**ЗРАЗОК ТЕСТОВИХ ЗАВДАНЬ**

**Менеджмент установ, підприємств культури – це:**

1) аналіз діяльності працівників установ культури

2) виконання завдань працівниками установ культури

3) управління працівниками установ культури

4) оцінка діяльності працівників установ культури

**Що таке менеджмент в сфері культури з функціональних позицій:**

1) процес планування, організації, мотивації

2) процес планування, організації, контролю та регулювання

3) процес планування, організації, мотивації та контролю, які необхідні для досягнення певної цілі в сфері культури

4) процес контролю та організації

**Можна виділити такі основні елементи управлінської діяльності в сфері культури:**

1) група людей, загальна мета або цілі, аналіз, вибір альтернатив

2) суб’єкт, об’єкт, процеси (дії), предмет, засоби, кінцевий продукт в сфері культури

3) структури, методи, системи, плани, стратегії

4) потреба; її задоволення; коригування; контролювання

**Завдання менеджменту установ, підприємств культури:**

1) відображають просторову взаємодію керуючих і керованих ланок установи, підприємства

2) забезпечують виконання у часовому вимірі стадій та етапів процесу управління

3) елементарний спеціалізований вид робіт, який визначає технологічно однорідну частину виробничого процесу, виконуваного на одному робочому місці одним працівником або групою

4) наперед визначений, запланований для виконання обсяг робіт, який повинен виконуватись за визначеним порядком у заданому часовому інтервалі, спрямований на конкретний об’єкт управління, установи культури

**Функції менеджменту установ, підприємств культури:**

1. попереджуюча, дозвільна, керуюча, керована
2. планування, організування, мотиваційна, контрольна
3. посередницька, економічна, соціальна, суспільна
4. просування, підтримка, контроль, керування

**Відмінність між поняттями «менеджмент» та «управління» полягає у такому:**

1. управління - це складова менеджменту
2. менеджмент – це складова управління
3. поняття «управління» зовсім не відповідає поняттю «менеджмент»
4. поняття «менеджмент» та «управління» є тотожними

**Об’єктом вивчення менеджменту установ, підприємств культури є:**

1. керуюча та керована системи установи
2. процес управління діяльністю підприємств, установ, організацій
3. теоретичні засади управлінської діяльності
4. проектування систем менеджменту

**Суб’єктом вивчення менеджменту установ, підприємств культури є:**

1. працівники керуючої та керованої систем установи
2. процес управління діяльністю підприємств
3. теоретичні засади управлінської діяльності
4. проектування систем менеджменту

**У чому полягає основна ціль менеджменту установ, підприємств культури:**

1. у забезпеченні прибуткової діяльності підприємства, установи, організації
2. у подоланні ризиків на ринку
3. у здійсненні виробництва товарів
4. у визначенні ефективних шляхів реалізації продукції

**Основне завдання менеджменту установ, підприємств культури - це:**

1. спрямування працівників до спільних дій постановкою єдиних завдань для досягнення цілей установи, підприємства
2. формулювання мети та цілей установи
3. уміння ефективно управляти, удосконалюючи структуру установи
4. удосконалення управлінського механізму

**Предмет менеджменту як науки управління включає:**

1. процес виробництва і обміну продукції
2. дослідження законів і закономірностей життєдіяльності підприємств, установ, організацій, а також відносин між працюючими в процесі виробництва продукції, послуг
3. організаційні, управлінські та міжособові відносини між працівниками в процесі виробництва
4. процес контролю за діяльністю персоналу

**Планування та ухвалення рішень в менеджменті установ, підприємств культури включає в себе:**

1. план діяльності установи, остаточний план і пропозиції щодо його вдосконалення, кількість працівників необхідних для виконання плану, баланс витрат на реалізацію плану
2. визначення цілей установи, вибір стратегій, розробка планів та ухвалення рішень щодо їх реалізації
3. план, проект, баланс розходів і матеріалів
4. лідерство, організацію і мотивацію

**Лідерство і мотивація – це**

1. економічний показник, який характеризується великою кількістю особистісних важелів впливу на установу, підприємство
2. сукупність процесів спонукання і мотивування людей для ефективної їх діяльності
3. автократичний тип управління персоналом, який передбачає централізацію влади та забезпечення лише фізіологічних потреб персоналу
4. вміння добиватись передових місць у процесі своєї діяльності в установі та досягнення найвищих результатів

**Контролювання – це:**

1. автократичний тип управління персоналом, який передбачає централізацію влади в одних руках
2. завершальна стадія менеджменту, де результати роботи порівнюють із поставленими цілями
3. довготривалий процес збору і обробки інформації для доцільного використання ресурсів установи
4. те, чим займаються власники бізнесу в повсякденній діяльності для забезпечення власних потреб визнання

**Менеджер установ, підприємств культури – це:**

1. власник підприємства
2. член установи (у більшості випадків – найманий працівник), що виконує усі управлінські функції
3. уповноважений державний посадовець, що відповідає за контроль за виробництвом та розподіляє роботу у колективах установ
4. людина, яка займається оплатою праці персоналу

**Рівні менеджменту установ, підприємств культури – це:**

1. показники оцінки діяльності установи, підприємства для держави
2. спосіб поділу менеджерів на категорії в установі, підприємстві за ієрархією управління
3. показники оцінки діяльності установи, підприємства для власника даної установи
4. показники оцінки діяльності установи, підприємства для навколишніх користувачів

**Є такі рівні менеджерів установ, підприємств культури:**

1. високого, середнього та низького рівнів управління
2. вищого, середнього та нижчого рівнів управління
3. державного, обласного та районного рівнів управління
4. первинного та вторинного рівнів управління

**Кадровий менеджмент установ, підприємств культури: – це:**

це система планування, організації, мотивації і контролю персоналу, необхідна для формування та досягнення цілей підприємства, установи

початкова функція процесу менеджменту

процес ухвалення та реалізації управлінських рішень, який охоплює чотири головні функції (планування та ухвалення рішень, організування, лідерство й мотивація, контролювання)

головне завдання менеджменту

**Ухвалення рішень – це:**

* 1. частина процесу планування, що передбачає вибір напряму дій із різних варіантів
	2. процедура відслідковування, порівняння і виправлення допущених відхилень
	3. сукупність процесів спонукання і мотивування, які використовують, щоб переконати людей ефективно працювати разом для досягнення інтересів установи
	4. раціональний спосіб управління прибутковими та неприбутковими організаціями, установами орієнтований на кінцеві результати

**Планування – це:**

* 1. заключна функція процесу менеджменту
	2. початкова функція процесу менеджменту
	3. процес ухвалення та реалізації управлінських рішень, який охоплює чотири головні функції(планування та ухвалення рішень, організування, лідерство й мотивація, контролювання)
	4. головне завдання менеджменту

**Чому рівні управління за Парсонсом представлені у вигляді піраміди:**

1. для характеристики чисельності апарату управління на різних рівнях
2. для визначення рівня управління
3. для полегшення призначення управлінців на посади
4. для відображення ролей менеджерів

**У результаті вертикального поділу праці утворюються:**

1. ієрархія рівнів управління
2. виробничі підрозділи
3. управлінські служби
4. неформальні групи

**Сферами менеджменту в установах, підприємствах культури: є:**

1. персонал різних категорій
2. цілі
3. функціональні підрозділи
4. рівні управління

**Менеджер відрізняється від підприємця тим, що він:**

1. найманий керівник
2. ризикує власним капіталом
3. переважно працює у внутрішньому середовищі
4. переважно працює з зовнішнім середовищем

**Менеджер – це:**

1. засновник організації
2. об’єкт управління
3. професійний керівник
4. робітник

**До якого рівня управління можна віднести Голову Ради директорів дистрибуційної компанії, яка спеціалізується на мистецтві:**

1. нижчий рівень
2. середній рівень
3. вищий рівень
4. до будь-якого рівня

**Серед професійно-ділових якостей менеджера установ, підприємств культури виділяють:**

1. висока кваліфікація, вміння володіти стратегічним і тактичним менеджментом, здатність генерувати корисні ідеї, здатність ухвалювати нестандартні рішення, підприємливість, авторитетність, здатність до антикризового управління тощо
2. психологічна компетентність, ділова культура, лідерські здібності, толерантність, оптимізм, вміння керувати конфліктами, риторичні здібності, почуття гумору тощо
3. оперативність, гнучкість стилю керівництва, вміння стимулювати та викликати ініціативу, наполегливість, послідовність, внутрішній контроль, вміння формувати команду, здатність делегувати повноваження, вміло організовувати час тощо
4. патріотизм, національна свідомість, інтелігентність, людяність, порядність, почуття обов’язку, громадянська позиція, чесність, доброзичливість тощо.

**Маркетинг, фінанси, виробництво, людські ресурси, постачання тощо є:**

1) рівнями менеджменту установ культури

2) функціями менеджменту установ культури

3) видами менеджменту установ культури

4) сферами менеджменту установ культури

**Три групи обов’язків менеджера установ, підприємств культури – це:**

1) планування, організування і контролювання

2) контроль за стосунками серед персоналу, розподіл інформації, ухвалення рішень

3) міжособові, інформаційні обов’язки та обов’язки, пов’язані з ухваленням рішень

4) стратегічні, тактичні та операційні

**Результативність в управлінні сферою культури – це:**

1) виконання управлінських функцій із мінімальними витратами на їх здійснення

2) ухвалення правильних рішень і їх успішна реалізація

3) розсудливе й економне використання ресурсів

4) прибуток організації чи підприємства

**Якості, що необхідні успішному менеджеру установ, підприємств культури:**

1) уважність, чуйність, охайність

2) старанність, дисциплінованість, творчість

3) технічні, комунікативні, концептуальне мислення

4) соціальні, техногенні, спостережливість

**До менеджерів установ культури вищого рівня належать усі особи в поданому рядку:**

1) адміністратор культури, начальник закладу, декан факультету

2) менеджер відділу продтоварів супермаркету, майстер цеху, завідувач кафедрою

3) директор будинку культури, генеральний директор обласної бібліотеки, директор центру народної творчості

4) немає правильної відповіді

**До менеджерів установ культури середнього рівня належать усі особи в поданому рядку:**

1) заступник директора будинку культури, заступник директора обласної бібліотеки, заступник директора центру народної творчості

2) менеджер відділу продтоварів супермаркету, майстер цеху, завідувач кафедрою

3) директор супермаркету, директор підприємства, ректор вузу

4) немає правильної відповіді

**До менеджерів установ культури нижчого рівня належать усі особи в поданому рядку:**

1) начальник цеху, декан факультету

2) завідувач відділу обласної бібліотеки, завідувач відділу з основних видів діяльності будинку культури

3) директор супермаркету, директор підприємства, ректор вузу

4) немає правильної відповіді

**Адміністративні менеджери установ, підприємств культури – це:**

1) загальні менеджери, що не пов’язані з якимись конкретними спеціальностями, а базово обізнані з усіма функційними сферами менеджменту

2) менеджери, пов’язані з керуванням виробничими системами, що виготовляють товари та послуги

3) менеджери, що координують та наглядають за діяльністю безпосередніх виконавців

4) немає правильної відповіді

**Головний керівник – це:**

1) людина, яка є відповідальна за мотивацію та активізацію роботи, кадрове забезпечення та навчання персоналу

2) символічний голова, який виконує постійні шаблонні обов’язки правового чи соціального характеру

3) людина, яка передає інформацію, яка надходить ззовні або від підлеглих, членам установи

4) немає правильної відповіді

**Представник установ, підприємств культури відповідає за:**

1) передавання інформації про плани установи, її політику, дії, результати тощо за її межі

2) передавання інформації, яка надходить ззовні або від підлеглих, членам установи

3) розподіл ресурсів установи всіх видів

4) немає правильної відповіді

**Комунікативні навики визначають:**

1) спроможність менеджера ефективно повідомляти ідеї та інформацію іншим, а також сприймати ідеї та інформацію від інших

2) здатність спілкуватися, розуміти та мотивувати роботу окремих людей та груп, керувати ними і викликати їх ентузіазм і довіру

3) знання і майстерність у конкретній спеціалізованій сфері: інженерній, комп’ютерній, виробничій, маркетинговій, фінансовій та ін.

