НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«Чернігівський колегіум» імені Т.Г. Шевченка

ФАКУЛЬТЕТ ДОШКІЛЬНОЇ,
ПОЧАТКОВОЇ ОСВІТИ І МИСТЕЦТВ

Кафедра мистецьких дисциплін

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ

до виконання та захисту курсових робіт
з навчальної дисципліни

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

для студентів спеціальності D3 «Менеджмент»
Галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право»
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ
Менеджмент соціокультурної діяльності

Чернігів – 2026

УДК 378.278:[316.7:005](072)
М 54

Укладач СОЛДАТЕНКО ОЛЕКСАНДР ІГОРОВИЧ,
кандидат педагогічних наук, доцент
доцент кафедри мистецьких дисциплін
Національного університету «Чернігівський колегіум»
імені Т.Г. Шевченка

Рецензенти: ЛАДОНЬКО ЛЮДМИЛА СТЕПАНІВНА,
доктор економічних наук, професор, професор кафедри
мистецьких дисциплін Національного університету
«Чернігівський колегіум» імені Т.Г. Шевченка;

КЛИМЕНКО ТЕТЯНА ВІКТОРІВНА,
кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри
бізнесу, адміністрування та права ЗВО
«Університет трансформації майбутнього»

М 54 **Методичні рекомендації до виконання та захисту курсових робіт з навчальної дисципліни Менеджмент соціокультурної діяльності** для студентів спеціальності D3 «Менеджмент», освітньо-професійної програми «Менеджмент соціокультурної діяльності», освітнього ступеня бакалавр / Укл. : Солдатенко О.І., Чернігів: НУЧК, 2026. 48 с.

УДК 378.278:[316.7:005](072)

У методичних рекомендаціях викладено загальні вимоги до структури, змісту та порядку написання й публічного захисту курсових робіт. Видання містить розгорнуті вказівки щодо організації самостійного науково-дослідного пошуку, проведення аналізу діяльності закладів соціокультурної сфери та розробки прикладних управлінських рішень.

Для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня за спеціальністю D3 «Менеджмент» (ОПП «Менеджмент соціокультурної діяльності»), викладачів і наукових керівників.

Рекомендовано до видання вченою радою факультету дошкільної,
початкової освіти і мистецтв Національного університету
«Чернігівський колегіум» імені Т.Г. Шевченка
(Протокол №3 від 28.10.2026 р.)

© Солдатенко О. І., 2026

ЗМІСТ

Загальні вимоги до курсової роботи 4

Особливості підготовки курсової роботи
з дисципліни «Менеджмент СКД» 10

Структура курсової роботи 12

Вимоги до оформлення курсової роботи 29

Вимоги до перевірки тексту на плагіат 32

Підготовка студента до захисту курсової роботи 33

Орієнтовна тематика курсових робіт 36

Рекомендована література для написання курсової роботи 39

Додаток 1.
Приклади оформлення бібліографічного опису
у списку джерел 43

Додаток 2. Зразок титульної сторінки 46

Додаток 3. Зразок змісту курсової роботи 47

ЗАГАЛЬНІ ВИМОГИ ДО КУРСОВОЇ РОБОТИ

Згідно «Положення про організацію освітнього процесу в Національному університеті «Чернігівський колегіум» імені Т. Г. Шевченка»: «Курсові роботи (проєкти) виконуються з метою закріплення, поглиблення й узагальнення знань, одержаних студентами за час навчання та їх застосування до комплексного вирішення конкретного завдання. Тематика курсових робіт (проєктів) повинна відповідати завданням навчальної дисципліни (кількох навчальних дисциплін в разі міждисциплінарної курсової роботи), носити навчально-дослідницький характер і тісно пов'язуватися з теоретичними проблемами, або практичними потребами конкретного фаху. Студентам надається право вільного вибору теми курсової роботи (проєкту) із запропонованого кафедрою переліку. Студенти також можуть пропонувати свої теми, які відповідають їх науковим інтересам та знаходяться у предметному полі ОК, також узгоджуються із науковим керівником. Порядок затвердження тематики курсових робіт (проєктів) та їх виконання визначається відповідною кафедрою.

Керівництво курсовою роботою (проєктом) здійснюється, як правило, найбільш кваліфікованими викладачами Університету. Захист курсової роботи (проекту) проводиться перед комісією у складі двох-трьох викладачів кафедри за участю наукового керівника курсової роботи (проєкту). Курсові роботи (проєкти) зберігаються на кафедрі впродовж трьох років, потім списуються в установленому порядку.

Також не дозволяється встановлювати однакові теми двох або більше робіт (проектів) в межах одного року вступу».

Відповідно до навчального плану підготовки здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D3 «Менеджмент» галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право», кваліфікації: Бакалавр з менеджменту (ОПП «Менеджмент соціокультурної діяльності») з ОК «Менеджмент СКД» денної та заочної форм навчання, студенти виконують курсову роботу у 6 семестрі.

Написання роботи є важливою формою навчального процесу. Під час її виконання студент систематизує і поглиблює раніше отримані знання з дисципліни «Менеджмент СКД», вчиться відбирати найбільш важливий матеріал, що відноситься до теми, опановує навички науково-дослідницької роботи, розвиває здатність до аналізу і практичного розгляду діючої практики.

У роботі висвітлюється авторське розуміння проблеми, обґрунтовуються запропоновані висновки на основі загальних теорій управлінської науки, формуються рекомендації щодо вдосконалення управління закладами, організаціями та інституціями, що забезпечують реалізацію соціокультурної діяльності.

Курсова робота пишеться на основі самостійних досліджень і узагальнення досвіду діяльності конкретних установ й не може бути побудована на переказі літературних джерел.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми підготовки здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, написання курсової роботи з ОК «Менеджмент СКД» дозволяє здобувачам ВО оволодіти наступними компетентностями та програмними результатами навчання:

Інтегральна компетентність. 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 характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

Загальні компетентності (ЗК)

У процесі підготовки курсової роботи студент розвиває загальні передумови для наукової та управлінської діяльності:

ЗК 3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу, синтезу: реалізується під час опрацювання теоретичних джерел, структурування проблеми дослідження та узагальнення матеріалу.

ЗК 4. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях: проявляється під час аналізу діяльності реальної установи соціокультурної сфери (СКС) та розробки практичних рекомендацій.

ЗК 5. Знання та розуміння предметної області та професійної діяльності: закріплюється через поглиблене вивчення специфіки менеджменту соціокультурної діяльності.

ЗК 6. Здатність спілкуватися державною мовою усно і письмово: забезпечується дотриманням академічного стилю викладу, грамотним формулюванням висновків та публічним захистом курсової роботи.

ЗК 8. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій: необхідні для пошуку літератури, опрацювання статистичних даних, оформлення роботи та створення презентації.

ЗК 9. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями: виявляється у самостійному вивченні новітніх тенденцій управління в галузі культури.

ЗК 10. Здатність до проведення досліджень на відповідному рівні: безпосередньо формується через виконання науково-дослідницького завдання курсової роботи (постановка мети, завдань, аналіз даних).

ЗК 12. Здатність генерувати нові ідеї / креативність: розвивається під час пошуку шляхів удосконалення роботи установи СКС або розробки нових проєктних ідей.

ЗК 15. Здатність діяти на основі етичних міркувань та ЗК 16 Дотримання норм академічної доброчесності: є базовими вимогами під час написання тексту та посилання на джерела.

Спеціальні (фахові) компетентності (СК)

Курсова робота з ОК «Менеджмент СКД» є профільним інструментом формування спеціальних управлінських компетенцій:

СК 1. Здатність визначати та описувати характеристики організації СКС: реалізується в аналітичному розділі під час характеристики бази дослідження.

СК 2. Здатність аналізувати результати діяльності організації, зіставляти їх з факторами впливу зовнішнього та внутрішнього середовища: розвивається через проведення SWOT- чи PEST-аналізу установи культури.

СК 3. Здатність визначати перспективи розвитку організації та формувати її організаційну культуру: задіяна при обґрунтуванні пропозицій щодо вдосконалення діяльності закладу.

СК 4. Вміння визначати функціональні області організації та зв'язки між ними: формується при описі структури управління установою СКС.

СК 5. Здатність управляти організацією СКС та її підрозділами через реалізацію функцій менеджменту: є стрижневою у розумінні адміністративних процесів у сфері культури.

СК 7. Здатність обирати та використовувати сучасний інструментарій менеджменту для розробки та оперативного управління соціокультурними проєктами: застосовується у практичній частині роботи.

СК 10. Здатність оцінювати виконувані роботи, забезпечувати їх якість та мотивувати персонал: охоплюється під час аналізу кадрових і ресурсних аспектів діяльності установи.

СК 12. Здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, формувати обґрунтовані рішення: є ядром аналітичного етапу курсового дослідження.

СК 17. Здатність впроваджувати інноваційні ідеї для створення сучасних соціокультурних товарів та послуг та СК 18 Здатність виявляти і залучати ресурси особистості, соціальної групи та громади: реалізуються у проєктних пропозиціях курсової роботи.

Програмні результати навчання (ПРН)

Виконання курсової роботи забезпечує досягнення цілого спектра програмних результатів навчання:

ПРН 3. Демонструвати знання теорій, методів і функцій менеджменту: знаходить відображення в теоретичному розділі роботи.

ПРН 4. Демонструвати навички виявлення проблем та обґрунтування управлінських рішень у СКС: безпосередній результат аналізу слабких сторін діяльності базової установи.

ПРН 5. Описувати зміст функціональних сфер діяльності організації СКС: формується при детальному розгляді напрямів роботи закладу (маркетинг, кадрова політика, фінанси тощо).

ПРН 6. Виявляти навички пошуку, збирання та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування управлінських рішень: охоплює роботу зі статистичними даними та звітами підприємства соціокультурної сфери.

ПРН 7. Виявляти навички організаційного проектування у регіональній соціальній, культурній та туристичній сферах: реалізується у проєктній або рекомендаційній частині дослідження.

ПРН 16. Демонструвати навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним: супроводжує весь процес написання курсової від задуму до захисту.

ПРН 17. Виконувати дослідження індивідуально під керівництвом лідера/керівника: практичне втілення在 комунікації з науковим керівником.

ПРН 19. Застосовувати положення економічної теорії в процесі здійснення досліджень соціокультурних явищ і процесів, формування культури та навичок проведення наукових досліджень з дотриманням норм академічної доброчесності, впровадження їх результатів у практику соціокультурної діяльності: гарантується самостійністю виконання та дотриманням правил цитування.

ПРН 20. Вміти застосовувати положення теорії та методології маркетингу для проведення аналізу ринку соціокультурних послуг з метою визначення пріоритетних напрямків та просування інноваційного соціально-культурного продукту: знаходить вияв у маркетинговому аналізі послуг установи СКС.

