Міністерство освіти і науки України
Державний заклад «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»

“ЗАТВЕРДЖУЮ”
Голова приймальної комісії
Андрій КРАСНОЖОН
“01” квітня 2025 року

ПРОГРАМА ФАХОВОГО ІСПИТУ

«МЕНЕДЖМЕНТ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ»

ОС бакалавр
на основі НРК6, НРК7 – ОС бакалавр, магістр, ОКР спеціаліст
з нормативним терміном навчання 2 р. 10 м.

Освітня програма: Менеджмент соціокультурної діяльності
Спеціальність: D3 Менедмжент

Одеса-2025

Пояснювальна записка

Трансформаційні та євроінтеграційні процеси, інтенсивний характер розвитку сучасних технологічних процесів передбачають інноваційний підхід до професійної підготовки майбутніх фахівців, основним критерієм якої виступає рівень компетентності випускників, логістичне поєднання теоретичних знань здобувачів з умінням застосовувати їх на практиці. Орієнтиром для сучасного українського та світового суспільства повинен бути випускник, адаптований до роботи в динамічному світі розвитку науки, техніки, технологій, зв'язків і відносин, здатний знаходити рішення в будь-яких ситуаціях, зумовлених професійною діяльністю.

Програма фахового випробування покликана перевірити рівень фахової компетентності майбутнього фахівця з менеджменту соціокультурної діяльності, що відповідає його освітньо-професійній програмі. Вона сприяє виявленню готовності до продовження навчання на здобуття ОС бакалавр.

Програма фахового випробування для вступників спеціальності D3 Менеджмент на освітній ступінь «бакалавр» розроблено відповідно до Стандарту вищої освіти України першого (бакалаврського) рівня спеціальності D3 – «Менеджмент», «Правил прийому на навчання для здобуття вищої освіти в Державному закладі «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К.Д. Ушинського» та Правил прийому до Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського» у 2025 році.

Вступний екзамен складається з екзаменаційних питань з дисципліни «Менеджмент соціокультурної діяльності».

Основною метою вступного екзамену є перевірка знань та вмінь вступників.

Вступник повинен **знати:**

- ключові поняття сучасного менеджменту соціокультурної діяльності;
- форми і методи менеджменту закладів культури та мистецтва;
- технології прийняття рішень у менеджменті соціокультурної діяльності.

Вступник повинен **вміти:**

- орієнтуватися в екзаменаційних питаннях та користуватися методами наукового аналізу;
- застосовувати теоретичні знання та практичні уміння під час відповіді;
- пояснювати ключові ідеї менеджменту соціокультурної діяльності.

Вступний іспит проводиться в усній формі.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ
знань і вмінь вступників

Рівень		Бали	Характеристика усних відповідей
Не склав		0-99	Вступник виявляє поверхові знання навчальної програми; не вміє виділити теоретичний і фактичний матеріал; непослідовно і невпевнено відповідає на запитання; допускає грубі порушення норми літературної мови
Склав	Початковий	100	Вступник виявляє знання навчальної програми на початковому рівні; має поверхневі уявлення про психічні явища; з допомогою екзаменатора дає відповіді на питання.
		101-109	Вступник відтворює незначну частину навчального матеріалу, має нечіткі уявлення про психічні явища; з допомогою екзаменатора дає відповіді на питання.
		110-119	Вступник частково розкриває питання при допомозі викладача. Володіє матеріалом на репродуктивному рівні, демонструє початкові вміння; допускає помилки в мовленнєвому оформленні.
	Середній	120-129	Вступник виявляє знання і розуміння основних положень з навчальної дисципліни, але допускає значні помилки у викладі матеріалу, які свідчать про недостатньо глибоке засвоєння теоретичних понять.
		130-139	Вступник відтворює основний навчальний матеріал, проте демонструє початкові вміння; допускає помилки в мовленнєвому оформленні.
		140-149	Вступник виявляє знання і розуміння основних психологічних понять, володіє матеріалом на репродуктивному рівні, демонструє початкові вміння.
	Достатній	150-159	Вступник у цілому правильно відтворює навчальний матеріал і має достатні психологічні знання для вирішення нескладних психолого-педагогічних завдань. Має чіткі уявлення про психічні та суспільні явища; достатньо володіє науковою термінологією.
		160-169	Вступник виявляє достатні знання і розуміння основних положень з навчальної дисципліни, але допускає деякі помилки, які сам виправляє;