4) немає правильної відповіді

**Які ролі виконує учасник переговорів:**

1. відповідає за прийняття заходів у випадку, коли установа зіштовхнулася з непередбачуваними проблемами
2. вивчає установу і середовище, в якому вона діє; бере участь у пошуку потенційних можливостей; ініціює проекти з «вдосконалення» для впровадження змін; керує розробкою конкретних проектів
3. відповідає за розподіл ресурсів установи всіх видів
4. представляє установу на всіх значних та важливих переговорах

**Хто відповідальний за мотивацію та активізацію роботи підлеглих, кадрове забезпечення та навчання персоналу:**

1. ліквідатор порушень
2. лідер
3. зв’язкова ланка
4. підприємець

**Хто забезпечує функціонування мережі зовнішніх контактів і джерел інформації:**

1. ліквідатор порушень
2. лідер
3. зв’язкова ланка
4. підприємець

**Як називають професійних керівників у країнах з високорозвиненою ринковою економікою (Західна Європа, США, Японія та ін.):**

1) керівниками

2) босами

3) менеджерами

4) шефами

**Якими основними морально-психологічними якостями повинен володіти менеджер установ, підприємств культури:**

1) чесність, правдивість, справедливість, скромність, об’єктивність, принциповість, розсудлива воля і мужність, комунікабельність, інтелігентність тощо

2) чесність і правдивість

3) справедливість, мужність та інтелігентність

4) розсудлива воля і мужність

**Якими основними діловими якостями повинен володіти менеджер установ, підприємств культури:**

1) компетентність (високий рівень професійних знань, практичний досвід), а також організаторські здібності

2) високий рівень професійних знань

3) високі організаторські здібності

4) ділові та особисті якості

**Що варто розуміти під компетентністю менеджера установ, підприємств культури:**

1) знання економіки

2) досконале знання своєї справи, складних зв’язків явищ та процесів, можливих засобів та методів досягнення мети

3) знання маркетингу

4) знання психології працівників

**Що варто розуміти під вольовими якостями, якими повинен володіти менеджер установ, підприємств культури:**

1) цілеспрямованість та самостійність

2) рішучість та ініціативність

3) цілеспрямованість, наполегливість, витримка, рішучість, ініціативність, самостійність, сміливість

4) наполегливість та витримка

**На які умовні три групи можна поділити вимоги до менеджера установ, підприємств культури як професійного керівника:**

1) ділові та морально-психологічні

2) ділові, вольові та морально-психологічні

3) морально-психологічні та організаторські

4) організаторські та ділові

**Управлінські навики, які потрібні для виконання або розуміння специфічних (технічних) видів роботи в установі, підприємстві культури, – це:**

1) навики концептуального мислення

2) технічні навики

3) навики управління персоналом

4) навики переорганізації роботи підприємства, установи, організації

**Управлінський персонал поділяють на керівників, спеціалістів, службовців (технічних виконавців):**

1. залежно від функціональної ролі в процесі управління
2. залежно від посади, яку вони займають
3. залежно від особистої ролі в управлінні підприємством, установою, організацією
4. немає правильної відповіді

**Створення ефективної системи і механізму управління установою, підприємств культури передбачає:**

1. правильне визначення цілей і пріоритетів у роботі
2. формування згуртованого колективу
3. вмілу організацію роботи персоналу, створення спонукальних мотивів
4. постійне вдосконалення способів, методів і прийомів виконання управлінських рішень в закладах культури

**Лідер – це:**

1) символічний голова, який виконує постійні шаблонні обов’язки правового чи соціального характеру

2) відповідальний за мотивацію та активізацію роботи підлеглих, кадрове забезпечення та навчання персоналу, надихає і стимулює

3) особа, що розшукує та отримує різну спеціальну інформацію, необхідну для усесторонньої оцінки справ компанії і середовища, зберігає зібрану інформацію про компанію

4) особа, що передає інформацію про плани установи, її політику, дії, результати і т.д. за її межі; діє як експерт галузі, до якої належить установа

**Хто вперше опублікував наукову працю з менеджменту:**

1) П. Друкер

2) А. Файоль

3) Ф. Тейлор

4) Е. Мейо

**Класична теорія менеджменту має два головні напрями:**

1. науковий і операційний менеджмент
2. адміністративний менеджмент і самоменеджмент
3. науковий і адміністративний менеджмент
4. правильна відповідь відсутня

**На що направлена концепція адміністративного управління у сфері культури:**

1. удосконалення організаційної структури
2. на розробку проблем і принципів управління установами, сферою культури
3. удосконалення структури управління
4. централізацію управління

**До принципів «раціональної бюрократії» М. Вебера відносять:**

1. найм на роботу на основі більшого досвіду
2. найм на роботу відповідно до кваліфікаційних вимог
3. ставка на індивідуальну працю
4. матеріальна винагорода працівників

**Як слід розуміти ситуацію у менеджменті установ, підприємств культури:**

1) конкретний набір обставин, які впливають на установу культури у даний час

2) набір певних обставин

3) набір проблем у даний час

4) обставини, які не дозволяють ефективно здійснювати певний вид діяльності

**Який підхід пов’язаний із розумінням ситуації як конкретного набору обставин, які впливають на заклади культури протягом певного періоду часу:**

1. ситуаційний
2. процесний
3. комплексний
4. системний

**Системний підхід до управління ґрунтується на уявленні про установу, підприємство культури як:**

1. закриту систему, зорієнтовану на довготривале існування завдяки бездоганній роботі кожного з її елементів
2. відкриту систему, що є сукупністю взаємопов’язаних елементів, зорієнтованих на досягнення цілей закладу культури в умовах мінливого зовнішнього середовища
3. систему взаємопов’язаних елементів, кожен із яких виконує одну, притаманну лише йому функцію, що забезпечує існування організації в довготривалій перспективі
4. закриту систему, зорієнтовану на короткострокове існування завдяки бездоганній роботі кожного з її елементів

**На що орієнтується управління за цілями в процесі керівництва установами, підприємствами культури:**

1. досягнення цілей і завдань, що мають об’єктивну потребу вирішення
2. досягнення сукупностей цілей та завдань, що стоять перед установою, підприємством культури
3. визначення повноважень і обов’язків усіх керівників підприємства, установи
4. складання реальних планів досягнення визначених цілей

**Методи управління поділяються на:**

1) фізіологічні, технічні, соціальні, гігієнічні

2) управлінські, об’єктивні, суб’єктивні, загальні

3) економічні, організаційно-розпорядчі, екологічні

4) економічні, технологічні, соціально-психологічні, адміністративні

**На чому базуються принципи менеджменту установ, підприємств культури:**

1) на законах, які діють в Україні

2) на законах розвитку суспільства і закономірностях управління

3) на положеннях про підрозділи установи

4) на підзаконних нормативних актах

**Що передбачають принципи оптимального поєднання централізації і децентралізації в управлінні установами, підприємствами як системами:**

1) раціональне використання єдиноначальності і колегіальності в управлінні системами для досягнення певних цілей

2) вироблення колегіального вирішення певних проблем

3) застосування різноманітних правил в управлінні

4) оптимальне використання єдиноначальності в управлінні

**У чому полягає сутність принципу поєднання галузевого і територіального управління:**

1) управління діяльністю установ, підприємств має здійснюватися з урахуванням їх територіального розміщення

2) управління діяльністю установ, підприємств має здійснюватися з урахуванням тільки їх галузевої належності

3) управління діяльністю установ, підприємств має здійснюватися з урахуванням як галузевої належності, так і територіального розміщення

4) управління діяльністю установ, підприємств має здійснюватися з урахуванням розвитку продуктивних сил певного регіону

**Зведення правил, норм поведінки, установок, які створюються людьми і якими керуються органи управління та окремі працівники, відноситься до:**

1) економічних законів

2) методів менеджменту

3) законів управління

4) принципів менеджменту

**Принцип єдиноначальності в менеджменті установ, підприємств культури означає, що:**

1) кожен співробітник підпорядковується тільки безпосередньо своєму керівникові

2) працівник зобов’язаний, у першу чергу, виконувати розпорядження керівника установи

3) працівник зобов’язаний, у першу чергу, виконувати розпорядження керівника вищої за ієрархією установи

4) усі відповіді правильні

**Що повинні відображати сучасні принципи менеджменту установ, підприємств культури:**

1) основні закономірності управління

2) основні зв’язки, які складаються в системі

3) основні відносини, які складаються в системі

4) основні властивості, зв’язки і відносини управління, які складаються в установі, на підприємствах культури як системі

**Як можна пояснити сутність принципу «підпорядкування особистого інтересу загальному»:**

1) в установі завжди повинен враховуватися тільки особистий інтерес керівників установи, підприємств

2) інтерес одного працівника повинен переважати над інтересами установи, підприємства загалом

3) інтерес окремих менеджерів повинен переважати над інтересами окремих груп працівників

4) в установі, на підприємстві культури інтерес одного працівника або групи не повинен переважати над інтересом установи загалом

**Як доцільно розуміти принцип «винагорода персоналу»:**

1) всі працівники установи мають одержувати належну винагороду за свою працю

2) постійне підвищення заробітної плати персоналу

3) одержання премій за якісну роботу

4) постійне підвищення заробітної плати менеджерам установи, підприємства

**Що передбачає «принцип ієрархічності» у менеджменті установ, підприємств культури:**

1) розробку правил, вихідних положень і норм поведінки, якими керуються органи управління установою, підприємством

2) в установі інтерес одного працівника або групи не повинен переважати над інтересом установи, підприємства в цілому

3) абсолютне слідування розробленим стандартам в управлінні установою, підприємством

4) вертикальний поділ управлінської праці, тобто виділення рівнів управління і підпорядкування нижчих рівнів управління вищим

