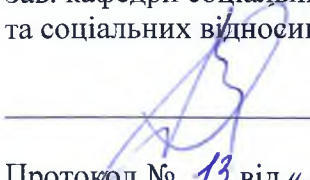
Пролонговано: на 20²⁶/20²⁷ н.р. Червінська Т. «31» 08 20²⁶ р.
(підпис, ПІБ, дата)
на 20___/20___ н.р. _____ «__» ____ 20__ р.
(підпис, ПІБ, дата)

Розробник:

Маргарита ШИРОКОВА, кандидат соціологічних наук, доцент, доцент кафедри соціальних структур та соціальних відносин

ЗАТВЕРДЖЕНО

Зав. кафедри соціальних структур
та соціальних відносин

 Олег МАЗУРИК

Протокол № 13 від «28» серпня 2025 р.

Схвалено науково-методичною комісією факультету соціології

Протокол № 13 від 28 серпня 2025 року

Голова науково-методичної комісії  Тетяна ЧЕРВІНСЬКА

1. Мета дисципліни – формування у студентів системного уявлення про культуру як особливу форму економічної діяльності та управлінську сферу, засновану на поєднанні символічної, соціальної й економічної цінності, розвиток здатності до аналітичного осмислення процесів комодифікації та сервісизації культури в умовах суспільства вражень, а також набуття базових управлінських і комунікаційних умінь щодо функціонування культурних організацій, роботи з людським капіталом, ресурсами, аудиторіями та репутацією для розв'язання навчальних і прикладних завдань у сфері культурних індустрій.

2. Попередні вимоги до опанування або вибору навчальної дисципліни:

1. Наявність у студентів базових знань з філософії, української та зарубіжної культури, основ економіки та підприємництва, менеджменту організацій культури.
2. Володіння навичками читання, інтерпретації та критичного аналізу наукових і аналітичних текстів, опублікованих українською та англійською мовами.
3. Володіння базовими комунікативними навичками усної та письмової аргументації, а також роботи з цифровими інструментами навчання.

3. Анотація навчальної дисципліни:

Навчальна дисципліна входить до вибіркового блоку 1 «Соціокультурний простір міста» та спрямована на формування у студентів системного розуміння культури як особливої сфери економічної діяльності, управління та соціальної взаємодії в умовах сучасного суспільства. У межах курсу розглядаються соціально-економічні передумови становлення культури як бізнесу, зокрема феномен суспільства вражень, процеси комодифікації та сервісизації культури, а також інституційні та управлінські моделі функціонування організацій культури. Особлива увага приділяється ролі людського капіталу, HR-менеджменту та корпоративної культури, а також механізмам фінансування культури, фандрейзингу, меценатства і філантропії як важливим складовим економіки культурного сектору. У курсі також розглядаються питання взаємодії культурних організацій з аудиторіями, формування бренду та репутаційного капіталу, а також поєднання економічної діяльності культури із принципами сталого розвитку. Вивчення дисципліни сприяє розвитку аналітичних і рефлексивних умінь студентів щодо осмислення культури як ринкового та соціального феномену, формуванню управлінських і комунікаційних компетентностей, необхідних для професійної діяльності у сфері культурних індустрій, а також здатності критично оцінювати економічні, етичні та соціальні наслідки функціонування культури як бізнесу.

4. Завдання (навчальні цілі):

- сформувані у студентів розуміння культури як специфічної сфери економічної діяльності та управління, що поєднує символічну, соціальну й економічну цінність у сучасному суспільстві;
- схарактеризувати основні соціально-економічні процеси трансформації культури, зокрема комодифікацію та сервісизацію культурних практик в умовах суспільства вражень;
- ознайомити студентів з інституційними, управлінськими та організаційними моделями функціонування організацій культури, а також із роллю людського капіталу, HR-менеджменту та корпоративної культури у культурних індустріях;
- сформувані базові аналітичні та прикладні навички аналізу економічних, комунікаційних і репутаційних аспектів діяльності організацій культури, включно з роботою з аудиторіями, фінансуванням, фандрейзингом, меценатством і філантропією, з урахуванням принципів сталого розвитку.

Що спрямовано на формування наступних компетентностей:

ФК36. Здатність популяризувати культурні продукти та поширювати інформацію соціокультурного змісту, використовуючи сучасні інформаційні та комунікативні технології.
ФК40. Комплексне бачення соціокультурних процесів та явищ, ціннісних та соціогрупових особливостей соціальних спільнот.