			у відповіді є поодинокі недоліки в послідовності викладу матеріалу і незначні порушення норм літературної мови. Вступник уміє зіставляти та узагальнювати засвоєний матеріал.
		170-179	Вступник виявляє достатні знання і розуміння основних положень з навчальної дисципліни, але допускає деякі помилки, які сам виправляє. Вступник уміє зіставляти та узагальнювати засвоєний матеріал, робить власні висновки, виявляє частково еврістичний інтерес.
	Високий	180-189	Вступник ґрунтовно і повно викладає навчальнонауковий матеріал, володіє методами дослідження, уміє виділити теоретичне і фактичне в матеріалі; виявляє повне розуміння матеріалу, обізнаний з теоретичними підходами і концепціями, логічно і послідовно обґрунтовує свої думки
		190-199	Вступник ґрунтовно та повно викладає навчально-науковий матеріал, володіє методами дослідження, уміє виділити теоретичне і фактичне в матеріалі; виявляє повне розуміння матеріалу, обізнаний з з теоретичними підходами і концепціями, логічно і послідовно обґрунтовує свої думки; глибоко розкриває суть питання, застосовує теоретичні знання для аналізу психологічних явищ, наводить приклади психологічних досліджень.
		200	Вступник ґрунтовно, повно та послідовно викладає навчально-науковий матеріал, володіє методами дослідження, уміє виділити теоретичне і фактичне в матеріалі; виявляє повне розуміння матеріалу, обізнаний з теоретичними підходами і концепціями, логічно і послідовно обґрунтовує свої думки; глибоко розкриває суть питання, застосовує теоретичні знання для аналізу психологічних явищ, наводить приклади психологічних досліджень та з власного соціальнопедагогічного досвіду.

СТРУКТУРА ОЦІНКИ

Питання екзаменаційного білету оцінюється за шкалою від 0 до 200 балів. Загальна оцінка за вступне випробування визначається як середнє арифметичне оцінок за кожне питання поділене на кількість питань екзаменаційного білету.

ЗМІСТ ПРОГРАМИ

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

РОЗДІЛ І. ВСТУП ДО МЕНЕДЖМЕНТУ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЯК НАУКИ

Тема 1. Вступ до сучасного менеджменту соціокультурної діяльності.

Специфіка менеджменту соціокультурної діяльності. Поняття «управління» та «менеджмент». Значення та завдання менеджменту. Еволюція науки менеджмент – напрямки та школи. Основні категорії менеджменту. Менеджери та підприємці. Діяльність менеджера. Рівні управління, групи менеджерів. Еволюція науки менеджмент – напрямки та школи. Історичні аспекти виникнення та розвитку менеджменту.

Зародження ознак менеджменту: школа Ф. Тейлора та його послідовників. Шкала людських стосунків. Підходи до проблеми управління Д. Мак–Грегора (теорії “Х” та “У”). Стилі керівництва в менеджменті: авторитарний, колегіальний, ліберальний, демократичний, груповий. Сучасні теорії менеджменту. Цілі та задачі менеджменту соціокультурної діяльності в умовах ринкової економіки. Принципи менеджменту. Особливості менеджмент соціокультурної діяльності у різних країнах. Розвиток та застосування методів менеджменту в Україні. Особливості продукту соціокультурної діяльності та феномен свідомості щодо його сприйняття. Соціальна значимість послуг соціокультурної сфери.

Тема 2. Механізми менеджменту в соціокультурній сфері.

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

Тема 3. Організація. Управління організацією як системою.

Функції управління. Поняття організації, формальні та неформальні, прості та складні організації. Організація як система, керуюча та керована. Цілі менеджменту соціокультурної діяльності, їх класифікація.

Планування як функція менеджменту соціокультурної діяльності. Поняття планування, його види та їхній взаємозв'язок. Поняття стратегічного планування. Планування реалізації стратегії на засадах застосування адміністративних та економічних важелів. Бізнес–планування, використання його в соціокультурній діяльності.