**Розпорядчі методи менеджменту установ культури базуються на:**

1) відносинах влади і підпорядкування в установі

2) економічній доцільності

3) адміністративно-правових відносинах

4) соціальних взаєминах

**В організаційно-розпорядчих методах менеджменту установ, підприємства культури реалізується:**

1) економічний вплив

2) господарський розрахунок

3) правовий вплив

4) організаційний і розпорядчий вплив

**Організаційне нормування як вид впливу на об’єкти управління передбачає:**

1) встановлення соціальних норм в установі

2) розроблення і використання організаційних нормативів

3) розроблення правил та інструкцій для регулювання діяльності персоналу

4) ведення діяльності відповідно до законодавства

**Застосування економічних методів менеджменту установ, підприємств культури ґрунтується на:**

1) ринкових інтересах установи, підприємства

2) економічних інтересах колективу і особи

3) математичних рівняннях

4) господарському законодавстві

**Що варто розуміти під організаційно-розпорядчими методами менеджменту установ, підприємств культури?**

1) виконання розпоряджень органів державної влади

2) засоби впливу на колективи і окремих працівників, що ґрунтуються на використанні організаційних відносин між ними

3) видача розпоряджень щодо окремих працівників, які не виконують своїх завдань

4) методи впливу на колектив з метою формування організаційної культури

**Що варто розуміти під регламентуванням як методом менеджменту установ, підприємств культури?**

1) дотримання нормативно-правових актів України

2) розроблення і введення в дію положень, правил, обов’язкових для виконання в установі

3) розроблення посадових інструкцій для персоналу

4) розроблення і введення в дію правил внутрішнього розпорядку

**Що таке постанова як метод управління?**

1) розпорядчий акт управління, який приймається керівником

2) розпорядчий акт управління, який приймається колегіальним органом управління

3) нормативний акт управління, який приймається керованою системою управління

4) нормативний акт управління, який приймається групою керівників

**З якою метою використовується моральне стимулювання персоналу як метод менеджменту установ, підприємств культури?**

1) для отримання бонусів управлінським персоналом

2) для заохочення трудової та соціальної активності колективів, груп, окремих працівників

3) з метою просування по кар’єрній драбині окремих працівників

4) для більш злагодженої роботи колективу

**За допомогою яких організаційно-методичних документів здійснюється методичне інструктування?**

1) правил та інструкцій

2) статуту і засновницького договору

3) інструкцій і фінансових звітів

4) розроблених положень

**До економічних методів менеджменту установ культури належить:**

1) планування

2) матеріальне стимулювання

3) статут

4) керівництво

**Що таке наказ?**

1) документ, на підставі якого здійснюються усі фінансові операції в установі, на підприємстві

2) акт управління, обов’язковий при укладенні договорів

3) документ, яким супроводжується відправлення партії товару

4) розпорядчо-правовий документ, який видається керівником установи, підприємства

**Що таке розпорядження?**

1) нормативний акт, що містить основні засади діяльності установи, підприємства

2) розпорядчо-правовий документ, який видається переважно керівниками структурних підрозділів установи, підприємства і має індивідуальний організаційний характер

3) розпорядчий документ, на основі якого здійснюється будь-яка господарська операція

4) правовий документ, який видається тільки керівником установи, підприємства

**Що таке соціально-психологічні методи менеджменту установ, підприємств культури?**

1) засоби впливу на поведінку споживачів

2) засоби впливу на трудові колективи та окремих працівників

3) сукупність заходів соціальної відповідальності установи, підприємства

4) способи соціального тиску на керівника

**У чому полягає специфіка соціально-психологічних методів менеджменту установ, підприємств культури?**

1) у спрямованості на соціальний захист працівників

2) у психологічному впливі на поведінку споживачів

3) в їх спрямованості на соціальні інтереси особи та колективу

4) в підтримці суспільних цінностей і традицій

**Що є теоретичною основою соціально-психологічних методів менеджменту установ, підприємств культури?**

1) загальна психологія

2) соціологічна психологія

3) соціологія

4) соціальна психологія і психологія особистості

**Чим відрізняються методи управління від методів (способів) виконання управлінських робіт ?**

1) нічим не відрізняються

2) своєю складністю

3) можливістю здійснення впливу на людей

4) своєю структурою

**На яких відносинах ґрунтується застосування розпорядчих методів управління?**

1) неформальних стосунках

2) відносинах координації

3) лінійних зв’язках

4) відносинах субординації

**Що належить до методів морального стимулювання?**

1) видача туристичних путівок

2) подяка за хорошу роботу, офіційне чи неофіційне визнання професійної досконалості працівника

3) гнучкий графік роботи

4) створення профспілок

**Від чого, перш за все, залежить ефективне використання методів управління установою, підприємством культури?**

1) від знання стану, в якому знаходиться об’єкт управління

2) від знання методів управління та механізму їх дії

3) від знання характеру проблемних ситуацій

4) від знання психології об’єктів управління

**Хто видає письмові накази установ, підприємств культури?**

1) заступники керівника

2) керівник установи, підприємства, а в разі його відсутності – відповідні заступники

3) менеджери підрозділів установи, підприємства

4) спеціалісти та менеджер

**Працівник отримує розпорядження і звітує тільки перед одним безпосереднім керівником – це принцип:**

1. єдиновладдя
2. єдності дій
3. підпорядкованості інтересів
4. скалярного ланцюга

**Нормування витрат часу, виробітку, чисельності робітників − це:**

1. організаційні методи управління
2. оперативно-розпорядчі методи управління
3. економічні методи управління
4. адміністративні методи управління

**Методи, націлені на деталізацію планів, регулювання виробничо­го процесу і господарської діяльності, забезпечення чітких дій апарату уп­равління і злагодженої роботи всіх підрозділів підприємства, установи − це:**

1. організаційні методи управління
2. оперативно-розпорядчі методи управління
3. економічні методи управління
4. адміністративні методи управління

**Методи прогнозування не застосовують для:**

1. оцінки рівня майбутнього попиту на продукцію
2. оцінки рівня інфляції
3. оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства, установи
4. оцінки потреб у запасах

**Розпоряджувальний вплив може бути здійснений у вигляді:**

1. тарифних ставок і інструкцій
2. норм амортизаційних відрахувань
3. наказів та усних вказівок
4. усі відповіді правильні

**Методи менеджменту установ, підприємств культури, які направлені на зберігання і розвиток соціально-виробничих традицій у колективі:**

1. методи соціальної спадковості
2. методи управління організованими групами
3. адміністративні методи
4. методи організаційного регламентування

**Акти одноособового управління, які формуються за принципом єдиноначальності і якими регулюється діяльність підприємств або установ культури, - це:**

1. накази
2. розпорядження
3. інструкції
4. статути

**Вираження вимог до підлеглих з вирішення окремих питань короткочасного характеру - це:**

1. інструкції
2. накази
3. розпорядження
4. службова записка

**Нормування витрат часу, виробітку, чисельності робітників то­що – це:**

1. організаційні методи управління
2. оперативно-розпорядчі методи управління
3. економічні методи управління
4. адміністративні методи управління

**Стратегічний план – це:**

1. генеральний план, який містить визначення пріоритетів установи чи підприємства, розміщення ресурсів та послідовні дії, необхідні для досягнення стратегічних цілей
2. план, в якому передбачаються детальні та конкретизовані кількісні показники у розрізі кожного виду послуги (продукції), що надається (виготовлюється) підприємством, установою
3. план, що визначає проміжні цілі та завдання, а також заходи для їх досягнення
4. правильна відповідь відсутня

**Тактичний план – це:**

1. план, що має вузьку сферу прикладання та невелику сферу діяльності
2. план, що визначає лінію економічної, соціальної та конкурентної поведінки, яка розрахована на відносно короткочасний період, виходячи з поточної ситуації
3. генеральний план, який містить вирішення пріоритетів установи, підприємства розміщення ресурсів та послідовні дії, необхідні для досягнення стратегічних цілей
4. правильна відповідь відсутня

**Яке з наведених визначень маркетингу належить Ф.Котлеру?**

1) маркетинг – це планування випуску продукції

2) маркетинг – це вид людської діяльності, спрямованої на задоволення нужд і потреб шляхом обміну

3) маркетинг – це торгово-збутова діяльність підприємств, установ

4) маркетинг – це реклама і діяльність штату продавців

**Відокремлення маркетингу від класичної економіки викликане:**

1) тенденціями вузької спеціалізації економічних дисциплін

2) необхідністю посилення економічної підготовки фахівців для ринкової економіки

3) нездатністю інструментарію класичної школи економіки пояснити явища на ринку

4) посиленням конкуренції на ринку товарів і послуг

**Головним завданням маркетингової політики в сфері культури є:**

1) задоволення потреб споживачів

2) вивчення поведінки покупців

3) просування товарів та послуг на ринку

4) виробництво та продаж якісних товарів

**Наявність ринкових структур, конкуренція між виробниками і продавцями, можливість отримання необхідної інформації – це:**

1) етапи розвитку фірми

2) умови розвитку і застосування маркетингу

3) функції маркетингу

4) об’єкти маркетингу

**Які з наведених понять є вихідними поняттями маркетингу в сфері культури?**

1) торгівля, реклама, постачання, збут

2) ринковий сегмент, ціна, еластичність попиту

3) бажання, потреба, попит, послуга, обмін, угода, ринок

4) ринкова кон'юнктура, життєвий цикл товару, маркетингова стратегія

**Основними складовими елементами комплексу маркетингу в сфері культури є:**

1) потреба, товар, угода, ринок

2) інформація, організація, планування, контроль

3) послуга, ціна, збут, стимулювання

4) аналіз ринкових можливостей, сегментування ринку, вибір цільового сегменту, позиціювання товару

**Вкажіть, яке з визначень потреби є вірним:**

1) потреба це відчуття людини нестачі чогось необхідного, спрямоване на його зменшення чи ліквідацію

2) потреба – це купівельна спроможність людини

3) потреба – це все, що пропонується на ринку

4) потреба – це та кількість благ, яку споживач хоче і може придбати за певною ціною

**Попит - це:**

1) відчуття людини, спричинене нестачею чогось і спрямоване на його зменшення чи ліквідацію

2) це купівельна спроможність людини

3) бажання особи і суспільства

4) забезпечена грошима потреба в послугах, які реалізуються на ринку

**Вкажіть на маркетингове визначення послуги**

1) це річ, вироблена для власного використання

2) це будь-що, що може задовольнити певну потребу і пропонується на ринку з метою привернення уваги, придбання, використання або споживання

3) це продукт, що пропонується

4) це продукт природи

**Мета системи маркетингу в сфері культури:**

1) досягнення максимального споживання товарів

2) забезпечення максимального споживчого задоволення

3) забезпечення широкого вибору товарів

4) покращення якості життя усіх людей

**Маркетинг як сучасна філософія бізнесу – це:**

1) планування випуску продукції

2) діяльність, спрямована на задоволення потреб і бажань споживачів

3) торгово-збутова діяльність підприємств

4) реклама і діяльність штату продавців

**Об’єктами маркетингу в сфері культури можуть бути:**

1) виробничі засоби культури

2) культурно-професійна освіта

3) художня творчість

4) усі відповіді правильні

**Суб’єктами маркетингу в сфері культури є:**

1) професійні творчі працівники, професійні творчі колективи; державні і приватні заклади, підприємства, організації та установи; держава в особі її органів влади; творчі спілки, національно-культурні товариства, фонди, асоціації, інші громадські об'єднання