5. Результати навчання за дисципліною:

Результат навчання (1. знати; 2. вміти; 3. комунікація; 4. автономність та відповідальність)		Форми (та/або методи і технології) викладання і навчання	Методи оцінювання та пороговий критерій оцінювання	Відсоток у підсумковій оцінці з дисципліни
Код	Результат навчання			
1.1	Знати основні теоретичні та концептуальні підходи до розуміння культури як економічного сектору та бізнес-практики в сучасному суспільстві	Лекція, практичне заняття, самостійна робота	Групово та індивідуальна робота на практичних заняттях, контрольна робота	20
1.2	Знати ключові поняття і категорії аналізу культури як бізнесу	Лекція, практичне заняття, самостійна робота	Групово та індивідуальна робота на практичних заняттях, контрольна робота	20
2.1	Вміти аналізувати діяльність організацій культури з позицій управління, економіки культури та інституційних моделей	Лекція, практичне заняття, самостійна робота	Групово та індивідуальна робота на практичних заняттях, тематична доповідь, контрольна робота	15
2.2	Вміти застосовувати інструменти аналізу культурного продукту, аудиторій, бренду, людського капіталу та фінансування у сфері культурних індустрій	Лекція, практичне заняття, самостійна робота	Групово та індивідуальна робота на практичних заняттях, проєктна робота, контрольна робота	15
3	Презентувати результати навчально-аналітичної та проєктної роботи, аргументовано відстоювати власну позицію та брати участь у фаховій дискусії з питань культури як бізнесу	Самостійна робота, презентація проєктного завдання	Презентація результатів проєктного завдання, тематична доповідь	5
4	Здійснювати самостійну аналітичну та пошукову діяльність у сфері культурних індустрій, усвідомлюючи соціальну відповідальність, етичні межі комодифікації культури та принципи сталого розвитку	Проєктне завдання, самостійна робота	Проєктне завдання, письмовий звіт	25

6. Співвідношення результатів навчання дисципліни із програмними результатами навчання

Програмні результати навчання	Результати навчання дисципліни					
	1.1	1.2	2.1	2.2	3	4
ПРН22. Прогнозувати тенденції розвитку організаційних структур в умовах суспільних змін та глобальних трансформацій.	+	+	+	+		+
ПРН25. Вміти діяти в умовах невизначеностей.			+	+	+	

7. Схема формування оцінки.

7.1. Форми оцінювання знань студентів: семестрове оцінювання:

1. Групова та індивідуальна робота: РН 1.1, РН 1.2, РН 2.1, РН 2.2 – **max 15 / min 9 балів.**
2. Тематична доповідь: РН 2.1, РН 3 – **max 5 / min 3 балів.**
3. Проектне завдання: РН 2.2, РН 4 – **max 15 / min 9 балів.**
4. Презентація проектного завдання: РН 3 – **max 5 / min 3 балів.**
5. Контрольна робота: РН 1.1, РН 1.2, РН 2.1, РН 2.2 – **max 20 / min 12 балів.**

підсумкове оцінювання: письмовий іспит: РН 1.1, РН 1.2, РН 2.1, РН 2.2 (білет містить два питання) – **max 40 / min 24 балів (max 20 / min 12 балів за кожне питання білету).**

умови допуску до підсумкового іспиту: студент не допускається до іспиту, якщо за семестр він набрав менше ніж 36 балів; такий студент допускається до іспиту за умови написання реферативної роботи змістом та обсягом відповідним кількості неопрацьованих ним протягом семестру тем дисципліни, а також повторного виконання контрольної роботи.

7.2. Організація оцінювання:

1. Групова та індивідуальна робота оцінюється за усні відповіді та доповнення за планом практичного заняття по факту проведення, бали накопичуються протягом семестру.
2. Тематична доповідь здійснюється кожним студентом групи на практичному занятті один раз на семестр.
4. Проектне завдання виконується студентами індивідуально у межах самостійної роботи протягом семестру та презентується ними під час проведення двох останніх практичних занять за графіком навчального процесу.
5. Контрольна робота виконується письмово у вигляді тестів на практичному занятті після вивчення тем 1-12.

7.3 Шкала відповідності оцінок.

Відмінно / Excellent	90-100
Добре / Good	75-89
Задовільно / Satisfactory	60-74
Незадовільно / Fail	0-59

8. Структура навчальної дисципліни. Тематичний план лекцій та практичних занять.

