

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**Державний заклад «Південноукраїнський національний**  
**педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»**



**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Голова приймальної комісії

**Андрій КРАСНОЖОН**

квітня 2024 року

**ПРОГРАМА**  
**ФАХОВОГО ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ**  
**ДЛЯ ВСТУПУ НА НАВЧАННЯ ЗА ОСВІТНІМ РІВНЕМ «БАКАЛАВР»**  
(на основі НРК6 та НРК7)

Спеціальність: 028 Менеджмент соціокультурної діяльності  
ОПП «Менеджмент соціокультурної діяльності»

## Пояснювальна записка

Підготовка абітурієнтів у Державному закладі «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського» (Університеті Ушинського) здійснюється згідно з Законами України: «Про вищу освіту», «Про закордонних українців», «Про біженців та осіб, які потребують додаткового або тимчасового захисту»; постановою Кабінету Міністрів України від 12 вересня 2018 р. №729 «Питання здобуття вищої освіти деякими категоріями осіб»; Правилами прийому до Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського» у 2024 році.

Абітурієнти зараховуються до Університету Ушинського на конкурсній основі за результатами вступних випробувань у формі тестування.

Програма вступного іспиту для отримання ступеня вищої освіти бакалавра за спеціальністю 028 Менеджмент соціокультурної діяльності ОПП «Менеджмент соціокультурної діяльності» включає питання з дисципліни «Менеджмент соціокультурної діяльності».

До участі у вступному випробуванні допускаються особи, які завершили навчання та отримали ступень вищої освіти.

Мета вступного іспиту – відбір абітурієнтів для навчання та здобуття освітнього ступеня бакалавра за спеціальністю 028 Менеджмент соціокультурної діяльності.

Вступний екзамен є формою перевірки професійної готовності майбутніх бакалаврів до виконання своїх професійних функцій і вирішення комплексу соціально-політичних завдань у сфері політичної науки.

Вступний фаховий іспит проводиться у формі письмового випробування та містить 2 варіанти по 30 тестових завдань за такими розділами:

- вступ до менеджменту соціокультурної діяльності як науки;
- технології прийняття рішення та комунікації у менеджменті соціокультурної діяльності;
- організація та управління маркетингом у соціокультурній сфері.

\*Абітурієнти, які отримали диплом про вищу освіту і бажають вступити до бакалавратури за спеціальністю 028 Менеджмент соціокультурної діяльності та знаходяться за кордоном або на територіях, де неможливо забезпечити виконання стандартів освіти України та/або стабільний освітній процес (Донецька, Луганська, Запорізька, Миколаївська, Харківська, Херсонська), мають підтвердити цю інформацію. Для цього необхідно надати документи, що засвідчують статус при складанні фахового випробування в онлайн форматі членам приймальної комісії.

**ПРОГРАМА ФАХОВОГО ВИПРОБУВАННЯ З**

# МЕНЕДЖМЕНТУ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

## РОЗДІЛ I. 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”). Стили керівництва в менеджменті: авторитарний, колегіальний, ліберальний, демократичний, груповий. Сучасні теорії менеджменту. Цілі та задачі менеджменту соціокультурної діяльності в умовах ринкової економіки. Принципи менеджменту. Особливості менеджменту 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 II. 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 III. 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.

## **Зразок тестових завдань**

1. Дайте визначення поняття «соціокультурна діяльність»:
  - а) діяльність, що формує ставлення до пізнання, науки, книги, вчення;
  - б) діяльність, спрямована на створення умов, які допомогли б кожній людині
  - в) діяльність, що розкриває індивідуальні обдарування особистості.
  
2. Термін «управління» означає:
  - а) послідовність дій менеджера;
  - б) усвідомлену, цілеспрямовану діяльність людини, за допомогою якої вона впорядковує і підпорядковує елементи зовнішнього середовища суспільства, живої і неживої природи, техніки;
  - в) систему наукових знань, що становлять теоретичну базу практики управління;

г) використання об'єктивних законів економічного розвитку.

3. Цілі управління класифікуються за такими ознаками:

- а) економічному, соціальному, галузевому;
- б) за змістом, рівнями управління, часу, масштабу;
- в) щодо рівнів управління;
- г) все перераховане.

4. Назвіть функції соціокультурної діяльності:

- а) добровільність, ініціативність, активність;
- б) розвиваюча, творча, рекреаційна ;
- в) вільний вибір занять, пов'язаний з саморозвитком.

5. Підприємець – це людина, яка:

- а) приймає рішення і прагне в що б його виконати, покладаючись на класичні методи управління;
- б) приймає рішення і прагне досягти мети, проявляючи гнучкість, ризикуючи, відмовляючись від нежиттєздатних ідей;
- в) шукає нові можливості в бізнесі, але не бажає ризикувати власним капіталом;
- г) віддає перевагу децентралізації в управлінні, не використовує неформальні зв'язки.

6. Поняття «культурна політика» - це ...

- а) навколишні людини матеріальні, соціальні, і духовні умови його формування;
- б) діяльність держави, цілі якої засновані на соціально-культурній суспільній злагоді;
- в) взаємодія особистості і культури.

7. Функції менеджменту – це:

- а) те ж, що і процес управління;
- б) відносно відособлені напрямки управлінської діяльності, з допомогою яких здійснюється управлінський вплив для досягнення цілей організації;
- в) процес створення структури підприємства;
- г) немає правильної відповіді.

8. Метод управління – це:

- а) сукупність прийомів і способів впливу на керований досвід для досягнення поставлених організацією цілей;
- б) суттєві, повторювані, об'єктивні взаємозв'язки явищ і процесів у господарській діяльності;
- в) сукупність елементів, що знаходяться у відносинах і зв'язках один з одним, яка утворює певну цілісність;
- г) область трудової діяльності.