2) покупці, споживачі

3) товари, послуги

4) усі відповіді правильні

**У перекладі з англійської слово «маркетинг» означає:**

1) результат дії на ринку

2) ринок

3) реклама

4) діяльність на ринку

**Маркетинг як філософія бізнесу – це насамперед:**

1) певна концепція

2) спосіб мислення

3) різноманітні види діяльності фахівців

4) наука

**Конкретна форма вияву потреб людей – це :**

1) попит

2) товар

3) бажання

4) послуга

**Згідно з класифікацією потреб за А. Маслоу, потреби людей розміщуються у такій послідовності:**

1) фізіологічні, соціальні, самозбереження, самоствердження, потреби у повазі

2) потреби у повазі, фізіологічні, соціальні, самозбереження, самоствердження

3) фізіологічні, самозбереження, соціальні, потреби у повазі, самоствердження

4) фізіологічні, соціальні, самозбереження, потреби у повазі, самоствердження

**Ринок продавця має місце, коли:**

1) пропозиція товарів перевищує попит на них

2) продавець активніший на ринку, ніж покупець

3) на ринку існує товарний дефіцит, дефіцит послуг

4) усі відповіді правильні

**Ринок, на якому найактивнішими діячами є покупці – це:**

1) ринок продавця

2) ринок покупця

3) ринок виробника

4) ринок оптової торгівлі

**Ринок покупця має місце, коли:**

1) попит на товари перевищує їх пропозицію

2) продавець активніший на ринку, ніж покупець

3) на ринку існує товарний дефіцит

4) усі відповіді правильні

**Маркетинг у сфері культури вивчає:**

1) організацію виробництва товарів, що пропонуються до збуту

2) технологічні можливості забезпечення рівня якості товарів

3) загальний рівень цін

4) потреби споживачів, кон’юнктуру ринку, мікро- і макросередовище діяльності установ, підприємств у сфері культури

**Маркетинг в сфері культури – це:**

1) історія управління

2) філософія управління

3) філософія діяльності у сфері культури

4) спосіб управління бізнесом

**За рівнем розвитку виділяють такі ринки:**

1) сформований, несформований, тіньовий

2) товарний, сировинний, капіталу

3) сформований, несформований, місцевий

4) монополії, олігополії, досконалої конкуренції

**Що належить до розширюваного типу ринку у сфері культури?**

1) частина певного територіального ринку, на якій продаються послуги споживчого або промислового характеру

2) ринки тиражованих культурних продуктів

3) ринок споживача, який має певне територіальне обмеження

4) жодна відповідь не є правильною

**Частина ринку, в межах якої існує збут послуг, які виробляються конкретним підприємством культури – це:**

1) ринок територіального обхвату

2) ринок впливу

3) ринок збуту послуги

4) ринок виробника

**Соціально-етичний маркетинг у сфері культури – це:**

1) організація, планування, контролювання і мотивування людських, матеріальних, інформаційних, фінансових та інших ресурсів для ефективного досягнення організаційних цілей

2) маркетинг некомерційної організації, яка має орієнтуватися на поєднання довгострокових інтересів споживачів і суспільства загалом

3) сукупність певних загальних функцій управління (аналіз, планування, організація, координація і контроль) і специфічних маркетингових окремих функцій (дослідження ринку, розробка маркетингової стратегії, товарної, інноваційної, цінової, збутової, рекламної і сервісної політик)

4) нова система поглядів на ринкове здійснення виробництва

**Маркетинг ціннісних переваг у сфері культури передбачає:**

1) вкладення великої частини своїх ресурсів у підвищення реальної цінності наявних товарів і послуг, а також їх функціональних можливостей для зручності споживачів

2) інтеграцію системи кадрового та фінансового управління у маркетингову діяльність підприємства на стратегічного рівні

3) наявність на підприємстві посади заступника директора з маркетингу

4) аналіз, планування, реалізацію та контроль заходів, спрямованих на формування та інтенсифікацію попиту на товари або послуги і збільшення прибутку

**Американська асоціація маркетингу трактує маркетинг:**

1 ) процес управління та втілення задуму щодо ціноутворення, просування та реалізацію ідей, товарів та послуг через обмін, що задовольняє цілі окремих осіб та установ

2) вид людської діяльності, спрямований на задоволення потреб через створення найбільш бажаних товарів і послуг

3) вид людської діяльності, спрямований на організацію, управління, планування і контролювання підприємства, установи з метою задоволення потреб кінцевого споживача

4) вид людської діяльності, спрямований на організацію, управління, планування і контролювання підприємства, установи з метою задоволення потреб власників

**Ринок продавця – це:**

1) такий ринок, на якому продавці мають більше влади і де найактивнішими «діячами ринку» змушені бути покупці

2) такий ринок, на якому більше влади мають покупці й найактивнішими діячами ринку змушені бути продавці

3) такий ринок, на якому влада продавців виражається їх бажанням максимального продажу товарів, послуг

4) такий ринок, на якому влада покупців виражається можливістю диктувати свої ціни

**Маркетинг, орієнтований на споживача:**

1) ринок праці, ринок капіталу, ринок взуття

2) некомерційна організація повинна формулювати і планувати свою маркетингову діяльність з позицій споживачів

3) наявність на підприємстві посади заступника директора з маркетингу

4) аналіз, планування, реалізацію та контроль заходів, спрямованих на формування та інтенсифікацію попиту на товари або послуги і збільшення прибутку

**За якою ознакою виділяють ринок споживача?**

1) за історично-територіальною

2) за рівнем розвитку

3) з точки зору суб’єкту

4) з точки зору об’єкту

**Інноваційний маркетинг в сфері культури:**

1) спосіб споживання, групова ознака

2) наявність на підприємстві посади заступника директора з маркетингу

3) аналіз, планування, реалізацію та контроль заходів, спрямованих на формування та інтенсифікацію попиту на товари або послуги і збільшення прибутку

4) некомерційна організація має постійно піклуватися про реальне поліпшення маркетингу, вдосконалювати свою діяльність і підвищувати якість запропонованих товарів і послуг

**Ринок, що не розширюється:**

1) ринок туристичних товарів

2) ринок нетиражованої, унікальної культурної продукції

3) ринок товарів тривалого споживання,

4) ринок дешевих товарів, преміум-сегмент

**Набором засобів маркетингу, сукупність яких підприємство, установа використовує для впливу на цільовий ринок, маючи на меті домогтися бажаного реагування з його боку є:**

1) маркетингові дослідження;

2) маркетингові комунікації;

3) комплекс маркетингу;

4) комплекс стимулювання збуту.

**Маркетинговий менеджмент у сфері культури – це:**

1) управлінська діяльність, яка включає аналіз, планування, реалізацію та контроль заходів, спрямованих на формування та інтенсифікацію попиту на послуги і збільшення прибутку

2) вид діяльності, спрямований на просування товарів від виробника до споживача за допомогою обміну

3) такий спосіб організації діяльності підприємства, при якому система управління орієнтується на ринок

4) формування та реалізація системи дослідження ринку та інформаційного забезпечення діяльності підприємства, установи

**До основних завдань маркетингу в сфері культури відносять:**

1) вивчення ринку, ціноутворення, сегментування ринку, отримання максимального прибутку

2) сегментування ринку, ринкове позиціонування, визначення цільових ринків, планування маркетингової діяльності у сфері культури

3) ринкове позиціонування, визначення цільових ринків, отримання максимального прибутку, планування маркетингової діяльності

4) задоволення потреб споживача, задоволення потреб виробника, визначення цільових ринків, планування маркетингової діяльності

**Ринок покупця – це:**

1) такий ринок, на якому продавці мають більше влади і де найактивнішими «діячами ринку» змушені бути покупці

2) такий ринок, на якому більше влади мають покупці й найактивнішими «діячами ринку» змушені бути продавці

3) такий ринок, на якому влада продавців виражається їх бажанням максимального продажу товарів, послуг

4) такий ринок, на якому влада покупців виражається можливістю диктувати свої ціни

**Суб’єктом ринку у сфері культури є:**

1) виробничі потужності

2) товар

3) процес купівлі-продажу

4) підприємство, установа культури

**Маркетинг у сфері культури:**

1) задоволення і формування попиту в так званому просторі «вільного часу» або просторі дозвілля, у якому зосереджується величезний ринковий потенціал

2) управлінська діяльність, яка включає аналіз, планування, реалізацію та контроль заходів, спрямованих на формування та інтенсифікацію попиту на послуги і збільшення прибутку

3) планування маркетингової діяльності

4) визначення цільових ринків

**До якого типу середовища відносяться установи культури?**

1) мікросередовища

2) макросередовища

3) внутрішнього середовища

4) до середовища усіх вказаних типів

**Який вид маркетингу потрібно застосувати підприємству, якщо збут матеріальної послуги коливається на сезонній, денній і навіть погодинній основі?**

1) конверсійний

2) ремаркетинг

3) протидіючий маркетинг

4) синхромаркетинг

**Який вид маркетингу доцільно застосовувати підприємству, якщо рівень попиту на її послугу вищий, ніж вона може або хоче задовольнити?**

1) ремаркетинг

2) демаркетинг

3) конверсійний маркетинг

4) стимулюючий маркетинг

**Який вид маркетингу доцільно застосовувати підприємству, якщо попит на послугу негативний і слід його створити?**

1) конверсійний маркетинг

2) синхромаркетинг

3) підтримуючий маркетинг

4) ремаркетинг

**Який вид маркетингу варто застосувати підприємству, якщо попит на послугу відсутній і його необхідно стимулювати?**

1) конверсійний маркетинг

2) стимулюючий маркетинг

3) синхромаркетинг

4) протидіючий маркетинг

**Знання ринку, пристосування до ринку, вплив на ринок, використання «4Р» – це:**

1) функції маркетингу

2) принципи маркетингу

3) концепції маркетингу

4) види маркетингу

**У сфері культури переважно розрізняють такі типи ринків:**

1) ринок товарів для фотолюбителів, ринок туристичних товарів

2) розширюваний, і такий, що не розширюється

3) ринок товарів споживчого призначення, ринок товарів промислового споживання

4) ринок дешевих товарів, преміум-сегмент,

**Аналіз ринкових можливостей підприємства, сегментування ринку, розробка товарної, цінової, збутової, комунікаційної політики, організація і контроль маркетингової діяльності – це:**

1) функції маркетингу

2) етапи розвитку ринку

3) принципи маркетингу

4) концепції управління маркетингом

**Фактори середовища маркетингу такі як надзвичайний стан, забруднення території внаслідок аварії на ЧАЕС, закон України «Про приватизацію» належать до:**

1) факторів мікросередовища

2) факторів макросередовища

3) факторів макро- і мікросередовища

4) факторів кон’юнктури ринку

**Які з наведених тут організацій не належать до маркетингових посередників?**

1) консалтингові фірми

2) рекламні агентства

3) податкова адміністрація

4) банки, страхові компанії

**Серед перелічених нижче факторами мікросередовища, що впливають на діяльність підприємства, установи культури, є:**

1) цінова стратегія конкурентів

2) банківський відсоток на вклади населення

3) збільшення питомої ваги осіб похилого віку в загальній структурі населення

4) підвищення акцизного збору на пиво

**Менеджмент установ, підприємств культури – це:**

1) аналіз діяльності працівників установ культури

2) виконання завдань працівниками установ культури

3) управління працівниками установ культури

4) оцінка діяльності працівників установ культури

**Що таке менеджмент в сфері культури з функціональних позицій:**

1) процес планування, організації, мотивації

2) процес планування, організації, контролю та регулювання

3) процес планування, організації, мотивації та контролю, які необхідні для досягнення певної цілі в сфері культури