№ теми	Назва теми	Кількість годин		
		Лекції	Практичні заняття	Самостійна робота
1.	Культура в логіці ринку: суспільство вражень і становлення культури як економічного сектору	4	2	4
2.	Комодифікація культури: можливості, межі та етичні дилеми	2	2	4
3.	Інституційні моделі організацій культури	2	2	4
4.	Стратегічне управління організаціями культури в ринковому середовищі	2	2	4
5.	Культурний продукт і його життєвий цикл. Сервіс-домінантна логіка у культурі	4	2	4
6.	Людський капітал та HR-менеджмент у культурних індустріях	2	2	4
7.	Корпоративна культура та цінності в організаціях культури	2	2	4
8.	Економіка фінансування культури. Фандрейзинг як управлінська функція	2	2	4
9.	Меценатство і філантропія в культурі	2	2	4
10.	Авдиторії культури та культурне споживання	4	2	4
11.	Бренд організації культури та репутаційний капітал	2	2	4
12.	Культура як бізнес у контексті сталого розвитку	2	2	4
Контрольна робота			2	2
Презентація проєктного завдання			4	10
Всього		30	30	60

Загальний обсяг 120 год., у тому числі:

лекції – 30 год.; практичні заняття – 30 год.; самостійна робота – 60 год.

9. Рекомендовані джерела:

Основні:

1. Давимука С.А., Федулова Л.І. (2017). Креативний сектор економіки: досвід та напрями розбудови. Монографія. Львів: ФОП Омельченко В.Г. 528 с. <https://ird.gov.ua/irdp/p20170702.pdf>
2. Олійник О.С. (2020). Комодифікація як інструмент культурного виробництва. *Культурологічна думка*, 18, 156-164. <https://doi.org/10.37627/2311-9489-18-2020-2.156-164>
3. Пархоменко І.І. (2018). Типологія сучасних теоретичних концепцій економіки культури. *Українські культурологічні студії*, 1(2), 30-32. [https://doi.org/10.17721/UCS.2018.1\(2\).06](https://doi.org/10.17721/UCS.2018.1(2).06)
4. Проскуріна М.О. (2018). Організаційно-економічний механізм культурної індустрії України: Монографія. К.: «Національна академія управління». 222 с.
5. Саракун Л. (2011). Сфера культури: інституційна структура, функції та межі реформування. *Науковий вісник Чернівецького університету. Філософія*, 541/542, 59-63. http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvchu_fil_2011_541-542_13
6. Brindle, M., & Devereaux, C. (eds). (2015). *The Arts Management Handbook. New Directions for Students and Practitioners*. Routledge. 368 p.
7. Hampel, A. (2017). *Fair Cooperation. A New Paradigm for Cultural Diplomacy and Arts Management*. ENCATC book series: Cultural management and cultural policy education, 3. 279 p.
8. Hellmanzik, C. (2020). *Cultural Economics*. Agenda Publishing. 160 p.
9. Kolb, B.M. (2005). *Marketing for Cultural Organisations: New Strategies for Attracting Audiences to Classical Music, Dance, Museums, Theatre & Opera*. Thomson Learning. 233 p.
10. Laermans, R. (2002). *Het cultureel regiem. Cultuur en beleid in Vlaanderen*. Uitgeverij Lannoo. 175 p.

11. Lord, G.D., & Markert, K. (2017). *The Manual of Strategic Planning for Cultural Organizations*. Rowman & Littlefield Publishers. 196 p.
12. Madhukullya, S., & Hazarika, A. (2024). Cultural capitalism and today's globalized society: an analysis. *Journal of Management and Engineering Sciences*, 1(1), 1-7. <https://doi.org/10.61552/JMES.2024.01.001>
13. Pine, B.J., & Gilmore, J.H. (1999). *The Experience Economy: Work Is Theatre & Every Business a Stage*. Harvard Business Review Press. 254 p.
14. Rentschler, R. (2014). *Arts Governance: People, Passion, Performance*. Taylor & Francis. 220 p.
15. Rurale, A., & Addis, M. (eds.) (2020). *Managing the Cultural Business: Avoiding Mistakes, Finding Success*. Taylor & Francis. 418 p.
16. Saintilan, P., & Schreiber, D. (2023). *Managing Organizations in the Creative Economy: Organizational Behaviour for the Cultural Sector*. Taylor & Francis. 466 p.
17. Throsby, C.D. (2001). *Economics and Culture*. Cambridge University Press. 208 p.
18. Towse, R., & Hernández, T.N. (2020). *Handbook of Cultural Economics*. Edward Elgar Publishing. 552 p. <https://doi.org/10.4337/9781788975803>
19. Vecco, M., Vakharia, N., & Jung, Y. (eds.) (2024). *The Oxford Handbook of Arts and Cultural Management*. Oxford University Press. 880 p.