ПРН 21. Вміти застосовувати в практичній діяльності менеджера СКД методичні засади та технології дозвіллєвої діяльності та розвивати принципи соціальної інклюзії, волонтерства, толерантності у сфері професійної діяльності: інтегрується в розробку заходів чи програм покращення роботи закладу культури.

Таким чином, курсова робота з ОК «Менеджмент СКД» є комплексним кваліфікаційним завданням, яке інтегрує теоретичні знання з практичними навичками управлінського аналізу, проєктування та прийняття рішень у соціокультурній сфері.

Як бази для проведення аналітичної частини курсової роботи можуть виступати: культурно-дозвіллєві центри, парки культури і відпочинку, театри, музеї, філармонії, галереї, креативні простори та інші заклади соціокультурної сфери

До виконання курсової роботи висуваються такі вимоги:

– обрана тема повинна відповідати змісту дисципліни;

– робота повинна бути написана із залученням різних джерел з обраної теми (не менше 25);

– повинна завершуватися конкретними висновками і рекомендаціями;

– повинна бути оформлена згідно до вимог;

– повинна бути написана самостійно.

Критеріями оцінки курсової роботи є:

1) за формою:

– наявність змісту і внутрішніх рубрикацій (правильність оформлення);

– бібліографія джерел, складена відповідно до Стандарту ДСТУ 8302:2015, який встановлює правила оформлення бібліографічних посилань у наукових, навчальних та інших видах документів. (Приклад оформлення джерел наводиться в додатку 1);

– оформлення цитувань відповідно до наукових стандартів, затверджених МОН України;

– грамотність викладу (в т.ч. орфографічна, пунктуаційна, стилістична), володіння науковою термінологією;

– дотримання вимог обсягу курсової роботи.

Приклад оформлення курсової роботи наводиться у розділі «Вимоги до оформлення курсової роботи».

2) за змістом:

– відповідність змісту заявленій темі;

– повнота аналізу матеріалу;

– достатня кількість спеціальних джерел;

– оригінальність тексту.

Етапи виконання курсових робіт

1) вибір теми;

2) закріплення теми курсової роботи за студентом і призначення наукового керівника;

3) вивчення вимог, що пред'являються до курсової роботи, складання бібліографії, вивчення спеціальної літератури та джерел;

4) обробка, аналіз і узагальнення зібраних матеріалів, складання змісту виконання курсової роботи і узгодження його з керівником курсової роботи;

5) підготовка тексту курсової роботи;

6) усунення зауважень і пропозицій, висловлених керівником по роботі;

7) здача курсової роботи в електронному та друкованому вигляді на кафедру для перевірки на плагіат;

8) надання курсової роботи науковому керівнику після перевірки;

9) прийняття остаточного рішення про правомірність використання запозичень в роботі на основі звіту про результати перевірки на плагіат;

10) підготовка доповіді та презентації для захисту;

11) захист курсової роботи згідно з графіком.

Студент має право запропонувати власне формулювання теми курсової роботи з «Менеджменту СКД», але в цьому випадку він повинен обґрунтувати свій вибір і узгодити тему з керівником. Також студент має право обрати тему із запропонованого списку, складеного провідним викладачем з дисципліни.

ОСОБЛИВОСТІ ПІДГОТОВКИ КУРСОВОЇ РОБОТИ З ДИСЦИПЛІНИ «МЕНЕДЖМЕНТ СКД»

При підготовці курсової роботи рекомендується використовувати максимально широке коло джерел та документів:

– нормативно-правові акти України (кодекси, закони, постанови Уряду, накази профільних міністерств, місцеві програми розвитку культури);

– монографії, підручники та навчальні посібники з менеджменту, маркетингу, економіки культури та проєктного управління;

– довідники, енциклопедії та збірники наукових праць;

– первинна документація бази дослідження (Статут установи, положення, організаційна структура, фінансові та статистичні звіти підприємства соціокультурної сфери);

– статті і матеріали науково-практичних конференцій, фахові журнали;

– статистичні збірники та аналітичні огляди державних органів та профільних інституцій;

– матеріали глобальної мережі Інтернет (офіційні вебсайти профільних міністерств, установ культури, дані спеціалізованих платформ і соціальних мереж).

Робота з джерелами інформації допомагає студентам набути вмінь правильно оцінювати сутність і значимість інформації, розбиратись у структурі матеріалу, у зручній формі фіксувати все необхідне для подальшої роботи.

Працюючи зі спеціальними джерелами, необхідно занотовувати найбільш важливі думки для накопичення потрібної інформації та поліпшення її запам'ятовування. При цьому необхідно чітко фіксувати джерело інформації (прізвище та ініціали автора, повна назва джерела, видавництво, рік видання, сторінку).

Витяги з нормативно-правових актів, авторські висловлювання цитуються дослівно або передаються своїми словами. Після кожного цитування, використання фактичних і статистичних даних обов'язково треба зробити посилання на номер джерела в списку використаних джерел із зазначенням сторінки.

Будь-яке джерело, на яке посилається автор курсової роботи, повинне бути внесене до списку використаних джерел.

Після опрацювання необхідної літератури потрібно приступити до складання змісту курсової роботи.

Зміст – це структурне опрацювання курсової роботи. Всі питання, вибрані для вивчення, повинні бути логічно пов'язані і послідовно розкривати зміст обраної студентом теми.

Зміст курсової роботи, як правило, повинен складатися зі:

– вступу;
– основної частини (що складається з розділів і пунктів);
– висновків;
– списку використаних джерел;
– додатків.

При складанні змісту курсової роботи необхідно враховувати, що:

– розділи поділяються на підрозділи; підрозділів не повинно бути менше двох і більше трьох;

– формулювання назви розділів не повинно дублювати назву роботи; назви підрозділів не повинні дублювати назву розділів;

– підрозділи не повинні формулюватися більш широко, ніж назви розділів.

Зміст не повинен бути перевантаженим зайвою деталізацією, кількість структурних одиниць має бути достатньою для повного розкриття теми курсової роботи.

Приклад оформлення змісту наводиться в додатку 2.

СТРУКТУРА КУРСОВОЇ РОБОТИ

Структурними елементами курсової роботи є:

1. Титульна сторінка;
2. Зміст;
3. Вступ;
4. Основна частина (3 розділи);
5. Висновок;
6. Список використаних джерел;
7. Додатки (за необхідності).

Титульна сторінка містить: назву навчального закладу, кафедри, назву дисципліни, тему курсової роботи, прізвище, ім'я та батькові студента, керівника курсової роботи. Знизу титульного листа: місто і рік написання курсової роботи, дата захисту, оцінка. Приклад оформлення титульної сторінки наводиться в додатку 2.

Зміст включає перелік розділів роботи із зазначенням сторінки початку кожного розділу і підрозділу. Розділи і підрозділи курсової роботи повинні бути пронумеровані. Вступ, висновок, додатки не нумеруються.

Вступ, 3-5 сторінок, є вступною частиною роботи, з якої починається виклад матеріалу. У вступі розкриваються:

1) Актуальність теми – це обґрунтування доцільності проведення дослідження, яке відповідає на запитання: чому саме цю проблему важливо, необхідно і своєчасно вирішувати саме зараз?

Актуальність визначає практичну та теоретичну значущість обраної теми для розвитку галузі:

– Зв'язок із загальними тенденціями: обґрунтовується стан та сучасні виклики розвитку соціокультурної сфери в умовах цифровізації, ринкових трансформацій, євроінтеграції чи післявоєнного відновлення України.

– Галузевий фокус: показується, як обрана тема впливає на підвищення ефективності діяльності організацій, підприємств та установ соціокультурної сфери (театрів, музеїв, центрів культури, громадських ініціатив тощо).

– Науково-теоретична та практична прогалина: демонструється, що певні аспекти управлінської діяльності, маркетингу, проєктного менеджменту чи фінансування закладів культури ще недостатньо досліджені або потребують негайного вдосконалення на практиці.

Обґрунтування актуальності теми може містити:

– Посилання на державні стратегії, закони України, нормативно-правові акти у сфері культури та менеджменту.

– Статистичні дані, результати соціологічних опитувань або дані внутрішньої звітності установ, які підтверджують наявність проблеми.

– Посилання на праці вітчизняних і зарубіжних учених-економістів та управлінців, які досліджували подібні проблеми.

– Практичну потребу конкретних організацій соціокультурної сфери в розробці нових управлінських рішень, маркетингових стратегій чи івент-проєктів.

Наприклад

Тема: «Управління маркетинговою діяльністю сучасних закладів культури (на прикладі...)»

Актуальність теми. В умовах трансформації ринку соціокультурних послуг, цифровізації суспільства та посилення конкуренції за увагу споживача, заклади культури постають перед необхідністю переходу від традиційних методів роботи до сучасних інструментів ринкового менеджменту. Ефективне функціонування установ соціокультурної сфери на сучасному етапі неможливе без застосування комплексного маркетингового підходу, який дозволяє оптимізувати процеси надання послуг, залучати нові сегменти цільової аудиторії та забезпечувати фінансову стабільність за рахунок позабюджетних надходжень.

Незважаючи на наявність наукових праць із проблем ринкового позиціонування організацій культури, практичні аспекти формування та реалізації маркетингових стратегій на рівні муніципальних і комунальних закладів залишаються недостатньо адаптованими до реалій мінливого зовнішнього середовища. Потреба в пошуку нових управлінських і маркетингових інструментів для просування соціокультурного продукту зумовлює високу актуальність, теоретичне та практичне значення цього дослідження…

2) Ступінь розробленості теми (або огляд літератури та наукових джерел) – демонструє обізнаність здобувача вищої освіти з науковим доробком попередників у вибраній предметній області. Він показує, які саме вчені, дослідники чи фахівці-практики вже вивчали це питання, на чому зосереджували свою увагу та які аспекти залишилися відкритими:

– Зв'язок теорії і практики: зазначається, що проблематика управління соціокультурною діяльністю є предметом активних наукових дискусій та практичних пошуків.

– Внесок попередніх дослідників: коротко називаються ключові автори (вітчизняні та зарубіжні), які досліджували загальні теорії менеджменту, економіку культури, маркетинг соціокультурних послуг чи специфіку функціонування закладів СКС.

– Виявлення неповної розробленості (прогалини): вказується на те, що попри значну кількість праць, окремі аспекти (наприклад, цифровізація управлінських процесів, специфіка проєктного менеджменту в сучасних умовах тощо) потребують подальшого поглибленого вивчення.

Огляд розробленості теми може містити:

– Групування вчених за науковими напрямами (наприклад, одні дослідники розкривали сутність менеджменту соціокультурної сфери, інші – проєктний чи фінансовий менеджмент, треті – маркетингові інструменти просування).

– Посилання на конкретні прізвища дослідників із узагальненням їхніх наукових здобутків (без надмірного цитування).

