

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Баскакова Наталья Ивановна  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 14.12.2023 15:38:11  
Уникальный программный ключ:  
9dc4f904b97d8bf18fd5ed4040135cc3d02568ad

Бюджетное образовательное учреждение высшего образования Чувашской Республики  
«Чувашский государственный институт культуры и искусств» Министерства культуры,  
по делам национальностей и архивного дела Чувашской Республики



УТВЕРЖДАЮ  
И.о. декана факультета культуры  
БОУ ВО «ЧГИКИ»  
Министерства культуры Чувашии  
Л.В. Илларионова  
«30» июня 2023 г.

Б1.О.06.03

**Фонд  
оценочных средств  
по учебной дисциплине**

**Менеджмент и маркетинг в сфере культуры**  
Б1.О.06 Модуль проектной деятельности

Направление подготовки  
**52.03.01 Хореографическое искусство**

Направленность (профиль)  
**Педагогика балета**

Уровень образования  
**Высшее образование – бакалавриат**

Квалификация  
**Бакалавр**

Форма обучения  
**Очная**

Чебоксары  
2023 г.

## 1. Перечень компетенций, с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Компетенция и индикаторы ее достижения в дисциплине	Образовательные результаты (этапы формирования компетенции)		
	теоретический <i>знает</i>	модельный <i>умеет</i>	практический <i>владеет</i>
<p>Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений (УК-2)</p> <p>ИУК -2.1. Формулирует задачи в соответствии с целью проекта</p> <p>ИУК-2.2. Демонстрирует знание правовых норм достижения поставленной цели в сфере реализации проекта.</p> <p>ИУК-2.3. Демонстрирует умение определять имеющиеся ресурсы для достижения цели проекта.</p> <p>ИУК-2.4. Аргументировано отбирает и реализует различные способы решения задач в рамках цели проекта.</p>	<p>правовые и нормативные документы, регламентирующие решение поставленной задачи; правила и алгоритмы решения поставленной задачи.</p>	<p>осуществлять поиск информации о способах и методах решения поставленной задачи; выявлять ресурсы, необходимые для ее решения; оценить экономическую эффективность выбранного метода решения проблемы; формировать алгоритмы решения задач.</p>	<p>методами и методиками решения поставленной задачи, объективно отвечающими внутренней сути проблемы.</p>
<p>Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде (УК-3)</p> <p>ИУК-3.1. Определяет свою роль в команде на основе использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели.</p> <p>ИУК-3.2. Планирует последовательность шагов для достижения заданного результата.</p>	<p>стратегию поведения в команде в зависимости от условий, собственные преимущества и недостатки, пути саморазвития.</p>	<p>анализировать общество, профессиональное сообщество, команду как систему, выявлять собственные роли в обществе; определять цели команды, ее функции и роли каждого участника группы.</p>	<p>методами установления контакта в процессе межличностного взаимодействия, средствами подготовки и проведения самопрезентации, составления автобиографии.</p>

## 2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

№ п/п	Разделы (темы) дисциплины	Средства оценивания, используемые для текущего оценивания показателя формирования компетенции	Показатели формирования компетенции (образовательные результаты)		
			УК-2		
			знает	умеет	владеет
1.	Возникновения менеджмента как науки	OC-2 Выступление с презентацией	+	+	
2.	Менеджмент и виды деятельности	OC-2 Выступление с презентацией	+	+	
		OC-1 Контрольная работа №1	+	+	+
3.	Социокультурный менеджмент как компонент культурной политики	OC-2 Выступление с презентацией	+	+	
4.	Функции государства в управлении социокультурной сферой	OC-2 Выступление с презентацией	+	+	
		OC-1 Контрольная работа №1	+	+	+
5.	Кадровые и информационные ресурсы социокультурного менеджмента	OC-2 Выступление с презентацией	+	+	
		OC-4 Реферат	+	+	+
6.	Модели социокультурного управления	OC-2 Выступление с презентацией	+	+	
		OC-3 Контрольная работа №2	+	+	+
7.	Культура менеджмента и организационная культура фирмы	OC-2 Выступление с презентацией	+	+	
		OC-1 Контрольная работа №1	+	+	+
8.	Региональные системы управления социокультурной деятельностью	OC-2 Выступление с презентацией	+	+	
9.	Соответствие культурной политики задачам государства в условиях новой социально-политической системы	OC-2 Выступление с презентацией	+	+	
			УК-3		
			знает	умеет	владеет
10.	Виды и особенности некоммерческих организаций сферы культуры и маркетинг	OC-2 Выступление с презентацией	+	+	
		OC-4 Реферат	+	+	+
11.	Маркетинг и виды деятельности	OC-2 Выступление с презентацией	+	+	
		OC-3 Контрольная работа №2	+	+	+
12.	Технология маркетинговой деятельности	OC-2 Выступление с презентацией	+	+	
13.	Промежуточная аттестация	OC-5 Зачет			

