

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

Факультет соціології

Кафедра соціальних структур та соціальних відносин



28 серпня 2025 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ГЛОБАЛІЗАЦІЯ І КУЛЬТУРА

для студентів

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

Форма навчання	денна
Навчальний рік	2025/2026
Семестр	4
Кількість кредитів ECTS	3
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська
Форма заключного контролю	залік

Розробник: Богдан ГОРОБЧУК, к.соц.н., асистент кафедри соціальних структур та соціальних відносин

ЗАТВЕРДЖЕНО

Зав. кафедри соціальних структур та соціальних відносин

Олег МАЗУРИК

Протокол № 13 від «28» серпня 2025 року

Схвалено науково - методичною комісією факультету соціології

Протокол №13 від «28» серпня 2025 року

Голова науково-методичної комісії

Тетяна ЧЕРВІНСЬКА

Викладачі: Богдан ГОРОБЧУК

Пролонговано: на 20__/20__ н.р. (_____) «__» 20__ р.
(підпис, ПІБ, дата)

на 20__/20__ н.р. (_____) «__» 20__ р.
(підпис, ПІБ, дата)

КИЇВ – 2025

1. Мета дисципліни – формування у майбутніх менеджерів системного бачення глобальних ринків культури, навичок адаптації культурних продуктів до міжнародного контексту та розуміння механізмів міжкультурної взаємодії в бізнес-середовищі.

2. Попередні вимоги до опанування або вибору навчальної дисципліни:

1. *Знати* основи менеджменту, загальний контекст історії культури, базову термінологію креативних індустрій; володіти базовою англійською мовою (для роботи з іноземними кейсами).
2. *Вміти* використовувати джерела емпіричної інформації; створювати презентації на семінарах, в масовій аудиторії; вести наукову дискусію, працювати з інформацією про міжнародні тренди.
3. *Володіти* навичками презентації та командної роботи.

3. Анотація навчальної дисципліни: Дисципліна розглядає глобалізацію як середовище функціонування сучасного креативного бізнесу. Студенти вивчатимуть, як глобальні тренди впливають на локальне виробництво культурного продукту. Основний акцент зроблено на практичних аспектах: культурна дипломатія, вихід на міжнародні ринки, робота з міжнародними грантовими програмами (Creative Europe тощо), специфіка крос-культурного менеджменту та маркетингу. Курс також аналізує виклики, які глобальна масова культура ставить перед українськими креативними підприємцями.

4. Завдання (навчальні цілі):

- ознайомити зі структурою глобального ринку культурних послуг та товарів;
- навчити аналізувати культурні коди різних країн для ефективної комунікації та експорту;
- розглянути успішні кейси інтернаціоналізації українських ККІ (музика, мода, кіно, дизайн);
- сформувати навички крос-культурних переговорів та розуміння ділового етикету в глобальному середовищі.

Що спрямовано на формування наступних компетентностей:

- ФК21. Здатність визначати стратегічні пріоритети та аналізувати особливості місцевих, регіональних, національних та глобальних стратегій соціокультурного розвитку.
- ФК35. Здатність аналізувати прояви соціокультурного розмаїття суспільства, причини і наслідки соціальних явищ та процесів.

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	Знати основні засади аналізу культурних практик у контексті глобалізації, наукові концепції організаційного різноманіття, різні парадигми розуміння мистецтва і митця	лекція, семінар, самостійна робота	аналіз першоджерел (диспут), контрольна робота	20
2	Вміти використовувати теоретичні знання з менеджменту культурних та креативних індустрій у практичних ситуаціях та аналітичній діяльності у міжнародному контексті та із врахуванням глобалізації.	лекція, семінар, самостійна робота	аналітичні завдання (кейси), контрольна робота	30
3	Здатність аргументовано доносити свою думку, вести конструктивну наукову дискусію	лекція, семінар	дискусія, контрольна робота, додаткові завдання	20
4	Здатність самостійно розробляти та реалізовувати креативні проекти у сфері культурних індустрій, зокрема створювати сценарії відео-сюжетів	семінар, самостійна робота	індивідуальні проекти/презентації	30

6. Співвідношення результатів навчання дисципліни із програмними результатами навчання

Результати навчання дисципліни (код)	1	2	3	4
Програмні результати навчання (назва)				
ПРН10. Вивчати, узагальнювати та адаптовувати найкращий досвід соціокультурної розбудови.	+	+		+
ПРН22. Прогнозувати тенденції розвитку організаційних структур в умовах суспільних змін та глобальних трансформацій.			+	+

7. Схема формування оцінки.

7.1. Форми оцінювання студентів.