– Висновок про те, чому, незважаючи на наявність наукових праць, тема курсової роботи залишається актуальною і потребує додаткового аналізу на матеріалах конкретної установи.

Наприклад

Проблематика управління організаціями соціокультурної сфери та оптимізації їхньої діяльності перебуває в центрі уваги сучасних вітчизняних і зарубіжних науковців. Теоретичні засади менеджменту соціокультурної діяльності закладено в працях таких дослідників, як (Прізвища вчених, наприклад: І. Д. Горєлов, В. М. Піча, М. М. Шейко та ін.). Організаційно-економічні аспекти функціонування закладів культури та ринкові механізми їх розвитку розглядалися в роботах (Прізвища економістів/менеджерів).

Водночас, незважаючи на значну кількість наукових публікацій, присвячених загальним питанням галузевого менеджменту, недостатньо дослідженими залишаються практичні інструменти проєктного управління та маркетингового забезпечення діяльності муніципальних і комунальних закладів культури в умовах сучасних викликів. Це зумовило необхідність проведення даного курсового дослідження…

3) Мета – це бажаний кінцевий результат наукового дослідження та практичної розробки, який планується отримати наприкінці виконання курсової роботи. Вона чітко визначає загальний напрям

роботи та концентрується на вирішенні основної управлінської або проєктної проблеми:

– Спрямованість на результат: мета вказує на те, *що саме* потрібно зробити (наприклад, дослідити, розробити, обґрунтувати, удосконалити), а не як це робити.

– Зв'язок із темою: формулювання мети безпосередньо випливає з назви курсової роботи та є її розгорнутим відображенням.

– Управлінський фокус: для менеджменту соціокультурної діяльності мета ніколи не обмежується лише пасивним описом явища чи «вивченням чогось» – вона завжди спрямована на пошук шляхів оптимізації, вдосконалення системи управління чи розробку прикладних рекомендацій.

Мета може містити:

– Дієслова доконаного або недоконаного виду, що передають управлінську спрямованість: *визначити, розробити, обґрунтувати, удосконалити, виявити, спроєктувати*.

– Чітку прив'язку до об'єкта чи предмета дослідження (наприклад, удосконалення управління конкретним закладом або розвиток певного аспекту менеджменту СКД).

– Орієнтацію на вирішення конкретної практичної проблеми установи соціокультурної сфери.

Мета зазвичай починається з конструкцій на кшталт: «*Метою курсової роботи є виявлення та обґрунтування...*», «*Мета полягає в розробці практичних рекомендацій щодо вдосконалення...*» тощо.

Наприклад

Тема: «Управління проєктною діяльністю в сучасних закладах культури»

Мета курсової роботи полягає в теоретичному обґрунтуванні та розробці практичних рекомендацій щодо вдосконалення управління проєктною діяльністю у закладах соціокультурної сфери (на прикладі... (вказується конкретна установа, якщо це передбачено практичною частиною))…

4) Завдання – це послідовні етапи, шляхи та конкретні засоби досягнення поставленої мети. Якщо мета вказує на кінцевий результат, то завдання розкривають кроки (структурні етапи), за допомогою яких цей результат буде досягнуто. Як правило, саме на основі сформульованих завдань будується подальша структура (розділи та підрозділи) курсової роботи:

– Послідовність дій: завдання відображають логіку наукового та практичного пошуку – від вивчення теорії до аналізу практики та розробки прикладних рекомендацій.

– Відповідність структурі: кількість та зміст завдань зазвичай відповідають кількості розділів і параграфів курсової роботи (наприклад, 3–4 завдання відповідають 3 розділам роботи).

– Управлінський характер: для менеджменту СКД завдання обов'язково охоплюють як теоретичне узагальнення, так і глибокий аналітичний (діагностичний) етап та розробку практичних управлінських чи проєктних рішень.

Завдання можуть містити:

Формулювання завдань зазвичай починається з дієслів у неозначеній формі (або наказовому способі), таких як: визначити, довести, дослідити, проаналізувати, охарактеризувати, розробити, обґрунтувати.

Типова структура завдань курсової роботи з менеджменту:

1-е завдання (теоретичне): розкриття сутності, теоретичних засад чи понятійно-категоріального апарату проблеми.

2-е завдання (аналітичне): аналіз сучасного стану, тенденцій або особливостей управління у досліджуваній сфері / на конкретній базі.

3-є завдання (діагностичне): виявлення проблем, факторів впливу (внутрішнього і зовнішнього середовища) або слабких місць у діяльності установи.

4-е завдання (практично-проєктне): розробка рекомендацій, заходів, маркетингових чи управлінських рішень щодо вдосконалення діяльності.

Наприклад

Тема: «Управління маркетинговою діяльністю сучасних закладів культури»

Завдання

1. Дослідити теоретико-методологічні засади маркетингової діяльності в соціокультурній сфері.
2. Охарактеризувати специфіку та інструменти ринкового управління сучасними закладами культури.
3. Проаналізувати сучасний стан, організаційну структуру та результати маркетингової діяльності (Назва установи / бази дослідження).
4. Виявити ключові проблеми та чинники, що стримують ефективне просування соціокультурних послуг досліджуваного закладу.
5. Розробити методичні рекомендації та практичні заходи щодо вдосконалення системи управління маркетинговою діяльністю установи…

5) Об'єкт – це процес, явище, система чи сфера діяльності, що породжує проблемну ситуацію і обрана здобувачем вищої освіти для вивчення. У менеджменті об'єкт завжди має чіткий управлінський, організаційний чи економічний вимір:

– Носій проблеми: об'єкт показує, де або в межах якої системи існує проблема, яку належить дослідити (наприклад, система управління закладом культури, процес надання соціокультурних послуг тощо).

– Правило вибору (важливе методичне застереження): у менеджменті не слід називати об'єктом конкретне підприємство, організацію, установу чи орган влади (наприклад, не можна писати, що об'єктом є *«Міський Палац культури»* або *«Чернігівський обласний театр»*). Конкретна установа виступає базою дослідження, тоді як об'єктом є процес або система, що в ній функціонує.

– Широта охоплення: об'єкт завжди є ширшим за предмет дослідження; він окреслює загальну площину, в якій здійснюється науковий пошук.

В об'єкті дослідження для менеджменту соціокультурної діяльності зазвичай використовуються такі поняття, як:

– *процес управління...*
– *система менеджменту та функціонування...*
– *організаційно-економічна діяльність...*
– *процес надання та просування соціокультурних послуг...*
– *система проєктної чи маркетингової діяльності...*

Наприклад

Об'єктом дослідження є процес управління маркетинговою діяльністю в організаціях соціокультурної сфери…

(Або ширше / із прив'язкою до сфери): **Об'єктом дослідження** виступає система управління діяльністю підприємств, установ та організацій соціокультурної сфери…

6) Предмет – це конкретна сторона, властивість, особливість, аспект чи механізм об'єкта, які підлягають безпосередньому вивченню у курсовій роботі. Якщо об'єкт є загальною сферою або процесом, то предмет виокремлює з нього те конкретне коло питань, на якому зосереджена увага дослідника:

– Суть наукового пошуку: предмет відповідає на запитання: *«Яку саме властивість, інструмент чи проблему об'єкта ми досліджуємо?»*.

– Галузевий фокус (Менеджмент): для спеціальності «Менеджмент» предметом ніколи не можуть бути педагогічні, суто мистецькі чи культурологічні процеси (наприклад, методи виховання, правила написання сценаріїв тощо). Предмет обов'язково розкриває управлінські, організаційно-економічні, маркетингові чи проєктні механізми.

Прямий зв'язок із темою: формулювання предмета зазвичай тісно перегукується з темою курсової роботи, деталізуючи її.

У предметі дослідження для менеджменту соціокультурної діяльності зазвичай відображаються такі категорії:

– організаційно-управлінські механізми...

– методи, інструменти та технології менеджменту...

– маркетингова стратегія та інструменти просування...

– фінансово-економічні засади та ресурсне забезпечення...

– процес розробки та реалізації соціокультурних проєктів...

Наприклад

Предметом дослідження є сукупність організаційно-управлінських методів та інструментів маркетингової діяльності в організаціях соціокультурної сфери…

(Або з прив'язкою до теми): **Предметом дослідження** є організаційно-економічні засади та механізми управління проєктною діяльністю у закладах культури…

7) Методи – це сукупність прийомів, способів і підходів, за допомогою яких студент здобуває нові знання, аналізує зібрану інформацію та вирішує поставлені у курсовій роботі завдання. Вони слугують «інструментарієм» наукового та практичного пошуку в галузі менеджменту соціокультурної діяльності:

– Інструменти пізнання: пояснюється, *як саме* автор досліджував проблему (теоретично, емпірично, статистично чи за допомогою моделювання).

– Галузева специфіка менеджменту: оскільки курсова робота виконується за спеціальністю «Менеджмент», комплекс методів обов'язково повинен поєднувати як загальнонаукові підходи, так і специфічні управлінські, економічні та маркетингові інструменти (наприклад, фінансовий аналіз, SWOT-аналіз, опитування, прогнозування тощо).

– Обґрунтованість висновків: правильно підібрані методи гарантують достовірність та об'єктивність результатів, отриманих під час аналізу діяльності установи соціокультурної сфери.

Традиційно методи дослідження класифікують на кілька основних груп:

– Теоретичні методи: *аналіз і синтез* (для вивчення літературних джерел та декомпозиції проблем), *індукція і дедукція* (від загальних закономірностей менеджменту до окремих особливостей діяльності закладу культури), *класифікація, систематизація та узагальнення* (для формування теоретичних висновків).

– Емпіричні (практичні та діагностичні) методи: *спостереження, порівняння, анкетування, інтерв'ювання, експертні оцінки* (для збору

первинної інформації про роботу установи та потреби цільової аудиторії).

– Аналітичні та управлінські методи: *статистичний аналіз* (оцінка динаміки відвідуваності, фінансових показників), *економіко-математичне моделювання, SWOT- та PEST-аналіз* (для діагностики внутрішнього і зовнішнього середовища організації), *проєктний метод* (для розробки прикладних рішень).

Наприклад

Для вирішення поставлених завдань у курсовій роботі використано комплекс взаємопов'язаних **методів дослідження**: **теоретичні** – аналіз і синтез наукової літератури, узагальнення і систематизація – для розкриття сутності управління в соціокультурній сфері; **емпіричні** – спостереження, порівняння і статистичний аналіз – для оцінки поточного стану та результатів діяльності (Назва установи / бази дослідження); **аналітичні та управлінські** – SWOT-аналіз (для виявлення внутрішніх проблем і ризиків) та методи проєктування – для розробки практичних рекомендацій щодо вдосконалення діяльності закладу…

8) Практичне та теоретичне значення результатів обґрунтовує цінність проведеного дослідження, пояснює, де і як саме можуть бути використані сформульовані висновки, розробки чи рекомендації в реальній управлінській практиці або в подальших наукових розвідках:

– Подвійний ефект дослідження: будь-яка якісна робота з менеджменту має приносити користь як науці (теоретичне значення), так і бізнесу / організації (практичне значення).