4) процес контролю та організації

**Можна виділити такі основні елементи управлінської діяльності в сфері культури:**

1) група людей, загальна мета або цілі, аналіз, вибір альтернатив

2) суб’єкт, об’єкт, процеси (дії), предмет, засоби, кінцевий продукт в сфері культури

3) структури, методи, системи, плани, стратегії

4) потреба; її задоволення; коригування; контролювання

**Завдання менеджменту установ, підприємств культури:**

1) відображають просторову взаємодію керуючих і керованих ланок установи, підприємства

2) забезпечують виконання у часовому вимірі стадій та етапів процесу управління

3) елементарний спеціалізований вид робіт, який визначає технологічно однорідну частину виробничого процесу, виконуваного на одному робочому місці одним працівником або групою

4) наперед визначений, запланований для виконання обсяг робіт, який повинен виконуватись за визначеним порядком у заданому часовому інтервалі, спрямований на конкретний об’єкт управління, установи культури

**Функції менеджменту установ, підприємств культури:**

1. попереджуюча, дозвільна, керуюча, керована
2. планування, організування, мотиваційна, контрольна
3. посередницька, економічна, соціальна, суспільна
4. просування, підтримка, контроль, керування

**Відмінність між поняттями «менеджмент» та «управління» полягає у такому:**

1. управління - це складова менеджменту
2. менеджмент – це складова управління
3. поняття «управління» зовсім не відповідає поняттю «менеджмент»
4. поняття «менеджмент» та «управління» є тотожними

**Об’єктом вивчення менеджменту установ, підприємств культури є:**

1. керуюча та керована системи установи
2. процес управління діяльністю підприємств, установ, організацій
3. теоретичні засади управлінської діяльності
4. проектування систем менеджменту

**Суб’єктом вивчення менеджменту установ, підприємств культури є:**

1. працівники керуючої та керованої систем установи
2. процес управління діяльністю підприємств
3. теоретичні засади управлінської діяльності
4. проектування систем менеджменту

**У чому полягає основна ціль менеджменту установ, підприємств культури:**

1. у забезпеченні прибуткової діяльності підприємства, установи, організації
2. у подоланні ризиків на ринку
3. у здійсненні виробництва товарів
4. у визначенні ефективних шляхів реалізації продукції

**Основне завдання менеджменту установ, підприємств культури - це:**

1. спрямування працівників до спільних дій постановкою єдиних завдань для досягнення цілей установи, підприємства
2. формулювання мети та цілей установи
3. уміння ефективно управляти, удосконалюючи структуру установи
4. удосконалення управлінського механізму

**Предмет менеджменту як науки управління включає:**

1. процес виробництва і обміну продукції
2. дослідження законів і закономірностей життєдіяльності підприємств, установ, організацій, а також відносин між працюючими в процесі виробництва продукції, послуг
3. організаційні, управлінські та міжособові відносини між працівниками в процесі виробництва
4. процес контролю за діяльністю персоналу

**Планування та ухвалення рішень в менеджменті установ, підприємств культури включає в себе:**

1. план діяльності установи, остаточний план і пропозиції щодо його вдосконалення, кількість працівників необхідних для виконання плану, баланс витрат на реалізацію плану
2. визначення цілей установи, вибір стратегій, розробка планів та ухвалення рішень щодо їх реалізації
3. план, проект, баланс розходів і матеріалів
4. лідерство, організацію і мотивацію

**Лідерство і мотивація – це**

1. економічний показник, який характеризується великою кількістю особистісних важелів впливу на установу, підприємство
2. сукупність процесів спонукання і мотивування людей для ефективної їх діяльності
3. автократичний тип управління персоналом, який передбачає централізацію влади та забезпечення лише фізіологічних потреб персоналу
4. вміння добиватись передових місць у процесі своєї діяльності в установі та досягнення найвищих результатів

**Контролювання – це:**

1. автократичний тип управління персоналом, який передбачає централізацію влади в одних руках
2. завершальна стадія менеджменту, де результати роботи порівнюють із поставленими цілями
3. довготривалий процес збору і обробки інформації для доцільного використання ресурсів установи
4. те, чим займаються власники бізнесу в повсякденній діяльності для забезпечення власних потреб визнання

**Менеджер установ, підприємств культури – це:**

1. власник підприємства
2. член установи (у більшості випадків – найманий працівник), що виконує усі управлінські функції
3. уповноважений державний посадовець, що відповідає за контроль за виробництвом та розподіляє роботу у колективах установ
4. людина, яка займається оплатою праці персоналу

**Рівні менеджменту установ, підприємств культури – це:**

1. показники оцінки діяльності установи, підприємства для держави
2. спосіб поділу менеджерів на категорії в установі, підприємстві за ієрархією управління
3. показники оцінки діяльності установи, підприємства для власника даної установи
4. показники оцінки діяльності установи, підприємства для навколишніх користувачів

**Є такі рівні менеджерів установ, підприємств культури:**

1. високого, середнього та низького рівнів управління
2. вищого, середнього та нижчого рівнів управління
3. державного, обласного та районного рівнів управління
4. первинного та вторинного рівнів управління

**Кадровий менеджмент установ, підприємств культури: – це:**

це система планування, організації, мотивації і контролю персоналу, необхідна для формування та досягнення цілей підприємства, установи

початкова функція процесу менеджменту

процес ухвалення та реалізації управлінських рішень, який охоплює чотири головні функції (планування та ухвалення рішень, організування, лідерство й мотивація, контролювання)

головне завдання менеджменту

**Ухвалення рішень – це:**

* 1. частина процесу планування, що передбачає вибір напряму дій із різних варіантів
	2. процедура відслідковування, порівняння і виправлення допущених відхилень
	3. сукупність процесів спонукання і мотивування, які використовують, щоб переконати людей ефективно працювати разом для досягнення інтересів установи
	4. раціональний спосіб управління прибутковими та неприбутковими організаціями, установами орієнтований на кінцеві результати

**Планування – це:**

* 1. заключна функція процесу менеджменту
	2. початкова функція процесу менеджменту
	3. процес ухвалення та реалізації управлінських рішень, який охоплює чотири головні функції(планування та ухвалення рішень, організування, лідерство й мотивація, контролювання)
	4. головне завдання менеджменту

**Чому рівні управління за Парсонсом представлені у вигляді піраміди:**

1. для характеристики чисельності апарату управління на різних рівнях
2. для визначення рівня управління
3. для полегшення призначення управлінців на посади
4. для відображення ролей менеджерів

**У результаті вертикального поділу праці утворюються:**

1. ієрархія рівнів управління
2. виробничі підрозділи
3. управлінські служби
4. неформальні групи

**Сферами менеджменту в установах, підприємствах культури: є:**

1. персонал різних категорій
2. цілі
3. функціональні підрозділи
4. рівні управління

**Менеджер відрізняється від підприємця тим, що він:**

1. найманий керівник
2. ризикує власним капіталом
3. переважно працює у внутрішньому середовищі
4. переважно працює з зовнішнім середовищем

**Менеджер – це:**

1. засновник організації
2. об’єкт управління
3. професійний керівник
4. робітник

**До якого рівня управління можна віднести Голову Ради директорів дистрибуційної компанії, яка спеціалізується на мистецтві:**

1. нижчий рівень
2. середній рівень
3. вищий рівень
4. до будь-якого рівня

**Серед професійно-ділових якостей менеджера установ, підприємств культури виділяють:**

1. висока кваліфікація, вміння володіти стратегічним і тактичним менеджментом, здатність генерувати корисні ідеї, здатність ухвалювати нестандартні рішення, підприємливість, авторитетність, здатність до антикризового управління тощо
2. психологічна компетентність, ділова культура, лідерські здібності, толерантність, оптимізм, вміння керувати конфліктами, риторичні здібності, почуття гумору тощо
3. оперативність, гнучкість стилю керівництва, вміння стимулювати та викликати ініціативу, наполегливість, послідовність, внутрішній контроль, вміння формувати команду, здатність делегувати повноваження, вміло організовувати час тощо
4. патріотизм, національна свідомість, інтелігентність, людяність, порядність, почуття обов’язку, громадянська позиція, чесність, доброзичливість тощо.

**Маркетинг, фінанси, виробництво, людські ресурси, постачання тощо є:**

1) рівнями менеджменту установ культури

2) функціями менеджменту установ культури

3) видами менеджменту установ культури

4) сферами менеджменту установ культури

**Три групи обов’язків менеджера установ, підприємств культури – це:**

1) планування, організування і контролювання

2) контроль за стосунками серед персоналу, розподіл інформації, ухвалення рішень

3) міжособові, інформаційні обов’язки та обов’язки, пов’язані з ухваленням рішень

4) стратегічні, тактичні та операційні

**Результативність в управлінні сферою культури – це:**

1) виконання управлінських функцій із мінімальними витратами на їх здійснення

2) ухвалення правильних рішень і їх успішна реалізація

3) розсудливе й економне використання ресурсів

4) прибуток організації чи підприємства

**Якості, що необхідні успішному менеджеру установ, підприємств культури:**

1) уважність, чуйність, охайність

2) старанність, дисциплінованість, творчість

3) технічні, комунікативні, концептуальне мислення

4) соціальні, техногенні, спостережливість

**До менеджерів установ культури вищого рівня належать усі особи в поданому рядку:**

1) адміністратор культури, начальник закладу, декан факультету

2) менеджер відділу продтоварів супермаркету, майстер цеху, завідувач кафедрою

3) директор будинку культури, генеральний директор обласної бібліотеки, директор центру народної творчості

4) немає правильної відповіді

**До менеджерів установ культури середнього рівня належать усі особи в поданому рядку:**

1) заступник директора будинку культури, заступник директора обласної бібліотеки, заступник директора центру народної творчості

2) менеджер відділу продтоварів супермаркету, майстер цеху, завідувач кафедрою

3) директор супермаркету, директор підприємства, ректор вузу

4) немає правильної відповіді

**До менеджерів установ культури нижчого рівня належать усі особи в поданому рядку:**

1) начальник цеху, декан факультету

2) завідувач відділу обласної бібліотеки, завідувач відділу з основних видів діяльності будинку культури

3) директор супермаркету, директор підприємства, ректор вузу

4) немає правильної відповіді

**Адміністративні менеджери установ, підприємств культури – це:**

1) загальні менеджери, що не пов’язані з якимись конкретними спеціальностями, а базово обізнані з усіма функційними сферами менеджменту

2) менеджери, пов’язані з керуванням виробничими системами, що виготовляють товари та послуги

3) менеджери, що координують та наглядають за діяльністю безпосередніх виконавців

4) немає правильної відповіді

**Головний керівник – це:**

1) людина, яка є відповідальна за мотивацію та активізацію роботи, кадрове забезпечення та навчання персоналу

2) символічний голова, який виконує постійні шаблонні обов’язки правового чи соціального характеру

3) людина, яка передає інформацію, яка надходить ззовні або від підлеглих, членам установи

4) немає правильної відповіді

**Представник установ, підприємств культури відповідає за:**

1) передавання інформації про плани установи, її політику, дії, результати тощо за її межі

2) передавання інформації, яка надходить ззовні або від підлеглих, членам установи

3) розподіл ресурсів установи всіх видів

4) немає правильної відповіді

**Комунікативні навики визначають:**

1) спроможність менеджера ефективно повідомляти ідеї та інформацію іншим, а також сприймати ідеї та інформацію від інших

2) здатність спілкуватися, розуміти та мотивувати роботу окремих людей та груп, керувати ними і викликати їх ентузіазм і довіру

3) знання і майстерність у конкретній спеціалізованій сфері: інженерній, комп’ютерній, виробничій, маркетинговій, фінансовій та ін.