Додаткові:

1. Бразелл Д., Девіс Д. (2018). Як стати успішним ілюстратором. Пер. з англ. Л. Базь, Т. Кривов'яз. Київ: ArtHuss. 208 с.
2. Гіє де Монту П. (2020). Арт-фірма: естетичне управління та метафізичний маркетинг. Київ: ArtHuss. 384 с.
3. Гілен П. (2019). Креативність та інші фундаменталізми. Київ: ist publishing. 112 с.
4. Глєбова А.О. (2013). Сучасні теоретичні та практичні аспекти процесу організації фінансування соціально важливих проєктів на основі фандрейзингу. *Проблеми економіки*, 4, 206-211.
5. ІЕД (2019). Економічна привабливість української культури. Аналітична доповідь. К.: ФОП Лопатіна О.О. 112 с. http://www.ier.com.ua/files/publications/Special_research/2019_UCF_report_full.pdf
6. Назарова Г.В., Сотнікова Ю.В. (2018). Креативна економіка та менеджмент: навчальний посібник. Х.: ХНЕУ ім. С. Кузнеця. 160 с.
7. Пархоменко І.І. (2017). Теоретичні концепції сучасної економіки культури: філософсько-культурологічний аналіз : дис... канд. філос. наук : 26.00.01. Київ. 230 с.
8. Проскуріна М.О. (2015). Креативні індустрії як середовище економічної діяльності. *Глобальні та національні проблеми економіки*, 8, 242-245. <http://global-national.in.ua/archive/8-2015/50.pdf>
9. Проскуріна М.О. (2017). Культурні індустрії, як сфера зайнятості в економіках ХХІ ст. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер.: Економічні науки*, 25(1), 90-93. http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_25/1/21.pdf
10. Свінцицька О.М., Ткачук В.О. (2020). Креативна економіка та креативні індустрії: навчальний посібник. Житомир: ДУ «Житомирська політехніка». 218 с. https://www.academia.edu/49154872/Креативна_економіка_та_креативні_індустрії
11. Штанько В.І., Бордюгова Т.Г. (2012). Інформаційне суспільство: соціально-філософські проблеми становлення: Навч. посібник. Харків: ХНУРЕ. 172 с.
12. Adorno, T., & Horkheimer, M. (1997). *Dialectic of Enlightenment*. Verso. 258 p.
13. Akerlof, G.A. (1970). The Market for "Lemons": Quality Uncertainty and the Market Mechanism. *The Quarterly Journal of Economics*, 84(3), 488-500. <https://doi.org/10.2307/1879431>
14. Baumol, W.J., & Bowen, W.G. (1966). *Performing Arts: The Economic Dilemma. A Study of Problems Common to Theater, Opera, Music, and Dance*. Cambridge, MA: M.I.T. Press. 582 p.
15. Borin, E. (2017). *Public-Private Partnership in the Cultural Sector. A Comparative Analysis of European Models*. P.I.E. Peter Lang. 230 p.

16. Broadbridge, A., Lee, B., O'Reilly, D., Fillis, I., Rentschler, R., & Kirchner, T.A. (eds.) (2013). *The Routledge Companion to Arts Marketing*. Taylor & Francis. 444 p.
17. Colbert, F. (2007). *Marketing Culture and the Arts*. HEC Montréal, Carmelle and Rémi Marcoux Chair in Arts Management. 311 p.
18. Floridi, L. (2011). *The Philosophy of Information*. Oxford University Press. 405 p.
19. Goldhaber, M.H. (1997). The attention economy and the Net. *First Monday*, 2(4).
<https://doi.org/10.5210/fm.v2i4.519>
20. O'Connor, J. (2010). *The Cultural and Creative Industries: A Literature Review*. (2 ed.). London: Creativity, Culture and Education. 100 p.
21. Radbourne, J., & Watkins, K. (2015). *Philanthropy and the Arts*. Melbourne University Publishing. 156 p.
22. Richards, G., & Palmer, R. (2012). *Eventful Cities*. Taylor & Francis. 534 p.
23. Tanurovska-Kjulavkovski, B. (2021). *Modelling Cultural and Art Institutions*. Thesis. 226 p.
24. Wright, M., Walmsley, B., & Simmons, E. (2022). *Fundraising in the Creative and Cultural Industries*. Taylor & Francis. 294 p.