– Адресність результатів: чітко вказується, для кого призначені висновки (для керівництва закладів культури, органів управління галуззю, науковців чи викладачів).

– Прикладна спрямованість: демонструється, що розроблені студентом пропозиції не є абстрактними, а можуть бути безпосередньо впроваджені у діяльність підприємств соціокультурної сфери.

Практичне та теоретичне значення результатів може містити:

– Теоретичне значення: розкриття того, як результати дослідження доповнюють існуючі наукові підходи до менеджменту соціокультурної діяльності, уточнюють понятійний апарат, розвивають теорію управління проєктами, маркетингу чи стратегічного планування в галузі культури.

– Практичне значення: опис того, які конкретні рекомендації, методики, проєктні пропозиції чи моделі можуть бути використані в роботі установ соціокультурної сфери (театрів, музеїв, центрів дозвілля,

громадських організацій), а також можливість застосування матеріалів курсової роботи у навчальному процесі (під час вивчення інших фахових дисциплін) або для подальшого виконання кваліфікаційної (дипломної) роботи бакалавра.

Наприклад

Теоретичне значення одержаних результатів полягає в поглибленні наукових підходів до організації маркетингової діяльності та застосування сучасних інструментів менеджменту в установах соціокультурної сфери.

Практичне значення результатів полягає в тому, що розроблені практичні рекомендації, проєктні пропозиції та маркетингові заходи можуть бути безпосередньо впроваджені в діяльність (Назва установи / бази дослідження) задля оптимізації її роботи та підвищення ефективності надання соціокультурних послуг. Окремі положення та висновки курсової роботи можуть бути використані у навчальному процесі при вивченні фахових дисциплін ОПП «Менеджмент соціокультурної діяльності», а також під час написання майбутньої кваліфікаційної роботи…

9) База дослідження – це конкретне підприємство, установа, організація або її структурний підрозділ соціокультурної сфери, на матеріалах, статистичних даних та звітності якої виконується практична та аналітична частина курсової роботи:

– Місце проведення аналізу: зазначається конкретний суб'єкт господарювання, на прикладі якого студент демонструє свої навички управлінського та економічного аналізу.

– Зв'язок теорії і практики: база дослідження слугує «полігоном», де перевіряються теоретичні положення, виявляються реальні проблеми та розробляються прикладні проєктні пропозиції.

– Методичне застереження: чітко розмежовуються *об'єкт дослідження* (процес або система управління) та *база дослідження* (конкретна юридична особа чи заклад, де цей процес вивчається).

База дослідження може містити:

– Повну офіційну назву підприємства, установи чи організації соціокультурної сфери (наприклад, комунальний заклад, театр, музей, парк культури, центр дозвілля тощо).

– Коротку довідку про специфіку діяльності обраної бази (її правова форма, статус, основні напрями роботи).

– Обґрунтування вибору саме цієї бази (наприклад, наявність яскраво вираженої управлінської або маркетингової проблеми, доступ до внутрішньої звітності та статистичних даних установи).

Наприклад

Базою дослідження у курсовій роботі виступає (Назва установи, наприклад: Комунальний заклад «Міський Палац культури» Чернігівської міської ради). На матеріалах цієї установи здійснено комплексний аналіз стану управління маркетинговою діяльністю, оцінено внутрішнє і зовнішнє середовище організації та розроблено практичні рекомендації щодо вдосконалення її роботи…

10) Опис структури курсової роботи. Тут вказується, що курсова робота складається зі вступу, двох (або трьох) розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків (якщо є).

У вступі не використовуються посилання.

Основну частину курсової роботи становлять дані, отримані в результаті розробки теми, їх систематизація та узагальнення. Основна частина зазвичай розбивається на два-три розділи, кожен з яких, в свою чергу, поділяється на кілька підрозділів (як правило, два-три). Не рекомендується збільшення числа підрозділів в розділі.

Перший розділ курсової роботи присвячується поглибленому теоретичному вивченню проблеми дослідження:

– Вимога до назви розділу: Заборона використовувати загальні штампи («*Теоретичний розділ*» тощо). Назва першого розділу має бути предметною та відображати сутність теми (наприклад: «*Теоретико-методологічні засади управління...*» або «*Сутність та організаційні підходи до...*»).

– Огляд джерел і понятійного апарату: Студент має показати обізнаність у базових термінах менеджменту соціокультурної діяльності, проаналізувати погляди різних авторів на обрану проблему.

– Еволюція та критичний аналіз: Важливий елемент – показати історичний розвиток проблеми або еволюцію підходів до її вирішення, доповнивши це власним критичним аналізом (а не просто простою компіляцією чужих цитат).

– Візуалізація та аналітична база: Навіть у першому (теоретичному) розділі вітається наявність первинних чи вторинних даних, статистичних трендів, таблиць або діаграм із посиланнями на джерела (наприклад, динаміка розвитку галузі, світові тренди арт-менеджменту тощо).

– Фундамент для роботи: Перший розділ не має бути відірваним від практики – він є міцною теоретичною базою, на яку спиратимуться наступні аналітичний та проєктний розділи.

У цьому розділі здобувачу вищої освіти необхідно:

– здійснити огляд фахової вітчизняної та зарубіжної літератури, нормативно-правової бази;

– розкрити сутність базових понять, категорій і термінологічного апарату з менеджменту соціокультурної діяльності;

– охарактеризувати еволюцію або історичний розвиток підходів до вирішення обраної проблеми;

– представити власні результати критичного аналізу раніше пропонованих наукових концепцій чи управлінських підходів;

– візуалізувати сучасний стан проблеми за допомогою аналітичного матеріалу (таблиць, графіків, діаграм, статистичних показників) із обов'язковими посиланнями на джерела.

Наприклад

Розділ 1. Теоретико-методологічні засади управління маркетинговою діяльністю в соціокультурній сфері

1.1. Сутність та особливості маркетингової діяльності в організаціях соціокультурної сфери (розкриває базовий понятійно-категоріальний апарат, сутність маркетингу та специфіку його прояву саме в соціокультурній сфері.).

1.2. Еволюція теоретичних підходів до управління закладами культури в умовах ринкової трансформації (показує історичний розвиток або зміну парадигм управління закладами культури під впливом ринку (що є обов'язковим для теоретичного розділу)).

1.3. Зарубіжний та вітчизняний досвід застосування інструментів менеджменту в соціокультурному секторі (розширює контекст, демонструючи порівняльний аналіз того, як інструменти менеджменту й маркетингу застосовуються на практиці в Україні та за кордоном).

Другий розділ курсової роботи присвячується системному аналізу практики роботи, діагностиці проблем та оцінці сучасного стану об'єкта дослідження:

– Вимога до назви розділу: Заборона на загальні штампи («*Практична частина*» тощо). Другий розділ має назву аналітично-діагностичного спрямування (наприклад: «*Аналіз та оцінка системи управління...*» або «*Діагностика стану маркетингової діяльності...*»).

– Аналіз і виявлення проблем: Студент не просто описує роботу закладу, а проводить самостійний аналіз зібраних даних, виявляє слабкі місця, недоліки та причини їх виникнення.

– Емпірична база (фактологічний матеріал): Розділ містить результати розрахунків, статистику діяльності установи, дані опитувань (анкетування працівників чи відвідувачів), спостережень.

– Візуалізація: Обов'язкове використання таблиць, графіків, діаграм та схем із детальними поясненнями.

– Місток до третього розділу: Аналіз, проведений у другому розділі, слугує надійною базою («діагнозом»), на основі якої в третьому розділі будуть розроблятися рекомендації та проєктні пропозиції.

У цьому розділі здобувачу вищої освіти необхідно:

– охарактеризувати базу дослідження (організаційно-правову форму, структуру управління, основні техніко-економічні чи галузеві показники діяльності);

– здійснити самостійний аналіз зібраного фактичного матеріалу, статистичних даних та внутрішньої звітності установи;

– застосувати сучасні методи управлінського аналізу (наприклад, SWOT-аналіз, PEST-аналіз, порівняльний чи фінансовий аналіз);

– навести результати емпіричних досліджень (анкетування відвідувачів, опитування персоналу, експертні оцінки);

– виявити існуючі проблеми, недоліки у функціонуванні установи та визначити причини їх виникнення;

– візуалізувати результати аналізу за допомогою таблиць, графіків, діаграм та схем із обов’язковими аналітичними поясненнями.

Зміст другого розділу є фундаментальною основою для розробки обґрунтованих пропозицій та рекомендацій у третьому розділі курсової роботи.

Наприклад

Розділ 2. Аналіз та оцінка системи управління маркетинговою діяльністю

2.1. Організаційно-економічна характеристика та аналіз основних результатів діяльності (Назва установи/бази дослідження) (дає повне уявлення про базу дослідження: її статус, структуру, основні результати роботи та місце на ринку соціокультурних послуг).

2.2. Діагностика та оцінка ефективності маркетингової діяльності й комунікаційної політики закладу (звужує фокус безпосередньо на предметі дослідження – оцінює, як саме організовано маркетинг і комунікаційну політику в закладі).

2.3. Виявлення ключових проблем та ризиків у системі управління маркетингом установи (на основі SWOT-аналізу та анкетування споживачів) (узагальнює результати аналізу за допомогою професійних інструментів менеджменту (SWOT-аналіз, опитування споживачів) і формує чіткий «діагноз» проблем, які в подальшому будуть вирішуватися у третьому (проєктному) розділі).

Третій розділ курсової роботи присвячується узагальненню проблем, виявлених під час аналізу діяльності об'єкта дослідження, а також розробці та обґрунтуванню конкретних шляхів, пропозицій, рекомендацій і заходів щодо їх вирішення:

– Суть розділу (Проєктно-рекомендаційна частина): Якщо перший розділ – це «теорія», а другий – «економічний аналіз / діагностика стану», то третій розділ – це «стратегічне планування та організаційний розвиток». У ньому студент пропонує власні управлінські, маркетингові чи фінансово-економічні рішення.

– Зв'язок із попередніми етапами: Рекомендації та заходи не беруться «з повітря» – вони чітко базуються на проблемному полі, виявленому під час аналізу діяльності бази дослідження в другому розділі.

– Конкретність і прикладність: Замість розмитих порад («треба покращити роботу») вимагаються чіткі проєкти, програми, розрахунки або алгоритми впровадження (наприклад, розробка маркетингової стратегії, запуск нового соціокультурного продукту, оптимізація структури тощо).