4) немає правильної відповіді

**Які ролі виконує учасник переговорів:**

1. відповідає за прийняття заходів у випадку, коли установа зіштовхнулася з непередбачуваними проблемами
2. вивчає установу і середовище, в якому вона діє; бере участь у пошуку потенційних можливостей; ініціює проекти з «вдосконалення» для впровадження змін; керує розробкою конкретних проектів
3. відповідає за розподіл ресурсів установи всіх видів
4. представляє установу на всіх значних та важливих переговорах

**Хто відповідальний за мотивацію та активізацію роботи підлеглих, кадрове забезпечення та навчання персоналу:**

1. ліквідатор порушень
2. лідер
3. зв’язкова ланка
4. підприємець

**Хто забезпечує функціонування мережі зовнішніх контактів і джерел інформації:**

1. ліквідатор порушень
2. лідер
3. зв’язкова ланка
4. підприємець

**Як називають професійних керівників у країнах з високорозвиненою ринковою економікою (Західна Європа, США, Японія та ін.):**

1) керівниками

2) босами

3) менеджерами

4) шефами

**Якими основними морально-психологічними якостями повинен володіти менеджер установ, підприємств культури:**

1) чесність, правдивість, справедливість, скромність, об’єктивність, принциповість, розсудлива воля і мужність, комунікабельність, інтелігентність тощо

2) чесність і правдивість

3) справедливість, мужність та інтелігентність

4) розсудлива воля і мужність

**Якими основними діловими якостями повинен володіти менеджер установ, підприємств культури:**

1) компетентність (високий рівень професійних знань, практичний досвід), а також організаторські здібності

2) високий рівень професійних знань

3) високі організаторські здібності

4) ділові та особисті якості

**Що варто розуміти під компетентністю менеджера установ, підприємств культури:**

1) знання економіки

2) досконале знання своєї справи, складних зв’язків явищ та процесів, можливих засобів та методів досягнення мети

3) знання маркетингу

4) знання психології працівників

**Що варто розуміти під вольовими якостями, якими повинен володіти менеджер установ, підприємств культури:**

1) цілеспрямованість та самостійність

2) рішучість та ініціативність

3) цілеспрямованість, наполегливість, витримка, рішучість, ініціативність, самостійність, сміливість

4) наполегливість та витримка

**На які умовні три групи можна поділити вимоги до менеджера установ, підприємств культури як професійного керівника:**

1) ділові та морально-психологічні

2) ділові, вольові та морально-психологічні

3) морально-психологічні та організаторські

4) організаторські та ділові

**Управлінські навики, які потрібні для виконання або розуміння специфічних (технічних) видів роботи в установі, підприємстві культури, – це:**

1) навики концептуального мислення

2) технічні навики

3) навики управління персоналом

4) навики переорганізації роботи підприємства, установи, організації

**Управлінський персонал поділяють на керівників, спеціалістів, службовців (технічних виконавців):**

1. залежно від функціональної ролі в процесі управління
2. залежно від посади, яку вони займають
3. залежно від особистої ролі в управлінні підприємством, установою, організацією
4. немає правильної відповіді

**Створення ефективної системи і механізму управління установою, підприємств культури передбачає:**

1. правильне визначення цілей і пріоритетів у роботі
2. формування згуртованого колективу
3. вмілу організацію роботи персоналу, створення спонукальних мотивів
4. постійне вдосконалення способів, методів і прийомів виконання управлінських рішень в закладах культури

**Лідер – це:**

1) символічний голова, який виконує постійні шаблонні обов’язки правового чи соціального характеру

2) відповідальний за мотивацію та активізацію роботи підлеглих, кадрове забезпечення та навчання персоналу, надихає і стимулює

3) особа, що розшукує та отримує різну спеціальну інформацію, необхідну для усесторонньої оцінки справ компанії і середовища, зберігає зібрану інформацію про компанію

4) особа, що передає інформацію про плани установи, її політику, дії, результати і т.д. за її межі; діє як експерт галузі, до якої належить установа

**Хто вперше опублікував наукову працю з менеджменту:**

1) П. Друкер

2) А. Файоль

3) Ф. Тейлор

4) Е. Мейо

**Класична теорія менеджменту має два головні напрями:**

1. науковий і операційний менеджмент
2. адміністративний менеджмент і самоменеджмент
3. науковий і адміністративний менеджмент
4. правильна відповідь відсутня

**На що направлена концепція адміністративного управління у сфері культури:**

1. удосконалення організаційної структури
2. на розробку проблем і принципів управління установами, сферою культури
3. удосконалення структури управління
4. централізацію управління

**До принципів «раціональної бюрократії» М. Вебера відносять:**

1. найм на роботу на основі більшого досвіду
2. найм на роботу відповідно до кваліфікаційних вимог
3. ставка на індивідуальну працю
4. матеріальна винагорода працівників

**Як слід розуміти ситуацію у менеджменті установ, підприємств культури:**

1) конкретний набір обставин, які впливають на установу культури у даний час

2) набір певних обставин

3) набір проблем у даний час

4) обставини, які не дозволяють ефективно здійснювати певний вид діяльності

**Який підхід пов’язаний із розумінням ситуації як конкретного набору обставин, які впливають на заклади культури протягом певного періоду часу:**

1. ситуаційний
2. процесний
3. комплексний
4. системний

**Системний підхід до управління ґрунтується на уявленні про установу, підприємство культури як:**

1. закриту систему, зорієнтовану на довготривале існування завдяки бездоганній роботі кожного з її елементів
2. відкриту систему, що є сукупністю взаємопов’язаних елементів, зорієнтованих на досягнення цілей закладу культури в умовах мінливого зовнішнього середовища
3. систему взаємопов’язаних елементів, кожен із яких виконує одну, притаманну лише йому функцію, що забезпечує існування організації в довготривалій перспективі
4. закриту систему, зорієнтовану на короткострокове існування завдяки бездоганній роботі кожного з її елементів

**На що орієнтується управління за цілями в процесі керівництва установами, підприємствами культури:**

1. досягнення цілей і завдань, що мають об’єктивну потребу вирішення
2. досягнення сукупностей цілей та завдань, що стоять перед установою, підприємством культури
3. визначення повноважень і обов’язків усіх керівників підприємства, установи
4. складання реальних планів досягнення визначених цілей

**Методи управління поділяються на:**

1) фізіологічні, технічні, соціальні, гігієнічні

2) управлінські, об’єктивні, суб’єктивні, загальні

3) економічні, організаційно-розпорядчі, екологічні

4) економічні, технологічні, соціально-психологічні, адміністративні

**На чому базуються принципи менеджменту установ, підприємств культури:**

1) на законах, які діють в Україні

2) на законах розвитку суспільства і закономірностях управління

3) на положеннях про підрозділи установи

4) на підзаконних нормативних актах

**Що передбачають принципи оптимального поєднання централізації і децентралізації в управлінні установами, підприємствами як системами:**

1) раціональне використання єдиноначальності і колегіальності в управлінні системами для досягнення певних цілей

2) вироблення колегіального вирішення певних проблем

3) застосування різноманітних правил в управлінні

4) оптимальне використання єдиноначальності в управлінні

**У чому полягає сутність принципу поєднання галузевого і територіального управління:**

1) управління діяльністю установ, підприємств має здійснюватися з урахуванням їх територіального розміщення

2) управління діяльністю установ, підприємств має здійснюватися з урахуванням тільки їх галузевої належності

3) управління діяльністю установ, підприємств має здійснюватися з урахуванням як галузевої належності, так і територіального розміщення

4) управління діяльністю установ, підприємств має здійснюватися з урахуванням розвитку продуктивних сил певного регіону

**Зведення правил, норм поведінки, установок, які створюються людьми і якими керуються органи управління та окремі працівники, відноситься до:**

1) економічних законів

2) методів менеджменту

3) законів управління

4) принципів менеджменту

**Принцип єдиноначальності в менеджменті установ, підприємств культури означає, що:**

1) кожен співробітник підпорядковується тільки безпосередньо своєму керівникові

2) працівник зобов’язаний, у першу чергу, виконувати розпорядження керівника установи

3) працівник зобов’язаний, у першу чергу, виконувати розпорядження керівника вищої за ієрархією установи

4) усі відповіді правильні

**Що повинні відображати сучасні принципи менеджменту установ, підприємств культури:**

1) основні закономірності управління

2) основні зв’язки, які складаються в системі

3) основні відносини, які складаються в системі

4) основні властивості, зв’язки і відносини управління, які складаються в установі, на підприємствах культури як системі

**Як можна пояснити сутність принципу «підпорядкування особистого інтересу загальному»:**

1) в установі завжди повинен враховуватися тільки особистий інтерес керівників установи, підприємств

2) інтерес одного працівника повинен переважати над інтересами установи, підприємства загалом

3) інтерес окремих менеджерів повинен переважати над інтересами окремих груп працівників

4) в установі, на підприємстві культури інтерес одного працівника або групи не повинен переважати над інтересом установи загалом

**Як доцільно розуміти принцип «винагорода персоналу»:**

1) всі працівники установи мають одержувати належну винагороду за свою працю

2) постійне підвищення заробітної плати персоналу

3) одержання премій за якісну роботу

4) постійне підвищення заробітної плати менеджерам установи, підприємства

**Що передбачає «принцип ієрархічності» у менеджменті установ, підприємств культури:**

1) розробку правил, вихідних положень і норм поведінки, якими керуються органи управління установою, підприємством

2) в установі інтерес одного працівника або групи не повинен переважати над інтересом установи, підприємства в цілому

3) абсолютне слідування розробленим стандартам в управлінні установою, підприємством

4) вертикальний поділ управлінської праці, тобто виділення рівнів управління і підпорядкування нижчих рівнів управління вищим