9. Соціокультурна адаптація – це ...

- а) управління процесом розвитку і формування особистості через створення для цього сприятливих умов;
- б) процес систематичного і цілеспрямованого впливу на духовний і фізичний розвиток особистості;
- в) процес пристосування людського організму до змінених умов життєдіяльності.

10. До театральних-концертних організацій відносяться:

- а) театри, філармонії, творчі колективи;
- б) бібліотеки, спортивні зали, музеї ;
- в) виставкові зали, будинки творчості, галереї.



**Критерії оцінювання  
фахового вступного випробування з політології  
для отримання ступеня вищої освіти бакалавра**

Фахове вступне випробування – тестування оцінюється за наступними критеріями (див. табл. 1.). Сумарна кількість балів складає рейтинг. Найвищий рейтинг – 200 балів. Мінімальний прохідний бал – 100.

**Таблиця 1**

**Відповідність результатів фахового вступного випробування з  
політології значенням 200-бальної шкали  
Бали (30 тестів)**

Тестовий бал	Бал за шкалою 100 - 200	Тестовий бал	Бал за шкалою 100 - 200
0-3	не складено	17	146
4	100	18	150
5	103	19	154
6	106	20	158
7	109	21	162
8	111	22	168
9	114	23	172
10	118	24	176
11	122	25	180
12	126	26	184
13	130	27	188
14	134	28	192
15	138	29	196
16	142	30	200

## ЛІТЕРАТУРА

### до програми фахового вступного випробування для отримання ступеня вищої освіти бакалавра за спеціальністю 051 Політологія

#### Базова

1. Кочубей Н. В. Соціокультурна діяльність: навч. посіб. Суми: Університетська книга, 2023. 122 с.
2. Менеджмент інвестиційної діяльності: Підручник / М. Бутко та ін. Київ: ЦУЛ, 2021. 480 с.
3. 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.
4. 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.
5. 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. Ключко, А. М. Щербина ; за заг. ред. О. Ю. Щербини-Яковлевої. Суми: Сумський державний університет, 2019. 249 с.

#### Допоміжна

1. Борінштейн Є.Р. Масова, немасова і елітарна культура в освітньому полі сучасного суспільства. Матеріали ІХ Інтернет-конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених «Освіта та соціалізація особистості» 23-24 квітня 2021 р. Одеса: Університет Ушинського, 2021. С. 3-6.
2. Борінштейн Є.Р. Розвиток людства: від біологічного стану до соціокультурного (точка зору соціального філософа). Матеріали ІІІ Міжнародної наукової конференції студентів, молодих вчених та науковців «Концепти соціокультурної трансформації сучасного суспільства» 21-22 травня 2021 р. Одеса: Університет Ушинського, 2021. С. 4-7.
3. Борінштейн Є.Р. Соціологічна специфіка соціокультурної толерантності. «Перспективи». Соціально-політичний журнал. Одеса, 2016. № 1(67). С. 14-20.
4. Ільганаєва В. Соціальні комунікації: словник-довідник. Київ: Видавництво Ліра-К, 2022. 328 с.
5. Культурно-дозвіллева діяльність у сучасному світі: колект. монографія / Петрова І. В., Солоха Д. В., Ткач М. М., Олійник О. О. ; М-во освіти і науки України, М-во культури України, Київ. нац. ун-т культури і мистецтв. Київ : Ліра-К, 2017. 328 с.
6. Культурологія: навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів І-ІV рівнів акредитації / Борінштейн Є.Р. та ін.; за заг. ред. В.М. Пічі. Львів: Магнолія плюс», 2003. 238 с.

7. 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.
8. Лещук Г. В. Особливості соціокультурної діяльності як фактора соціально-виховного впливу на особистість // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: «Педагогіка. Соціальна робота». Випуск 1 (44), 2019. С. 98–101.
9. Петрова І.В. Дозвілля в зарубіжних країнах : підруч. Київ: Кондор, 2005. 408 с.
10. Соціокультурний менеджмент: історія, теорія та сучасні практики. Хрестоматія: навч.-методичне видання / за ред. О. Р. Копієвська, Н.О.Шевченко. Київ: НАКККІМ, 2019. 328 с.
11. Холод О.М. Соціальні комунікації: тенденції розвитку: нав. Посіб. Київ: Видавництво «Білий Тигр», 2018. 370 с.
12. Щербина А. Соціокультурна регуляція у технологіях масової комунікації. Академвидав, 2013. 200 с.
13. Borinshtein Y. The foundation of humanization and humanitarization of higher education in Ukraine: socio-philosophical aspect. «Перспективи». Соціально-політичний журнал. Одеса, 2015. № 2(64). С. 19-25.
14. Rayburn D. Streaming and Digital Media. New York: Routledge, 2007. 264 p.
15. Whyte A. Evolution and social intelligence. Soc. Intell. 1991. V.1. N3. Pp. 191-212.

### **Інформаційні ресурси**

1. Бібліотека Університету Ушинського. URL: <https://library.pdpu.edu.ua>.
2. Електронний архів (репозитарій) Університету Ушинського. URL: <http://dspace.pdpu.edu.ua>.
3. Міністерство освіти і науки України: сайт. URL: <https://mon.gov.ua/ua>
4. Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського. URL: <http://www.nbuv.gov.ua>.
5. Національний репозитарій академічних текстів. URL: <http://nrat.ukrintei.ua>.
6. Одеська національна наукова бібліотека. URL: <http://odnb.odessa.ua>
7. Офіційний портал Верховної ради України. URL: <https://www.rada.gov.ua>