Організація як функція менеджменту соціокультурної діяльності. Поняття організації з точки зору динаміки. Побудова організації, організаційне планування. Класифікація організаційних структур управління та лінійні, функціональні, лінійно–штабні, лінійно–функціональні, бюрократичні, адаптивні. Принципи побудови різноманітних структур управління.

Мотивація як функція менеджменту. Поняття мотивації, вклад українських вчених у розвиток теорії мотивації. Класифікація мотиваційних теорій. Теорія потреб Туган–Барановського. Теорія А. Маслоу. Ієрархія потреб. Основні принципи менеджменту соціокультурної діяльності, стратегії, методи та форми винагород. Управління персоналом. Мотивації праці в соціокультурній діяльності. Контроль як функція менеджменту. Поняття, зміст та види контролю. Процес контролю. Забезпечення ефективності контролю.

Тема 4. Організаційно–правові форми підприємництва.

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

РОЗДІЛ ІІ. ТЕХНОЛОГІЇ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕННЯ ТА КОМУНІКАЦІЇ У МЕНЕДЖМЕНТІ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Тема 4. Організаційно–правові форми підприємництва.

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

Тема 5. Технологія прийняття рішення в менеджменті соціокультурної діяльності.

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

Тема 6. Управління конфліктами в соціокультурній сфері.

Поняття та причини конфліктів. Передісторія конфлікту. Характеристика конфлікту. Структура конфлікту. Динаміка конфлікту. Природа конфлікту та управління конфліктною ситуацією в організації. Види конфліктів. Умови та причини виникнення конфліктів. Методи розв'язання конфліктів. Варіації завершення конфліктів.

Тема 7. Комунікації у менеджменті соціокультурної діяльності.

Поняття комунікації. Процес комунікації. Види та їх суть у соціокультурній сфері. Вдосконалення комунікацій в організації.

Міжкультурна комунікація. Соціалізація та інкультурація. Поняття та основні теорії міжкультурної комунікації. Структура міжкультурної комунікації. Культурний шок.

Вербальна комунікація у менеджменті соціокультурної діяльності. Невербальна комунікація. Паравербальна комунікація. Міжособистісна атракція в менеджменті соціокультурної діяльності. Атрибуція в менеджменті соціокультурної діяльності.

РОЗДІЛ ІІІ. ОРГАНІЗАЦІЯ ТА УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОМ У СОЦІОКУЛЬТУРНІЙ СФЕРІ

Тема 8. Основи маркетингу. Концепції та задачі маркетингу. Суть маркетингу, предмет і методи дослідження в теорії маркетингу. Підприємництво та ринок. Значення та особливості діяльності організацій, підприємств соціокультурної сфери в умовах ринкової економіки. Поняття маркетинг та його зміст. Потреба, запит, товар, обмін, ринок. Їх зміст у соціокультурній сфері.

Соціальні основи маркетингу. Управління маркетингом. Особливості маркетингу соціокультурної сфери. Напрямки маркетингу: маркетинг товару, організації, окремих спортсменів. Послуга як товар. Характеристика специфічних властивостей соціокультурних послуг. Стан попиту та послуги. Задача маркетингу. Ринок. Види ринку соціокультурної сфери.

Тема 9. Організація та управління маркетингом.

Основні елементи процесу управління маркетингом. Функції маркетингу як системи взаємопов'язаних дій по досягненню цілей в процесі організації надання послуг, дослідження та прогнозування ринку, вивчення внутрішнього та зовнішнього середовища, розробці стратегії та тактики поведінки на ринку з допомогою маркетингових програм. Організація та планування виконання окремих конкретних функцій маркетингової діяльності. Принципи маркетингу та їх діяльність.

Система реалізації послуг соціокультурної сфери. Формування попиту та стимулювання збуту послуг соціокультурної сфери. Комплексне дослідження та аналіз ринкових умов. Методи вивчення потреби в послугах та товарах соціокультурної сфери. Вивчення та характеристика споживачів. Вивчення потреб споживачів та покупців. Робота із споживачем. Управління асортиментом послуг.

Тема 10. Маркетингові дослідження ринку.

Управління маркетинговими дослідженнями та оцінкою ринкових можливостей підприємства. Суть, мета основні завдання маркетингових досліджень. Структура і процес маркетингових досліджень.