У цьому розділі здобувачу вищої освіти необхідно:

– систематизувати ключові проблеми та «вузькі місця», виявлені в ході аналітичного етапу (у другому розділі);

– запропонувати комплексні, обґрунтовані та реалістичні заходи щодо усунення виявлених недоліків;

– розробити прикладний проєкт, програму, алгоритм або модель (наприклад, маркетингову стратегію, проєкт нового соціокультурного заходу, план цифровізації послуг тощо);

– надати економічне або ресурсне обґрунтування запропонованих пропозицій (розрахунок орієнтовного кошторису, оцінка очікуваного ефекту від впровадження);

– визначити умови, етапи та суб'єктів, відповідальних за реалізацію розроблених заходів у практичну діяльність установи.

Наприклад

Розділ 3. Шляхи вдосконалення та розробка рекомендацій щодо оптимізації маркетингової діяльності (Назва установи / бази дослідження)

3.1. Стратегічні напрями та пріоритети вдосконалення маркетингової діяльності (Назва установи / бази дослідження) (визначає концептуальну основу: куди саме варто рухатися закладу, які пріоритети обрати на основі виявлених у другому розділі проблем.).

3.2. Розробка комплексу прикладних заходів та маркетингових інструментів для просування соціокультурних послуг закладу (містить безпосередньо «продукт» курсової роботи – конкретні інстру-

менти, акції, програми або управлінські рішення для просування соціокультурних послуг).

3.3. Оцінка очікуваної ефективності та ефекту від впровадження запропонованих рекомендацій (підсумовує проєктну частину, доводячи доцільність запропонованих заходів через розрахунок ефекту (економічного, соціального чи маркетингового)).

Розділи повинні показати вміння автора стисло, логічно й аргументовано викладати матеріал, оформлення якого повинно відповідати вимогам курсової роботи.

Обсяг кожного розділу в середньому повинен складати 10-18 сторінок, обсяг підрозділу – не менше 5-6 сторінок. Необхідно суворо дотримуватися встановлених обсягів.

Заголовки розділів і підрозділів повинні точно відображати зміст тексту, що відноситься до них. Вони не повинні скорочувати або розширювати обсяг змістової інформації, яка в них міститься. Не рекомендується включати в заголовок скорочені слова та абревіатури.

Вся практична інформація взята із соціокультурних установ повинна бути достовірною і підтвердженою відповідними матеріалами (статути, положення, інструкції, статистичні та інформаційні звіти і т.д.).

Обов'язковим елементом роботи є пункт, який передбачає характеристику організації, на матеріалах якої виконана курсова робота.

У ***Висновках*** підбиваються підсумки курсової роботи, узагальнюються її основні теоретичні та практичні положення, аналізується ступінь вирішення поставлених завдань і досягнення зазначеної у вступі мети. Висновки мають бути лаконічними, структурованими та логічно витікати з основного змісту роботи:

– Суть висновків: Це узагальнюючий розділ курсової роботи, де підбиваються підсумки виконання поставлених у вступі *завдань* і демонструється досягнення *мети* дослідження.

– Структурні елементи: Висновки складаються з коротких, але змістовних тез за кожним із розділів роботи (теоретичні підсумки, результати аналізу бази дослідження, запропоновані проєктні рекомендації).

– Науковий стиль і академічний етикет: У тексті категорично уникають займенників першої особи («я вважаю», «на мою думку»). Натомість використовуються безособові форми або академічні звороти («представляється доцільним», «автором доведено», «встановлено»). Також наводяться типові дієслівні кліше для викладу результатів («уточнено», «систематизовано», «розроблено»).

У висновках доцільно відобразити:

– ключові теоретичні висновки за першим розділом щодо сутності й особливостей досліджуваної проблеми в менеджменті соціокультурної діяльності;

– результати аналітичної діагностики та оцінки стану діяльності базової установи (за другим розділом);

– сутність розроблених прикладних заходів, рекомендацій чи проєктних рішень (за третім розділом) із зазначенням їх практичного значення та очікуваного ефекту;

– перспективи подальших досліджень із даної проблематики.

Стилістичні вимоги: Під час викладу власних суджень та результатів категорично не рекомендується вживати займенники та вирази першої особи («я вважаю», «я пропозую» тощо).

Для вираження наукової позиції слід використовувати безособові конструкції та академічні кліше:

– «*уточнено...*», «*надано класифікацію...*», «*систематизовано...*», «*встановлено...*», «*виявлено особливості...*», «*розроблено комплекс заходів...*»;

– або прикметниково-прислівникові звороти: «*думається*», «*представляється доцільним*», «*представляється своєчасним запропонувати*», «*найбільш аргументовано бачиться позиція*». У разі потреби допустимо використовувати колективні форми: «*вважаємо*», «*пропонуємо*».

Приклад написання висновків

У результаті виконання курсової роботи зроблено такі загальні висновки:

– Уточнено теоретико-методологічні засади маркетингової діяльності в соціокультурній сфері, що дозволило визначити специфіку просування послуг сучасних закладів культури.

– На основі комплексного аналізу діяльності (Назва установи) виявлено ключові проблеми в системі її управління, зокрема недостатній рівень використання цифрових інструментів комунікації та відсутність диференційованої цінової політики.

– Запропоновано комплекс прикладних заходів щодо вдосконалення маркетингової стратегії закладу, спрямованих на залучення нових сегментів цільової аудиторії.

– Представляється доцільним висновок про те, що реалізація розроблених рекомендацій дозволить підвищити конкурентоспроможність установи та забезпечити її фінансову стабільність у ринкових умовах…

Обсяг висновків рекомендується в межах 3-5 сторінок.

Список використаних джерел включає перелік джерел, які були використані при підготовці курсової роботи і на які є посилання в основному тексті. Він повинен включати не менше 25 джерел спеціальної літератури. Список показує глибину і ширину досліджуваної теми і документально підтверджує достовірність і точність наведених в тексті запозичень (цитат, фактів, формул і інших документів). При написанні курсової роботи слід орієнтуватися на найбільш свіжі фактичні дані, які не повинні бути старше 5 років.

Додатки не є обов'язковим елементом курсової роботи. Проте, їх наявність є доцільною для розміщення допоміжних, громіздких чи ілюстративних матеріалів, які через свій обсяг або формат не можуть бути включені до основного тексту розділів, але важливі для підтвердження результатів дослідження:

– Статус додатків: Додатки не є обов'язковими (студент може обійтися і без них), але їх наявність вітається, якщо це необхідно для повноти розкриття теми.

– Призначення: Вони слугують для розміщення громіздких таблиць, великих малюнків, діаграм, звітів підприємств, анкет, розрахунків чи текстів документів, які в основному тексті заважали б читанню, але важливі для доказової бази.

– Оформлення (особливість для менеджменту): У додатках зазвичай розміщують первинну документацію або розширені аналітичні дані (наприклад, баланси підприємства соціокультурної сфери, результати анкетування відвідувачів, схеми організаційної структури установи, проєктні кошториси тощо).

У додатках можуть розміщуватися:

– великі за обсягом таблиці статистичних даних, фінансової звітності або результатів діяльності установи соціокультурної сфери;

– анкети, бланки опитування, результати тестування або експертних оцінок;

– схеми організаційних структур управління, технологічні карти або алгоритми проведення заходів;

– проєктні документи: зразки маркетингових матеріалів, проєктні кошториси, медиа-плани, плани-графіки (діаграми Ганта);

– копії положень, статутів, ліцензій або інших текстів документів (або фрагменти з них), що стосуються бази дослідження.

Кожен додаток повинен починатися з нової сторінки і мати позначку у правому верхньому кутку (наприклад, «*Додаток А*», «*Додаток Б*» тощо) та назву, яка відображає його зміст. В основному тексті роботи обов'язково мають робитися посилання на додатки (наприклад, «*...детальні результати анкетування наведено в додатку Б*»).

Приклад оформлення переліку додатків у курсовій роботі

Додаток А. Організаційна структура управління (Назва установи / бази дослідження)

Додаток Б. Анкета для опитування відвідувачів щодо якості соціокультурних послуг

Додаток В. Зведена таблиця результатів соціологічного опитування споживачів

Додаток Г. Орієнтовний кошторис (бюджет) розробленого соціокультурного проєкту

ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ КУРСОВОЇ РОБОТИ

Орієнтовний обсяг курсової роботи – 30-35 сторінок друкованого тексту (виключаючи додатки і список використаних джерел).

Курсову роботу друкують на комп'ютері на одній стороні аркуша білого паперу з використанням шрифтів текстового редактора Word (Times New Roman), розміром 14 пунктів (мінімальна висота шрифту 1,8 мм), полуторним міжрядковим інтервалом. Орієнтація: книжкова. Розмір полів: верхнє, ліве і нижнє – не менше 20 мм, праве – не менше 10 мм. Абзаци в тексті курсової роботи починають відступом, рівним 10 мм. Форматування основного тексту і виносок: параметрі «по ширині». Колір шрифту: чорний. Розмір абзацного відступу (нового рядка) в основному тексті: 1,25 см. По тексту не повинно бути виділення курсивом, напівжирним і підкресленим шрифтом.

Роботу комплектують у такій послідовності: титульна сторінка, «ЗМІСТ», «ВСТУП», «РОЗДІЛ», «ВИСНОВКИ», «СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ», додатки (в разі потреби).

Обов'язковим є наведення посилань у тексті на теоретичні джерела із зазначенням номера джерела і сторінки, звідки було узято матеріал, наприклад [2, с. 31].

– при цитуванні або використанні будь-яких положень, матеріалів (схем, графіків, діаграм, статистичних даних) з інших робіт обов'язково даються посилання на автора і джерело, з якого запозичується матеріал;

– посилання на автора і джерело позначаються у квадратних дужках із зазначенням номера джерела в списку використаних джерел і сторінок через кому, або із зазначенням декількох номерів джерел через кому, наприклад: «Як стверджують фахівці [26, с. 214];

– [153, с. 155-156]. – одне джерело + сторінки;

– [84; 124; 149; 205; 245 та ін.] – багато джерел;

– якщо в роботі наводиться цитата з якогось джерела для підтвердження розглянутих положень, то в її тексті зберігаються всі особливості документа, з якого вона взята (орфографія, пунктуація, розстановка абзаців, шрифтові виділення), і вона всередині тексту роботи береться у лапки.

Текст курсової роботи слід розбивати на абзаци. Це полегшує читання й показує, що автор у своїй курсовій роботі переходить до нової думки, нового судження. Не можна також занадто дробити текст

курсової роботи і відокремлювати одну фразу від іншої, якщо між ними існує тісний зв'язок.

Розділи й підрозділи курсової роботи повинні мати заголовки. Пункти курсової роботи, як правило, не мають заголовків. Заголовки курсової роботи повинні чітко й стисло відбивати зміст розділів, підрозділів курсової роботи. Відстань між заголовком і текстом курсової роботи повинна складати не менше двох рядків. Відстань між рядками заголовка така, як у тексті, а між заголовком і підзаголовком один рядок, між підзаголовком і текстом курсової роботи також один рядок при комп'ютерному наборі.