Семестрове оцінювання:

1. Робота на семінарських заняттях (аналітичні завдання – кейси; аналіз першоджерел – диспути; дискусії): РН1, РН2, РН3 – **50 балів / 30 балів**.
2. Виконання контрольної роботи: РН1, РН2, РН3 – **20 балів / 12 балів**.
3. Практичне завдання (виконання у формі індивідуального проєкту та його презентація): РН4 – **30 балів / 18 балів**.

Максимальна кількість балів за роботу протягом семестру становить **100 балів**, мінімальна кількість балів для отримання позитивної оцінки – **60 балів**.

Підсумкова оцінка з дисципліни визначається як сума балів, отриманих студентом протягом семестру. Окреме підсумкове оцінювання при формі заключного контролю «залік» не проводиться.

7.2 Організація оцінювання:

1. Робота на семінарських заняттях оцінюються по факту проведення, бали накопичуються протягом семестру.
2. Контрольна робота виконується в рамках семінарського заняття після вивчення Тем 1-5.
3. Практичне завдання виконується протягом семестру, презентується на 2-х останніх семінарських заняттях.

7.3 Шкала відповідності оцінок

Зараховано / Passed	60-100
Не зараховано / Fail	0-59

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

№ теми	Назва теми	Кількість годин		
		лекції	семінари	самост. робота
1. Глобальний контекст креативної економіки				
1	Поняття глобалізації та глокалізації	2	2	5
2	Гене́за креативної економіки у контексті глобалізації	2	2	5
3	Глобальні креативні хаби та нерівномірність культурного розвитку територій	2	2	5
4	Міжнародні інституції та донори (ЮНЕСКО, Creative Europe): роль в креативній економіці	2	2	5
5	Цифрова глобалізація: стрімінги, платформи та глобальна дистрибуція контенту	2	-	5
Контрольна робота		-	2	-
2. Практичні інструменти міжнародної діяльності у галузі культури				
6	Культурна дипломатія та функціонування «м'якої сили» (Soft Power) як частини міжнародної політики	2	2	5
7	Крос-культурна компетентність та специфіка комунікацій у міжнародних проєктах	2	-	-
8	Міжнародна виставкова та фестивальна діяльність як механізм інтеграції в глобальні ринки	2	2	5
9	Експортні стратегії для українських ККІ та успішні кейси: кіно, музика, фешн, дизайн	2	-	10
10	Репрезентація національної культури в глобальному просторі	2	2	5
Практичне завдання		-	4	-
ВСЬОГО		20	20	50

Загальний обсяг – 90 год., у тому числі

Лекції – 20 год.

Семінари – 20 год.

Самостійна робота – 50 год.

9. Рекомендовані джерела:

Основна:

1. Creative Economy Outlook. 2022 – UNCTAD. URL: https://unctad.org/system/files/official-document/ditctsc2022d1_en.pdf (дата звернення: 03.01.2026).
2. Мейер Е. Карта культурних відмінностей. Як люди думають, керують і досягають цілей у міжнародному середовищі. – К.: Наш Формат, 2020.
3. Флорида Р. Homo creativus. Як новий клас завойовує світ. – К.: Наш Формат, 2018.
4. Hesmondhalgh D., Baker S. Creative Labour: Media Work in Three Cultural Industries. Routledge, 2011.

Додаткова:

1. Галахова Т. Креативні індустрії: теоретично-методологічні підходи вивчення. Науковий вісник Херсонського державного університету. Економічні науки. 2014. № 9 (4). С. 9–13.
2. Карасьова Н. А. Креативні індустрії як елемент стратегії постіндустріального розвитку. Міжнародні відносини: теоретико-практичні аспекти. №3, 2019, ст. 110 – 120
3. Культура і креативність. Креативна економіка. Електронний ресурс. URL: <https://www.culturepartnership.eu/ua/publishing/course/lecture-4> (дата звернення: 03.01.2026)
4. Менеджмент креативних індустрій: навч. посіб. / [Т. Л. Семенчук та ін.]. – К.: ДУІТ, 2024. – 330 с.

5. Проскуріна М.О. Креативні індустрії як середовище економічної діяльності. Глобальні та національні проблеми економіки. 2015. Вип.8. С.242–245. URL: <http://global-national.in.ua/archive/8-2015/50.pdf> (дата звернення: 03.01.2026).
6. Тейлор К. Мистецтво під ключ. Менеджмент і маркетинг культури / Катя Тейлор. – К.: ArtHuss, 2021. – 228 с.
7. Edwards B., McCarthy J. D. Resources and Social Movement Mobilization // The Blackwell Companion to Social Movements / Ed. by D. A. Snow, S. A. Soule, H. Kriesi.– Malden: Blackwell Publishing, 2004.– Pp. 116-152.