**Розпорядчі методи менеджменту установ культури базуються на:**

1) відносинах влади і підпорядкування в установі

2) економічній доцільності

3) адміністративно-правових відносинах

4) соціальних взаєминах

**В організаційно-розпорядчих методах менеджменту установ, підприємства культури реалізується:**

1) економічний вплив

2) господарський розрахунок

3) правовий вплив

4) організаційний і розпорядчий вплив

**Організаційне нормування як вид впливу на об’єкти управління передбачає:**

1) встановлення соціальних норм в установі

2) розроблення і використання організаційних нормативів

3) розроблення правил та інструкцій для регулювання діяльності персоналу

4) ведення діяльності відповідно до законодавства

**Застосування економічних методів менеджменту установ, підприємств культури ґрунтується на:**

1) ринкових інтересах установи, підприємства

2) економічних інтересах колективу і особи

3) математичних рівняннях

4) господарському законодавстві

**Що варто розуміти під організаційно-розпорядчими методами менеджменту установ, підприємств культури?**

1) виконання розпоряджень органів державної влади

2) засоби впливу на колективи і окремих працівників, що ґрунтуються на використанні організаційних відносин між ними

3) видача розпоряджень щодо окремих працівників, які не виконують своїх завдань

4) методи впливу на колектив з метою формування організаційної культури

**Що варто розуміти під регламентуванням як методом менеджменту установ, підприємств культури?**

1) дотримання нормативно-правових актів України

2) розроблення і введення в дію положень, правил, обов’язкових для виконання в установі

3) розроблення посадових інструкцій для персоналу

4) розроблення і введення в дію правил внутрішнього розпорядку

**Що таке постанова як метод управління?**

1) розпорядчий акт управління, який приймається керівником

2) розпорядчий акт управління, який приймається колегіальним органом управління

3) нормативний акт управління, який приймається керованою системою управління

4) нормативний акт управління, який приймається групою керівників

**З якою метою використовується моральне стимулювання персоналу як метод менеджменту установ, підприємств культури?**

1) для отримання бонусів управлінським персоналом

2) для заохочення трудової та соціальної активності колективів, груп, окремих працівників

3) з метою просування по кар’єрній драбині окремих працівників

4) для більш злагодженої роботи колективу

**За допомогою яких організаційно-методичних документів здійснюється методичне інструктування?**

1) правил та інструкцій

2) статуту і засновницького договору

3) інструкцій і фінансових звітів

4) розроблених положень

**До економічних методів менеджменту установ культури належить:**

1) планування

2) матеріальне стимулювання

3) статут

4) керівництво

**Що таке наказ?**

1) документ, на підставі якого здійснюються усі фінансові операції в установі, на підприємстві

2) акт управління, обов’язковий при укладенні договорів

3) документ, яким супроводжується відправлення партії товару

4) розпорядчо-правовий документ, який видається керівником установи, підприємства

**Що таке розпорядження?**

1) нормативний акт, що містить основні засади діяльності установи, підприємства

2) розпорядчо-правовий документ, який видається переважно керівниками структурних підрозділів установи, підприємства і має індивідуальний організаційний характер

3) розпорядчий документ, на основі якого здійснюється будь-яка господарська операція

4) правовий документ, який видається тільки керівником установи, підприємства

**Що таке соціально-психологічні методи менеджменту установ, підприємств культури?**

1) засоби впливу на поведінку споживачів

2) засоби впливу на трудові колективи та окремих працівників

3) сукупність заходів соціальної відповідальності установи, підприємства

4) способи соціального тиску на керівника

**У чому полягає специфіка соціально-психологічних методів менеджменту установ, підприємств культури?**

1) у спрямованості на соціальний захист працівників

2) у психологічному впливі на поведінку споживачів

3) в їх спрямованості на соціальні інтереси особи та колективу

4) в підтримці суспільних цінностей і традицій

**Що є теоретичною основою соціально-психологічних методів менеджменту установ, підприємств культури?**

1) загальна психологія

2) соціологічна психологія

3) соціологія

4) соціальна психологія і психологія особистості

**Чим відрізняються методи управління від методів (способів) виконання управлінських робіт ?**

1) нічим не відрізняються

2) своєю складністю

3) можливістю здійснення впливу на людей

4) своєю структурою

**На яких відносинах ґрунтується застосування розпорядчих методів управління?**

1) неформальних стосунках

2) відносинах координації

3) лінійних зв’язках

4) відносинах субординації

**Що належить до методів морального стимулювання?**

1) видача туристичних путівок

2) подяка за хорошу роботу, офіційне чи неофіційне визнання професійної досконалості працівника

3) гнучкий графік роботи

4) створення профспілок

**Від чого, перш за все, залежить ефективне використання методів управління установою, підприємством культури?**

1) від знання стану, в якому знаходиться об’єкт управління

2) від знання методів управління та механізму їх дії

3) від знання характеру проблемних ситуацій

4) від знання психології об’єктів управління

**Хто видає письмові накази установ, підприємств культури?**

1) заступники керівника

2) керівник установи, підприємства, а в разі його відсутності – відповідні заступники

3) менеджери підрозділів установи, підприємства

4) спеціалісти та менеджер

**Працівник отримує розпорядження і звітує тільки перед одним безпосереднім керівником – це принцип:**

1. єдиновладдя
2. єдності дій
3. підпорядкованості інтересів
4. скалярного ланцюга

**Нормування витрат часу, виробітку, чисельності робітників − це:**

1. організаційні методи управління
2. оперативно-розпорядчі методи управління
3. економічні методи управління
4. адміністративні методи управління

**Методи, націлені на деталізацію планів, регулювання виробничо­го процесу і господарської діяльності, забезпечення чітких дій апарату уп­равління і злагодженої роботи всіх підрозділів підприємства, установи − це:**

1. організаційні методи управління
2. оперативно-розпорядчі методи управління
3. економічні методи управління
4. адміністративні методи управління

**Методи прогнозування не застосовують для:**

1. оцінки рівня майбутнього попиту на продукцію
2. оцінки рівня інфляції
3. оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства, установи
4. оцінки потреб у запасах

**Розпоряджувальний вплив може бути здійснений у вигляді:**

1. тарифних ставок і інструкцій
2. норм амортизаційних відрахувань
3. наказів та усних вказівок
4. усі відповіді правильні

**Методи менеджменту установ, підприємств культури, які направлені на зберігання і розвиток соціально-виробничих традицій у колективі:**

1. методи соціальної спадковості
2. методи управління організованими групами
3. адміністративні методи
4. методи організаційного регламентування

**Акти одноособового управління, які формуються за принципом єдиноначальності і якими регулюється діяльність підприємств або установ культури, - це:**

1. накази
2. розпорядження
3. інструкції
4. статути

**Вираження вимог до підлеглих з вирішення окремих питань короткочасного характеру - це:**

1. інструкції
2. накази
3. розпорядження
4. службова записка

**Нормування витрат часу, виробітку, чисельності робітників то­що – це:**

1. організаційні методи управління
2. оперативно-розпорядчі методи управління
3. економічні методи управління
4. адміністративні методи управління

**Стратегічний план – це:**

1. генеральний план, який містить визначення пріоритетів установи чи підприємства, розміщення ресурсів та послідовні дії, необхідні для досягнення стратегічних цілей
2. план, в якому передбачаються детальні та конкретизовані кількісні показники у розрізі кожного виду послуги (продукції), що надається (виготовлюється) підприємством, установою
3. план, що визначає проміжні цілі та завдання, а також заходи для їх досягнення
4. правильна відповідь відсутня

**Тактичний план – це:**

1. план, що має вузьку сферу прикладання та невелику сферу діяльності
2. план, що визначає лінію економічної, соціальної та конкурентної поведінки, яка розрахована на відносно короткочасний період, виходячи з поточної ситуації
3. генеральний план, який містить вирішення пріоритетів установи, підприємства розміщення ресурсів та послідовні дії, необхідні для досягнення стратегічних цілей
4. правильна відповідь відсутня

**Яке з наведених визначень маркетингу належить Ф.Котлеру?**

1) маркетинг – це планування випуску продукції

2) маркетинг – це вид людської діяльності, спрямованої на задоволення нужд і потреб шляхом обміну

3) маркетинг – це торгово-збутова діяльність підприємств, установ

4) маркетинг – це реклама і діяльність штату продавців

**Відокремлення маркетингу від класичної економіки викликане:**

1) тенденціями вузької спеціалізації економічних дисциплін

2) необхідністю посилення економічної підготовки фахівців для ринкової економіки

3) нездатністю інструментарію класичної школи економіки пояснити явища на ринку

4) посиленням конкуренції на ринку товарів і послуг

**Головним завданням маркетингової політики в сфері культури є:**

1) задоволення потреб споживачів

2) вивчення поведінки покупців

3) просування товарів та послуг на ринку

4) виробництво та продаж якісних товарів

**Наявність ринкових структур, конкуренція між виробниками і продавцями, можливість отримання необхідної інформації – це:**

1) етапи розвитку фірми

2) умови розвитку і застосування маркетингу

3) функції маркетингу

4) об’єкти маркетингу

**Які з наведених понять є вихідними поняттями маркетингу в сфері культури?**

1) торгівля, реклама, постачання, збут

2) ринковий сегмент, ціна, еластичність попиту

3) бажання, потреба, попит, послуга, обмін, угода, ринок

4) ринкова кон'юнктура, життєвий цикл товару, маркетингова стратегія

**Основними складовими елементами комплексу маркетингу в сфері культури є:**

1) потреба, товар, угода, ринок

2) інформація, організація, планування, контроль

3) послуга, ціна, збут, стимулювання

4) аналіз ринкових можливостей, сегментування ринку, вибір цільового сегменту, позиціювання товару

**Вкажіть, яке з визначень потреби є вірним:**

1) потреба це відчуття людини нестачі чогось необхідного, спрямоване на його зменшення чи ліквідацію

2) потреба – це купівельна спроможність людини

3) потреба – це все, що пропонується на ринку

4) потреба – це та кількість благ, яку споживач хоче і може придбати за певною ціною

**Попит - це:**

1) відчуття людини, спричинене нестачею чогось і спрямоване на його зменшення чи ліквідацію

2) це купівельна спроможність людини

3) бажання особи і суспільства

4) забезпечена грошима потреба в послугах, які реалізуються на ринку

**Вкажіть на маркетингове визначення послуги**

1) це річ, вироблена для власного використання

2) це будь-що, що може задовольнити певну потребу і пропонується на ринку з метою привернення уваги, придбання, використання або споживання

3) це продукт, що пропонується

4) це продукт природи

**Мета системи маркетингу в сфері культури:**

1) досягнення максимального споживання товарів

2) забезпечення максимального споживчого задоволення

3) забезпечення широкого вибору товарів

4) покращення якості життя усіх людей

**Маркетинг як сучасна філософія бізнесу – це:**

1) планування випуску продукції

2) діяльність, спрямована на задоволення потреб і бажань споживачів

3) торгово-збутова діяльність підприємств

4) реклама і діяльність штату продавців

**Об’єктами маркетингу в сфері культури можуть бути:**

1) виробничі засоби культури

2) культурно-професійна освіта

3) художня творчість

4) усі відповіді правильні

**Суб’єктами маркетингу в сфері культури є:**

1) професійні творчі працівники, професійні творчі колективи; державні і приватні заклади, підприємства, організації та установи; держава в особі її органів влади; творчі спілки, національно-культурні товариства, фонди, асоціації, інші громадські об'єднання