Кожен **розділ** курсової роботи слід починати **з нової сторінки.**

Переноси частин слів в заголовках курсової роботи не допускаються, слова не розривають і переносять повністю.

Структурні елементи курсової роботи: «ЗМІСТ», «ВСТУП», «ВИСНОВКИ», «СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ» не нумерують, а їх найменування служать заголовками структурних елементів курсової роботи.

Нумерація розділів, підрозділів курсової роботи слід нумерувати **арабськими** цифрами.

Розділи курсової роботи повинні мати порядкову нумерацію в межах логічного викладення, наприклад 1, 2, 3. Номер розділу курсової роботи ставлять після слова «РОЗДІЛ», після номеру розділу крапку не ставлять, потім з нового рядку друкують заголовок розділу.

Підрозділи курсової роботи повинні мати порядкову нумерацію в межах кожного розділу курсової роботи.

Номер підрозділу курсової роботи складається з номера розділу і порядкового номера підрозділу розділених крапкою, наприклад «1.1.», «1.2.».

Нумерація пунктів і підпунктів в курсовій роботі є порядковою в межах відповідних підрозділів чи пунктів курсової роботи, наприклад «2. 3. 5.» – п'ятий пункт третього підрозділу другого розділу курсової роботи.

При написанні курсової роботи слід витримувати структуру й обсяг окремих частин курсової роботи (підрозділи, пункти підрозділів курсової роботи не повинні бути менш ніж 5 сторінок).

Нумерація сторінок курсової роботи. Сторінки курсової роботи слід нумерувати арабськими цифрами, дотримуючи наскрізної нумерації по всій курсовій роботі. Номер сторінки курсової роботи проставляють **у правому верхньому куті** сторінки без крапки наприкінці.

«**Титульна сторінка**» курсової роботи включають до загальної нумерації сторінок курсової роботи. Титульна сторінка **не нумерується**.

Окремі сторінки курсової роботи, на яких розташовані ілюстрації і таблиці, також включають у загальну нумерацію сторінок курсової роботи.

Список використаних джерел оформляють в алфавітному порядку. Іншомовні джерела наводяться після українських.

У тексті курсової роботи ***не дозволяється:***

а) використовувати скорочення слів, окрім встановлених правилами української орфографії та відповідними стандартами;

б) вживати математичні знаки, а також знаки "№" та "%" без цифр;

в) наводити скорочені позначення фізичних величин, якщо вони вживаються без цифр, за винятком їх наведення в таблицях;

г) при використанні скороченої абревіатури – у першому випадку варто подати термін повністю, а потім у дужках подається скорочений варіант.

ВИМОГИ ДО ПЕРЕВІРКИ ТЕКСТУ НА ПЛАГІАТ

Попередній захист курсової роботи студент проходить на кафедрі мистецьких дисциплін у встановлений термін у присутності інших студентів, наукового керівника та комісії (викладачів кафедри мистецьких дисциплін).

До захисту допускаються курсові роботи, теми яких затверджені протоколом кафедри; структура, зміст, якість викладеного матеріалу та його оформлення відповідають вимогам цих методичних рекомендацій; пройшли перевірку на академічний плагіат за допомогою сервісу StrikePlagiarism; оцінені позитивно на попередньому захисті на кафедрі мистецьких дисциплін та мають позитивний відгук наукового керівника.

Перевірка на академічний плагіат здійснюється відповідно до Положення про систему забезпечення академічної доброчесності університету. Система StrikePlagiarism розраховує коефіцієнти подібності (КП1 – пошук запозичених фраз довжиною від 5 слів, КП2 – від 25 слів). Ці показники є індикаторами для аналізу тексту, а не остаточним висновком про рівень унікальності.

Остаточне рішення щодо допустимості запозичень, коректності цитування та відсутності академічного плагіату приймає науковий керівник (експерт) на основі аналізу звіту подібності.

До захисту курсова робота ***не допускається***, якщо:

– робота не відповідає вимогам державних стандартів, означених у методичних рекомендаціях;

– робота написана на тему, яка своєчасно не була затверджена;

– робота виконана не самостійно;

– зміст роботи не розкриває її теми;

– робота недбало оформлена;

– робота не подана у термін, встановлений рішенням кафедри мистецьких дисциплін.

Зброшурований у твердій палітурці рукопис завершеної курсової роботи, ***підписаної студентом та його науковим керівником***, автор залишає на кафедрі. У випадку негативної оцінки роботи кафедрою мистецьких дисциплін студенту надається можливість доопрацювання роботи за умови своєчасного подання її на кафедру.

ПІДГОТОВКА СТУДЕНТА ДО ЗАХИСТУ КУРСОВОЇ РОБОТИ

Основними напрямками підготовки є:

– складання студентом тексту виступу;

– розробка презентації основних положень курсової роботи (схем, таблиць, графіків і т. д.);

– підготовка роздаткового матеріалу.

Студент готує письмовий текст доповіді до захисту курсової роботи. Структурно доповідь формується на основі вступу, змісту та висновків курсової роботи. У ній студент послідовно викладає:

1) тема та актуальність роботи;

2) мета, завдання, об'єкт, предмет, методи, база дослідження та опис структури курсової роботи;

3) статистичні дані;

4) обґрунтування і сутність самостійних висновків, зроблених по темі, що досліджується у курсовій роботі;

5) пропозиції по використанню матеріалів роботи в практичній діяльності.

Студент зобов'язаний виконати курсову роботу відповідно до вимог даних методичних рекомендацій з підготовки та захисту курсової роботи.

Роздруковану в форматі А4, повністю оформлену курсову роботу, вкладену в папку-швидкозшивач, студент повинен подати на кафедру на перевірку. Після перевірки на титульній сторінці науковим керівником ставиться відмітка про допуск до захисту або про рекомендації до доопрацювання при наявності зауважень. Студент забирає роботу і розписується в журналі.

Мотивами прийняття рішення про ***недопуск*** до захисту є:

– грубі порушення правил оформлення роботи;

– академічної недоброчесності;

– порушення строків подання готової роботи (пізніше ніж за 7 днів до дати захисту);

– компілятивний характер роботи, високий відсоток запозичень;

– низька якість курсової роботи, невідповідність темі, цілям, завданням або із затвердженим змістом роботи.

Захист курсової роботи проходить у встановлені терміни. Захист курсової роботи проводиться перед комісією у складі двох-трьох викладачів кафедри за участю наукового керівника курсової роботи. При захисті курсової роботи можуть бути присутніми завідувач кафедрою і інші викладачі. На захисті присутні, як правило, всі студенти групи.

Захист курсової роботи включає коротку доповідь студента (не більше 5 хвилин), відповіді на питання, поставлені керівником курсової роботи, 2-3 уточнюючих питання по предмету роботи. Доповідь студента повинна супроводжуватися презентацією, підготовленої в програмі PowerPoint, Canva в яку виносяться основні положення.

При захисті курсової роботи студент повинен обґрунтувати свої висновки з обраної теми, відповісти на уточнюючі і додаткові питання, що виникли при захисті.

Після захисту роботи оцінка проставляється в залікову книжку студента.

Курсові роботи зберігаються на кафедрі мистецьких дисциплін впродовж одного року, а потім списуються в установленому порядку.

Критерії оцінювання курсової роботи

Захист курсової роботи оцінюється за національною чотирибальною шкалою («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно»):

«Відмінно» виставляється, якщо здобувач вищої освіти демонструє глибокі, вичерпні та системні знання, вільно володіє теоретичним і практичним матеріалом в галузі менеджменту соціокультурної діяльності. Робота містить самостійні висновки, якісний аналіз фактичного матеріалу на основі сучасних управлінських підходів. Положення та пропозиції обґрунтовані логічно стрункo й аргументовано, забезпечено суворе дотримання всіх вимог до оформлення та академічної доброчесності.

«Добре» виставляється за умови впевненого володіння теоретичним матеріалом, вміння пов'язувати знання теорії з практичною діяльністю підприємств і організацій соціокультурної сфери. Матеріал викладено чітко і послідовно, вимоги до роботи дотримані, проте допускаються окремі несуттєві помилки чи неточності з окремих питань.

«Задовільно» виставляється за роботи, в яких правильно і загалом повно висвітлені основні питання теми, проте не повною мірою проявилося вміння їх логічного викладу та самостійного аналізу джерел і статистичних даних. Робота може містити окремі помилкові положення або поверхневі висновки.

«Незадовільно» виставляється за наявності грубих помилок як у розкритті управлінської сутності теми, так і в оформленні роботи; у разі нерозуміння суті досліджуваної проблеми, повної нездатності пов'язати теорію з практикою або відповісти на запитання під час захисту. **Обов'язковою підставою для виставлення оцінки «незадовільно»** є використання чужих опублікованих матеріалів або текстів без посилання на їх авторів (наявність академічного плагіату).

Захищені курсові роботи студентам не повертаються і передаються в архів.

ОРІЄНТОВНА ТЕМАТИКА КУРСОВИХ РОБІТ

Теми згруповані за блоками: управління та стратегічний розвиток → керівник і персонал → організаційна культура та комунікації → фандрейзинг і партнерство → проєктний, арт- та event-менеджмент → регіональний розвиток і культурна спадщина → сучасні соціокультурні виклики України. Це робить перелік більш логічним для ОПП «Менеджмент соціокультурної діяльності».

1. Управління соціокультурною діяльністю територіальної громади: сучасні підходи та регіональні практики України.
2. Трансформація системи управління соціокультурною сферою в умовах реформи місцевого самоврядування.
3. Організація управління закладами культури в територіальних громадах України: проблеми та перспективи.
4. Соціальна відповідальність менеджера соціокультурної діяльності в умовах воєнного стану.
5. Управління розвитком культурного простору Чернігівської області в умовах воєнного стану.
6. Соціокультурна діяльність закладів культури Чернігівщини: проблеми адаптації та розвитку.
7. Стратегії відновлення культурної інфраструктури громад України після військових руйнувань.
8. Менеджмент культурно-мистецьких проєктів у прикордонних регіонах України.
9. Регіональні культурні програми як інструмент розвитку соціокультурного середовища громади.
10. Розробка та реалізація культурних програм розвитку територіальної громади.
11. Стратегічний аналіз діяльності закладу культури: маркетингові та управлінські інструменти.
12. Планування діяльності закладу культури в умовах обмежених ресурсів.
13. Бізнес-планування в діяльності закладів культури та креативних індустрій.
14. Управління інноваціями в діяльності сучасних закладів культури.
15. Цифровізація соціокультурної діяльності закладів культури України: виклики та перспективи.
16. Професійна компетентність керівника закладу культури як чинник ефективного управління.

17. Лідерство та авторитет керівника у сфері соціокультурної діяльності: сучасні управлінські практики.