Дослідження поведінки споживачів. Дослідження ринків. Аналіз ринкових можливостей і вибір цільових ринків підприємства. Сегментація ринку. Вибір найбільш вигідних варіантів маркетингових зусиль підприємства з погляду його цілей і ресурсів (наявний капітал, виробничі потужності, система пропонування збуту, комунікації тощо).

Тема 11. Інформаційне забезпечення соціокультурної діяльності.

Управління комплексом маркетингових комунікацій. Сутність маркетингової політики комунікацій. Комунікативні стратегії. Розробка і реалізація комплексу маркетингових комунікацій. Рекламне планування.

Прямий маркетинг. Заходи на стимулювання збуту у соціокультурній діяльності. Планування заходів по стимулюванню збуту. Організація роботи з громадськістю. Відмінності організації комунікацій щодо діяльності організацій культури та культурно–мистецькими заходами.

Тема 12. Спонсорство та реклама в маркетинговій діяльності.

Суть та значення спонсорства та меценатства. Спонсорство в сфері культури. Соціальне спонсорство. Види та рівні спонсорства. Взаємовигідність суб'єктів спонсорства. Рекламування продукції, марки спонсора, як засіб стимулювання спонсорування. Необхідність спонсорства в даний час економічного реформування. Як знайти спонсора і як з ним працювати. Спонсорські угоди.

Сутність реклами у соціокультурній діяльності. Типи, види та форми рекламування. Роздрібна, індустріальна та інституційна реклама. Мета

реклами. Принципи, яких необхідно дотримуватись при організації реклами послуг у соціокультурній діяльності. Реклама, зв'язок з громадськістю, стимулювання збуту (попиту) як способу просування продукту спортивної організації на ринок. Реклама в пресі, радіо та телереклама. Завдання які вирішує реклама. Основні рекомендації щодо ведення рекламної кампанії. Негативні аспекти реклами. Правова відповідальність за достовірність реклами. Ефективність управління організаціями соціокультурної сфери. Критерії та показники ефективності.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Кочубей Н. В. Соціокультурна діяльність: навч. посіб. Суми: Університетська книга, 2023. 122 с.
2. Культурологія: навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів I-IV рівнів акредитації / Борінштейн Є.Р. та ін.; за заг. ред. В.М. Пічі. 2-ге вид. Львів: «Новий Світ – 2000», 2005. 240 с
3. Менеджмент інвестиційної діяльності: Підручник / М. Бутко та ін. Київ: ЦУЛ, 2021. 480 с.
4. Менеджмент соціокультурної діяльності (самостійна робота студентів): Навчально- методичний посібник / за науковою ред. В.С. Великочий, В.В. Шикеринець Івано-Франківськ: ФОП Кушнір Г.М, 2018. 406 с.
5. Музиченко Г.В., Борінштейн Є.Р. Філософія фандрайзингу: соціокультурне бачення. Перспективи. Соціально-політичний журнал. Стаття. Категорія «Б». Одеса, 2024. № 2. С. 160-168.
6. Соціокультурний менеджмент: історія, теорія та сучасні практики. Хрестоматія: навч.-методичне видання / за ред. О. Р. Копієвська, Н.О.Шевченко. Київ: НАКККІМ, 2019. 328 с.
7. Теорія соціального управління. Тексти лекцій для студентів спеціальності 028 Менеджмент соціокультурної діяльності, / Укл.: Солдатенко О. І. Чернігів: Національний університет «Чернігівський колегіум» імені Т.Г.Шевченка, 2020. 104 с.
8. Щербина-Яковлева О. Ю. Менеджмент соціокультурної діяльності як напрям наукового та технологічного знання : підручник : у 2 ч. Частина 1. Дидактика, логіка, методологія / О. Ю. ЩербинаЯковлева, М. О. Клочко, А. М. Щербина ; за заг. ред. О. Ю. Щербини-Яковлевої. Суми: Сумський державний університет, 2019. 249 с.
9. Borinshtein, Y., Stovpets, O., Kukshinova, O., Kisse, A., Balashenko I, Kulichenko V. Educational marketing as a basis for the development of modern Ukranian society and the state. Стаття. Web of Science. Amazonia Investiga, 11 (54), 2022. P.146-157.