2) покупці, споживачі

3) товари, послуги

4) усі відповіді правильні

**У перекладі з англійської слово «маркетинг» означає:**

1) результат дії на ринку

2) ринок

3) реклама

4) діяльність на ринку

**Маркетинг як філософія бізнесу – це насамперед:**

1) певна концепція

2) спосіб мислення

3) різноманітні види діяльності фахівців

4) наука

**Конкретна форма вияву потреб людей – це :**

1) попит

2) товар

3) бажання

4) послуга

**Згідно з класифікацією потреб за А. Маслоу, потреби людей розміщуються у такій послідовності:**

1) фізіологічні, соціальні, самозбереження, самоствердження, потреби у повазі

2) потреби у повазі, фізіологічні, соціальні, самозбереження, самоствердження

3) фізіологічні, самозбереження, соціальні, потреби у повазі, самоствердження

4) фізіологічні, соціальні, самозбереження, потреби у повазі, самоствердження

**Ринок продавця має місце, коли:**

1) пропозиція товарів перевищує попит на них

2) продавець активніший на ринку, ніж покупець

3) на ринку існує товарний дефіцит, дефіцит послуг

4) усі відповіді правильні

**Ринок, на якому найактивнішими діячами є покупці – це:**

1) ринок продавця

2) ринок покупця

3) ринок виробника

4) ринок оптової торгівлі

**Ринок покупця має місце, коли:**

1) попит на товари перевищує їх пропозицію

2) продавець активніший на ринку, ніж покупець

3) на ринку існує товарний дефіцит

4) усі відповіді правильні

**Маркетинг у сфері культури вивчає:**

1) організацію виробництва товарів, що пропонуються до збуту

2) технологічні можливості забезпечення рівня якості товарів

3) загальний рівень цін

4) потреби споживачів, кон’юнктуру ринку, мікро- і макросередовище діяльності установ, підприємств у сфері культури

**Маркетинг в сфері культури – це:**

1) історія управління

2) філософія управління

3) філософія діяльності у сфері культури

4) спосіб управління бізнесом

**За рівнем розвитку виділяють такі ринки:**

1) сформований, несформований, тіньовий

2) товарний, сировинний, капіталу

3) сформований, несформований, місцевий

4) монополії, олігополії, досконалої конкуренції

**Що належить до розширюваного типу ринку у сфері культури?**

1) частина певного територіального ринку, на якій продаються послуги споживчого або промислового характеру

2) ринки тиражованих культурних продуктів

3) ринок споживача, який має певне територіальне обмеження

4) жодна відповідь не є правильною

**Частина ринку, в межах якої існує збут послуг, які виробляються конкретним підприємством культури – це:**

1) ринок територіального обхвату

2) ринок впливу

3) ринок збуту послуги

4) ринок виробника

**Соціально-етичний маркетинг у сфері культури – це:**

1) організація, планування, контролювання і мотивування людських, матеріальних, інформаційних, фінансових та інших ресурсів для ефективного досягнення організаційних цілей

2) маркетинг некомерційної організації, яка має орієнтуватися на поєднання довгострокових інтересів споживачів і суспільства загалом

3) сукупність певних загальних функцій управління (аналіз, планування, організація, координація і контроль) і специфічних маркетингових окремих функцій (дослідження ринку, розробка маркетингової стратегії, товарної, інноваційної, цінової, збутової, рекламної і сервісної політик)

4) нова система поглядів на ринкове здійснення виробництва

**Маркетинг ціннісних переваг у сфері культури передбачає:**

1) вкладення великої частини своїх ресурсів у підвищення реальної цінності наявних товарів і послуг, а також їх функціональних можливостей для зручності споживачів

2) інтеграцію системи кадрового та фінансового управління у маркетингову діяльність підприємства на стратегічного рівні

3) наявність на підприємстві посади заступника директора з маркетингу

4) аналіз, планування, реалізацію та контроль заходів, спрямованих на формування та інтенсифікацію попиту на товари або послуги і збільшення прибутку

**Американська асоціація маркетингу трактує маркетинг:**

1 ) процес управління та втілення задуму щодо ціноутворення, просування та реалізацію ідей, товарів та послуг через обмін, що задовольняє цілі окремих осіб та установ

2) вид людської діяльності, спрямований на задоволення потреб через створення найбільш бажаних товарів і послуг

3) вид людської діяльності, спрямований на організацію, управління, планування і контролювання підприємства, установи з метою задоволення потреб кінцевого споживача

4) вид людської діяльності, спрямований на організацію, управління, планування і контролювання підприємства, установи з метою задоволення потреб власників

**Ринок продавця – це:**

1) такий ринок, на якому продавці мають більше влади і де найактивнішими «діячами ринку» змушені бути покупці

2) такий ринок, на якому більше влади мають покупці й найактивнішими діячами ринку змушені бути продавці

3) такий ринок, на якому влада продавців виражається їх бажанням максимального продажу товарів, послуг

4) такий ринок, на якому влада покупців виражається можливістю диктувати свої ціни

**Маркетинг, орієнтований на споживача:**

1) ринок праці, ринок капіталу, ринок взуття

2) некомерційна організація повинна формулювати і планувати свою маркетингову діяльність з позицій споживачів

3) наявність на підприємстві посади заступника директора з маркетингу

4) аналіз, планування, реалізацію та контроль заходів, спрямованих на формування та інтенсифікацію попиту на товари або послуги і збільшення прибутку

**За якою ознакою виділяють ринок споживача?**

1) за історично-територіальною

2) за рівнем розвитку

3) з точки зору суб’єкту

4) з точки зору об’єкту

**Інноваційний маркетинг в сфері культури:**

1) спосіб споживання, групова ознака

2) наявність на підприємстві посади заступника директора з маркетингу

3) аналіз, планування, реалізацію та контроль заходів, спрямованих на формування та інтенсифікацію попиту на товари або послуги і збільшення прибутку

4) некомерційна організація має постійно піклуватися про реальне поліпшення маркетингу, вдосконалювати свою діяльність і підвищувати якість запропонованих товарів і послуг

**Ринок, що не розширюється:**

1) ринок туристичних товарів

2) ринок нетиражованої, унікальної культурної продукції

3) ринок товарів тривалого споживання,

4) ринок дешевих товарів, преміум-сегмент

**Набором засобів маркетингу, сукупність яких підприємство, установа використовує для впливу на цільовий ринок, маючи на меті домогтися бажаного реагування з його боку є:**

1) маркетингові дослідження;

2) маркетингові комунікації;

3) комплекс маркетингу;

4) комплекс стимулювання збуту.

**Маркетинговий менеджмент у сфері культури – це:**

1) управлінська діяльність, яка включає аналіз, планування, реалізацію та контроль заходів, спрямованих на формування та інтенсифікацію попиту на послуги і збільшення прибутку

2) вид діяльності, спрямований на просування товарів від виробника до споживача за допомогою обміну

3) такий спосіб організації діяльності підприємства, при якому система управління орієнтується на ринок

4) формування та реалізація системи дослідження ринку та інформаційного забезпечення діяльності підприємства, установи

**До основних завдань маркетингу в сфері культури відносять:**

1) вивчення ринку, ціноутворення, сегментування ринку, отримання максимального прибутку

2) сегментування ринку, ринкове позиціонування, визначення цільових ринків, планування маркетингової діяльності у сфері культури

3) ринкове позиціонування, визначення цільових ринків, отримання максимального прибутку, планування маркетингової діяльності

4) задоволення потреб споживача, задоволення потреб виробника, визначення цільових ринків, планування маркетингової діяльності

**Ринок покупця – це:**

1) такий ринок, на якому продавці мають більше влади і де найактивнішими «діячами ринку» змушені бути покупці

2) такий ринок, на якому більше влади мають покупці й найактивнішими «діячами ринку» змушені бути продавці

3) такий ринок, на якому влада продавців виражається їх бажанням максимального продажу товарів, послуг

4) такий ринок, на якому влада покупців виражається можливістю диктувати свої ціни

**Суб’єктом ринку у сфері культури є:**

1) виробничі потужності

2) товар

3) процес купівлі-продажу

4) підприємство, установа культури

**Маркетинг у сфері культури:**

1) задоволення і формування попиту в так званому просторі «вільного часу» або просторі дозвілля, у якому зосереджується величезний ринковий потенціал

2) управлінська діяльність, яка включає аналіз, планування, реалізацію та контроль заходів, спрямованих на формування та інтенсифікацію попиту на послуги і збільшення прибутку

3) планування маркетингової діяльності

4) визначення цільових ринків

**До якого типу середовища відносяться установи культури?**

1) мікросередовища

2) макросередовища

3) внутрішнього середовища

4) до середовища усіх вказаних типів

**Який вид маркетингу потрібно застосувати підприємству, якщо збут матеріальної послуги коливається на сезонній, денній і навіть погодинній основі?**

1) конверсійний

2) ремаркетинг

3) протидіючий маркетинг

4) синхромаркетинг

**Який вид маркетингу доцільно застосовувати підприємству, якщо рівень попиту на її послугу вищий, ніж вона може або хоче задовольнити?**

1) ремаркетинг

2) демаркетинг

3) конверсійний маркетинг

4) стимулюючий маркетинг

**Який вид маркетингу доцільно застосовувати підприємству, якщо попит на послугу негативний і слід його створити?**

1) конверсійний маркетинг

2) синхромаркетинг

3) підтримуючий маркетинг

4) ремаркетинг

**Який вид маркетингу варто застосувати підприємству, якщо попит на послугу відсутній і його необхідно стимулювати?**

1) конверсійний маркетинг

2) стимулюючий маркетинг

3) синхромаркетинг

4) протидіючий маркетинг

**Знання ринку, пристосування до ринку, вплив на ринок, використання «4Р» – це:**

1) функції маркетингу

2) принципи маркетингу

3) концепції маркетингу

4) види маркетингу

**У сфері культури переважно розрізняють такі типи ринків:**

1) ринок товарів для фотолюбителів, ринок туристичних товарів

2) розширюваний, і такий, що не розширюється

3) ринок товарів споживчого призначення, ринок товарів промислового споживання

4) ринок дешевих товарів, преміум-сегмент,

**Аналіз ринкових можливостей підприємства, сегментування ринку, розробка товарної, цінової, збутової, комунікаційної політики, організація і контроль маркетингової діяльності – це:**

1) функції маркетингу

2) етапи розвитку ринку

3) принципи маркетингу

4) концепції управління маркетингом

**Фактори середовища маркетингу такі як надзвичайний стан, забруднення території внаслідок аварії на ЧАЕС, закон України «Про приватизацію» належать до:**

1) факторів мікросередовища

2) факторів макросередовища

3) факторів макро- і мікросередовища

4) факторів кон’юнктури ринку

**Які з наведених тут організацій не належать до маркетингових посередників?**

1) консалтингові фірми

2) рекламні агентства

3) податкова адміністрація

4) банки, страхові компанії

**Серед перелічених нижче факторами мікросередовища, що впливають на діяльність підприємства, установи культури, є:**

1) цінова стратегія конкурентів

2) банківський відсоток на вклади населення

3) збільшення питомої ваги осіб похилого віку в загальній структурі населення

4) підвищення акцизного збору на пиво