18. Самоменеджмент керівника соціокультурної організації в умовах цифровізації управління.

19. Тайм-менеджмент керівника закладу культури в сучасних умовах управління.

20. Ділова комунікація та етикет у діяльності менеджера соціокультурної сфери.

21. Управління людськими ресурсами в закладах соціокультурної сфери: сучасні технології добору персоналу.

22. Кадровий менеджмент у соціокультурній сфері: проблеми та перспективи розвитку.

23. Професійний розвиток персоналу закладів культури як чинник підвищення якості соціокультурних послуг.

24. Мотивація персоналу закладів культури в умовах кадрових викликів.

25. Формування ефективної команди в соціокультурній організації.

26. Формування організаційної культури закладу культури в умовах суспільних трансформацій.

27. Організаційна культура як чинник конкурентоспроможності закладу культури.

28. Формування позитивного іміджу закладу культури засобами цифрових комунікацій.

29. Цифрові комунікації та соціальні мережі в управлінні закладами культури регіону.

30. Фандрейзинг у діяльності соціокультурних установ України: сучасний досвід та перспективи розвитку.

31. Фандрейзингова діяльність соціокультурного центру: стратегія залучення ресурсів та партнерів.

32. Грантова діяльність закладів культури як інструмент розвитку територіальної громади.

33. Спонсорство і меценатство як джерело підтримки соціокультурних проєктів в Україні.

34. Участь благодійних фондів, громадських організацій та бізнесу у розвитку культури регіону.

35. Партнерство закладів культури, громадських організацій та бізнесу в реалізації соціокультурних проєктів.

36. Управління волонтерськими та благодійними ініціативами у соціокультурній сфері України.

37. Арт-менеджмент у розвитку культурних індустрій регіону.

38. Продюсерський менеджмент у сфері культури та мистецтва України.

39. Event-менеджмент у реалізації культурно-мистецьких проєктів територіальної громади.

40. Менеджмент виставкової діяльності як інструмент популяризації культурної спадщини регіону.

41. Креативні індустрії як чинник соціокультурного розвитку регіону.

42. Розвиток культурного туризму як складова соціокультурного менеджменту регіону.

43. Роль центрів культури і дозвілля територіальних громад Чернігівської області у збереженні культурної спадщини.

44. Збереження та популяризація нематеріальної культурної спадщини регіону засобами сучасного менеджменту.

45. Інклюзивні практики в діяльності закладів культури територіальних громад України.

46. Соціокультурна інтеграція внутрішньо переміщених осіб засобами культурних проєктів громад.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА ДЛЯ НАПИСАННЯ КУРСОВОЇ РОБОТИ

Основна

1. Великочий В. С., Шикеринець В. В. Менеджмент соціокультурної діяльності (самостійна робота студентів) Івано-Франківськ, 2018. 284 с.

2. Виноградова О. В., Євтушенко Н. О., Кононенко Є. Є. Стратегічне планування на підприємстві: маркетинговий аспект. Економіка, менеджмент, бізнес. Київ : Блиц-Информ, 2019. № 4. С. 29-37.

3. Головач Н. М. Менеджмент культури в контексті сучасних соціокультурних перетворень. Культура і сучасність: альманах. Київ: Міленіум, 2017. №2. С. 10-15.

4. Головач Н. М. Трансформація культурної соціалізації сучасної молоді. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв: наук. журнал*. Київ: Міленіум, 2017. № 3. С. 43–47.

5. Грушина А. І. Аналіз розвитку системи стратегічного управління фінансовими ресурсами організацій сфери культури. Бізнес Інформ. 2017. № 1. С. 302–307.

6. Джек Траут, Ел Райс. Маркетингові війни. Переклад: В'ячеслав Стельмах. Київ: Фабула, 2019. 240 с.

7. Ігнатьєва І. А. Стратегічний менеджмент : підручник. Київ : Каравела, 2019. 464 с.

8. Копієвська О. Р., Шевченко Н. О. Соціокультурний менеджмент: історія, теорія та сучасні практики Київ, 2019. 328 с.

9. Кочубей Н. В. Соціокультурна діяльність: навчальний посібник. Суми: Університетська книга, Стереотипне видання. 2024. 122 с.

10. Кремадес Алехандро. Мистецтво фандрейзингу. Київ, 2019. 208 с.

11. Менеджмент соціокультурної діяльності. Колективна монографія / Львівський національний університет імені Івана Франка ; упоряд. О. В. Козаренко, наук. ред. В. П. Пасічник. Львів, 2018. 208 с.

12. Міська комплексна програма «Культура і мистецтво м. Чернігова» URL: https://chernigiv-rada.gov.ua/miski-programy/id-1579/ (дата звернення: 17.07.2020).

13. Назарова Г. В., Сотникова Ю. В. Креативна економіка та менеджмент: навч. посіб. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2018. 159 с.

14. Положення про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на 2021-2027 роки : Постанова Каб. Міністрів України від

5 серпня 2020 р. № 695. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/695-2020-п#Text (дата звернення: 17.07.2020).

15. Проєкт Закону України «Про меценатство». URL: http://tur. kosiv. info/regulations/528-закон-україни-«про-меценатство»-проект.html (дата звернення: 17.07.2020)

16. Проскуріна М. О. Організаційно-економічний механізм культурної індустрії України: Монографія. Київ: Національна академія управління, 2018. 222 с.

17. Свінцицька О. М., Ткачук В. О. Креативна економіка та креативні індустрії: навч. посібн. Житомир : Державний університет «Житомирська політехніка», 2020. 218 с.

18. Солдатенко О. І. Основи менеджменту в галузі культури і мистецтва. Тексти лекцій для студентів спеціальності 025 Музичне мистецтво, / Укл. : Солдатенко О. І. Чернігів: Національний університет «Чернігівський колегіум» імені Т.Г. Шевченка, 2023. 112 с.

19. Солдатенко О. І. Підготовка менеджерів соціокультурної діяльності до організації дозвілля учнів старших класів. *Вісник ЧНПУ імені Т.Г. Шевченка*. 2017. Вип. 149. С. 224-227.

20. Солдатенко О. І. Підготовка менеджерів соціокультурної діяльності до організації дозвілля учнів старших класів. *Вісник ЧНПУ імені Т.Г. Шевченка*. 2017. Вип. 149. С. 224-227.

21. Терентьєва Н. А., Скорик Т. В., Дорошенко Т. В. Підготовка майбутніх фахівців напряму «Менеджмент соціокультурної діяльності»: виклики сучасності. *Вісник Черкаського університету*. 2017. № 17-18. С. 86-94.

22. Щербина-Яковлева О. Ю. Менеджмент соціокультурної діяльності як напрям наукового та технологічного знання. Частина 1. Дидактика, логіка, методологія. Суми, 2018. 207 с.

Додаткова

1. Солдатенко О. І. Важливість дисципліни «Менеджмент мистецького туризму» при підготовці майбутніх менеджерів соціокультурної діяльності у ЗВО. *Особистість та освіта в умовах сучасних соціокультурних викликів: ціннісно-світоглядні та науково-методичні аспекти: збірник матеріалів ІІ всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю*, 28 лютого 2025 р., м. Дніпро, КЗВО «ДАНО» ДОР» / Наук. ред. О. Є. Висоцька. Техн. ред. Н. В. Дев'ятко. Дніпро: КЗВО «ДАНО» ДОР», 2025. С. 157-160.

2. Солдатенко О. І. Особливості менеджменту мистецького туризму. *Психолого-педагогічні, правові та соціально-культурні проблеми сучасного суспільства: Матеріали VII Міжнар. наук.-практ. конф*. (Кременчук, 16-17 листопада 2023 р.): Кременчук, 2023. С. 34-35. DOI: https://doi.org/10.32782/FPHiSN.2023.1.34-35

3. Солдатенко О. І., Барсук П. В. Розвиток арт-менеджменту у сфері концертної діяльності Чернігівщини: виклики та можливості. *Професійна мистецька освіта : науково-методичні аспекти: матеріали V Всеукраїнської науково-практичної конференції.* 26-27.02.2025. Київ: Міленіум, 2025. С. 436-441.

4. Солдатенко О. І., Сахно С. В. Шляхи покращення ефективності event-менеджменту в Україні. Концепти соціокультурної трансформації сучасного суспільства. *Матеріали VI Міжнародної конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених «Концепти соціокультурної трансформації сучасного суспільства»* (Одеса, 22-23 травня 2025 р.) С. 152-154.

5. Солдатенко О. І., Смаглюк К. Р. Інноваційні підходи до менеджменту художніх виставок. Концепти соціокультурної трансформації сучасного суспільства. *Матеріали VI Міжнародної конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених «Концепти соціокультурної трансформації сучасного суспільства»* (Одеса, 22-23 травня 2025 р.). С. 154-156.

6. Солдатенко О. І., Войтешенко Є. О. Технології організації фандрейзингових процесів у соціокультурних закладах. *Матеріали VIII Міжнародної наукової конференції здобувачів вищої освіти і молодих вчених «Методологія та технологія сучасного філософського пізнання».* (Одеса, 21-22 травня 2026 року) С. 101-104.

7. Солдатенко О. І., Макіша І. С. Благодійна діяльність у соціокультурній сфері як чинник сталого розвитку культурних інституцій. *Матеріали VIII Міжнародної наукової конференції здобувачів вищої освіти і молодих вчених «Методологія та технологія сучасного філософського пізнання».* (Одеса, 21-22 травня 2026 року). С. 124-127.

8. Солдатенко О. І., Макіша І. С. Мотиваційні механізми у менеджменті соціокультурної діяльності: поєднання соціальних і матеріальних стимулів. *НАУКА, ОСВІТА, СУСПІЛЬСТВО ОЧИМА МОЛОДИХ: Мате-*

ріали XIX Міжнародної науково–практичної конференції здобувачів вищої освіти і молодих науковців. Рівне: РВВ РДГУ. 2026. С. 346.

9. Солдатенко О. І., Цілина Д. О. Контроль у системі менеджменту соціокультурних організацій: функції, види та ефективність застосування. *Наука, освіта, суспільство очима молодих: Матеріали XIX Міжнародної науково–практичної конференції здобувачів вищої освіти і молодих науковців.* Рівне: РВВ РДГУ. 2026. С. 333

10. Солдатенко О. І. Використання місцевого музичного туризму при підготовці студентів спеціальності «Музичне мистецтво» та «Менеджмент соціокультурної діяльності». *Сучасні педагогіка та психологія: перспективні та пріоритетні напрями наукових досліджень:* Матеріали міжнар. наук.-прак. конф. (м. Київ, Україна, 10–11 липня 2020 року). Київ, 2020. Ч. ІІ. С. 31–35.

11. Солдатенко О. І., Кульбако А. В. Менеджмент музичної індустрії на прикладі вуличних музикантів. Освіта та соціалізація особистості. *XIII Інтернет-конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених* (Одеса, 24-25 квітня 2025 р.). С. 29-33.

12. Soldatenko O. I. Use of lectures-excursions in the training of culture and art specialists in universities. *International Congress "Research – Innovation – Innovative Entrepreneurship"*, 2nd edition, May 17-18, 2024, [Chişinău] / scientific committee: Eduard Coropceanu (chairperson) [et al.]. – Chişinău : [S. n.], 2024 (CEP UPSC). p. 118-124. DOI: 10.46727/c.17-18-05-2024.p118-124

Додаток 1

ПРИКЛАДИ ОФОРМЛЕННЯ БІБЛІОГРАФІЧНОГО ОПИСУ У СПИСКУ ДЖЕРЕЛ

http://akademperiodyka.org.ua/sites/default/files/manual_Radchenko_2017.pdf

ВД «Академперіодика» НАН України розробив на основі цього стандарту нові вимоги оформлення переліків посилань, якими ми радимо користуватись у науковій літературі. Формуючи ці вимоги і приклади до них, ми використовували переважно варіант для укладання первинних позатекстових посилань у повній формі.

Ознаймитись із рекомендаціями ВД «Академперіодика» можна за посиланням: http://akademperiodyka.org.ua (Приклади оформлення використаних джерел). Там же наведено приклади:

КНИГИ

Однотомні видання

Один автор

Федорова Л. Д. З історії пам'яткоохоронної та музейної справи у Наддніпрянській Україні. 1870-ті – 1910-ті рр. Київ, 2013. 373 с.

Два і більше авторів

Zhovinsky E.Ya., Kryuchenko N.O., Paparyha P.S. Geochemistry of Environmental Objects of the Carpathian Biosphere Reserve. Kyiv, 2013. 100 p.

Людський розвиток в Україні: трансформація рівня життя та регіональні диспропорції: у 2-х т.: кол. моногр. Київ, 2012. 436 с.

Без автора

Збірники

Софія Київська: Візантія. Русь. Україна. Вип. ІІ. Київ, 2012. 464 с.

Матеріали конференцій, з'їздів, тези доповідей

Анциперова І. І. Історико-правовий аспект акту про бюджет. *Дослідження проблем права в Україні очима молодих вчених* : тези доп. всеукр. наук.-практ. конф. (м. Запоріжжя, 24 квіт. 2014 р.). Запоріжжя, 2014. С. 134–137.

Зінчук Т. О. Економічні наслідки впливу продовольчих органічних відходів на природні ресурси світу. *Органічне виробництво і продовольча безпека: зб. матеріалів доп. учасн. ІІ Міжнар. наук.-практ. конф.* Житомир : Полісся, 2014. С. 103–108.

Багатотомні видання

Енциклопедія історії України: у 10 т. Київ: Наук. думка, 2013. Т. 10. 784 с.

ІНШІ ВИДАННЯ

Каталоги

Національна академія наук України. Анотований каталог книжкових видань. 2015. Київ: Академперіодика, 2016. 466 с.

Препринти

Панасюк М. І., Скорбун А. Д., Сплошной Б. М. Про точність визначення активності твердих радіоактивних відходів гамма-методами. Чорнобиль: Ін-т пробл. безпеки АЕС НАН України, 2006. 7, [1] с. (Препринт. НАН України, Ін-т пробл. безпеки АЕС; 06-1).

Авторські свідоцтва

Пат. 43976 Україна, МПК6G01L 7/02. Оптоелектронний пристрій для вимірювання тиску / П. Г. Столярчук, Р. І. Байцар, В. С. Рак, М. П. Гінгін. – № 2000105737; заявл. 10.10.2000; опубл. 15.01.2002, Бюл. № 1. 2 с.

або:

Оптоелектронний пристрій для вимірювання тиску : пат. 43976 Україна : МПК6G01L 7/02 / П. Г. Столярчук, Р. І. Байцар, В. С. Рак, М. П. Гінгін. № 2000105737; заявл. 10.10.2000; опубл. 15.01.2002, Бюл. № 1. 2 с.

Патенти

Люмінісцентний матеріал: пат. 25742 Україна: МПК6 C09K11/00, C01T1/28, G21H3/00. № 200701472 ; заявл. 12.02.07 ; опубл. 27.08.07, Бюл. № 13. 4 с.

Автореферати дисертацій

Старовойт С. В. Видавнича діяльність Національної академії наук України у 1918–1933 рр.: автореф. дис. ... канд. іст. наук. Київ, 2003. 20 с.

Дисертації

Воскобойнікова-Гузєва О.В. Бібліотечно-інформаційна сфера України в контексті соціальних трансформацій кінця ХХ ст. – 10-х років ХХІ ст.: концепції стратегічного розвитку, динаміка змін, перспективи: дис. ... д-ра наук із соц. комунік.: 27.00.03 / Нац. б-ка України ім. В.І. Вернадського. Київ, 2014.

Стандарти

ДСТУ 3017-95. Видання. Основні види. Терміни та визначення. Київ, 1995. 47 с.

Рецензія

Касьянов Г. Глобальна еволюція людства: культурно-цивілізаційний вимір. Вісн. Кн. палати. 2001. № 12. С. 14–15. Рец. на кн.: Шейко В. Культура. Цивілізація. Глобалізація (кінець XIX – поча-ток XX ст.): монографія : у 2 т. Харків, 2001. Т. 1. 520 с. ; т. 2. 400 с.

ЧАСТИНА ВИДАННЯ

Стаття із журналу, збірника, розділ книги

Яцків Я. С., Радченко А. І. Про ефективність видання наукових журналів в Україні. *Вісн. НАН України*. 2012. № 6. С. 62–67.

Вакаренко О. Г. 20 років поступу: цифри і факти. Періодичні та книжкові видання Видавничого дому «Академперіодика» НАН України: 1996–2015. Київ: Академперіодика, 2016. С. 3–11.

ЕЛЕКТРОННІ РЕСУРСИ ВІДДАЛЕНОГО ДОСТУПУ

Опис ресурсу загалом

Наукові публікації і видавнича діяльність НАН України. Київ, 2007. URL: http://www.nas.gov.ua/publications (дата звернення: 19.03.2014).

Опис частини електронного ресурсу
у позатекстовому переліку бібліографічних посилань

Garfield E. More on the ethics of scientific publication: abuses of authorship attribution and citation amnesia undermine the reward system of science. Essays of an information scientist. URL: http://www.garfield.library.upenn.edu/essays/v5p621y1981-82.pdf (Last accessed: 16.04.2013).

Опис частини електронного ресурсу у підрядковому бібліографічному посиланні (посторінкових примітках) за умови, що в тексті наведено бібліографічні відомості, які дозволяють документ ідентифікувати (його назву і прізвища авторів, рік випуску) (п. 5.3.6):

*URL: http://www.garfield.library.upenn.edu/essays/v5p621y 1981-82.pdf (Last accessed: 16.04.2013).

Роботу виконано у межах НДР ВД «Академперіодика» НАН України за темою «Науково-видавнича діяльність НАН України та її роль у підвищенні ефективності наукових досліджень».

Додаток 2

ЗРАЗОК ТИТУЛЬНОЇ СТОРІНКИ

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«Чернігівський колегіум» імені Т. Г. Шевченка

Факультет дошкільної, початкової освіти і мистецтв

Кафедра мистецьких дисциплін

КУРСОВА РОБОТА
з «Менеджменту соціокультурної діяльності»
на тему: «Цифрові комунікації та соціальні мережі в управлінні закладами культури регіону»

Студента III курсу 38 групи
заочної форми навчання
галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право»
спеціальності D3 «Менеджмент»
ОПП «Менеджмент соціокультурної діяльності»
Іванова Івана Івановича

Керівник: к.п.н., доц., доцент кафедри мистецьких дисциплін Національного університету «Чернігівський колегіум» імені Т.Г. Шевченка
Солдатенко Олександр Ігорович

Національна шкала _____
Кількість балів: ____
Оцінка: ECTS_____

Члени комісії: _____ _____ (підпис) (прізвище та ініціали)
Члени комісії: _____ _____ (підпис) (прізвище та ініціали)
Члени комісії: _____ _____ (підпис) (прізвище та ініціали)

Чернігів – 2026

Додаток 3

ЗРАЗОК ЗМІСТУ КУРСОВОЇ РОБОТИ

Цифрові комунікації та соціальні мережі в управлінні закладами культури регіону

ЗМІСТ

ВСТУП .....

РОЗДІЛ 1. Теоретико-методологічні засади управління цифровими комунікаціями в соціокультурній сфері.....
1.1. Сутність та специфіка цифрових комунікацій у системі менеджменту закладів культури.....
1.2. Роль соціальних мереж у формуванні комунікаційної стратегії сучасних організацій культури.....
1.3. Вітчизняний та зарубіжний досвід застосування digital-інструментів в управлінні соціокультурною діяльністю .....

РОЗДІЛ 2. Аналіз та оцінка ефективності використання соціальних мереж у діяльності закладів культури регіону (на прикладі...) .....
2.1. Організаційно-економічна характеристика бази дослідження (на прикладі закладу культури / мережі закладів регіону).....
2.2. Діагностика стану використання цифрових каналів і соціальних мереж у практиці управління закладом .....
2.3. Оцінка залученості цільової аудиторії та ефективності SMM-просування соціокультурних послуг.....

РОЗДІЛ 3. Шляхи вдосконалення та розробка рекомендацій щодо оптимізації цифрових комунікацій закладу культури.....
3.1. Стратегічні пріоритети та напрями цифровізації комунікаційних процесів установи.....
3.2. Розробка комплексу прикладних заходів і контент-стратегії для соціальних мереж закладу культури.....
3.3. Оцінка очікуваної ефективності (економічної, комунікативної та соціальної) від впровадження запропонованих digital-рішень .....

ВИСНОВКИ .....

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....

ДОДАТКИ .....

Навчально-методичне видання

Укладач:
СОЛДАТЕНКО Олександр Ігорович

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ

до виконання та захисту курсових робіт з навчальної дисципліни

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

для студентів спеціальності D3 «Менеджмент»
Галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право»
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ
Менеджмент соціокультурної діяльності

Технічний редактор ***О. Клімова***
Комп'ютерна верстка
та макетування ***О. Клімова***

Свідоцтво про державну реєстрацію
друкованого засобу масової інформації
серія КВ № 23743-13583 ПР від 06.02.2019 р.

Підписано до друку 02.11.2026 р. Формат 60 х 84 1/16.
Ум. друк. арк. 2,79. Обл.-вид. арк. 2,1. Зам. № 022.
Редакційно-видавничий відділ НУЧК імені Т. Г. Шевченка,
14013, м. Чернігів, вул. Гетьмана Полуботка, 53,
nuchk.tipograf@gmail.com