### **3. Формы контроля и критерии оценивания**

#### **3.1. Контрольная работа №2:**

##### **3.1. Анализ выдающихся менеджеров в истории человечества**

Примерные варианты выдающихся менеджеров в истории человечества:

1. Дэвид Паккард
2. Кэтрин Грэм
3. Уильям МакНайт
4. Дэвид Максвелл
5. Джеймс Берк
6. Дарвин Смит
7. Джордж Мерк
8. Сэм Уолтон
9. Билл Аллен
10. Чарльз Коффин
11. Джордж Мерк
12. Джек Уэлч
13. Генри Форд
14. Фред Смит,
15. Лу Герстнера

*«от 7-8 баллов»* выставляется, если студент имеет глубокие знания учебного материала по теме практической работы, показывает усвоение взаимосвязи основных понятий, используемых в работе, смог ответить на все уточняющие и дополнительные вопросы. Студент демонстрирует знания теоретического и практического материала по теме практической работы.

*«от 5-6 баллов»* выставляется, если студент показал знание учебного материала, усвоил основную литературу, смог ответить почти полно на все заданные дополнительные и уточняющие вопросы. Студент демонстрирует знания теоретического и практического материала по теме практической работы, допуская незначительные неточности при ответе на вопросы.

*«от 3-4 баллов»* выставляется, если студент в целом освоил материал практической работы, ответил не на все уточняющие и дополнительные вопросы. Студент затрудняется с правильной оценкой предложенной задачи, даёт неполный ответ, требующий наводящих вопросов преподавателя, выбор алгоритма решения задачи возможен при наводящих вопросах преподавателя.

*«от 1-2 баллов»* выставляется студенту, если он имеет существенные пробелы в знаниях основного учебного материала практической работы, который полностью не раскрыл содержание вопросов, не смог ответить на уточняющие и дополнительные вопросы. Студент даёт неверную оценку ситуации.

#### **Контрольная работа №2**

**Задание.** Используя SWOT-анализ, проанализировать возможности учреждения культуры в создании PR-сопровождения деятельности. Определить сильные и слабые стороны учреждения, варианты использования существующих возможностей и пути нивелирования угроз.

#### **Критерии оценивания контрольной работы:**

*«от 7-8 баллов»* выставляется, если студент имеет глубокие знания учебного материала по теме практической работы, показывает усвоение взаимосвязи основных понятий, используемых в работе, смог ответить на все уточняющие и дополнительные вопросы. Студент демонстрирует знания теоретического и практического материала по теме практической работы.

«от 5-6 баллов» выставляется, если студент показал знание учебного материала, усвоил основную литературу, смог ответить почти полно на все заданные дополнительные и уточняющие вопросы. Студент демонстрирует знания теоретического и практического материала по теме практической работы, допуская незначительные неточности при ответе на вопросы.

«от 3-4 баллов» выставляется, если студент в целом освоил материал практической работы, ответил не на все уточняющие и дополнительные вопросы. Студент затрудняется с правильной оценкой предложенной задачи, даёт неполный ответ, требующий наводящих вопросов преподавателя, выбор алгоритма решения задачи возможен при наводящих вопросах преподавателя.

«от 1-2 баллов» выставляется студенту, если он имеет существенные пробелы в знаниях основного учебного материала практической работы, который полностью не раскрыл содержание вопросов, не смог ответить на уточняющие и дополнительные вопросы. Студент даёт неверную оценку ситуации.

### **3.2. Реферат.**

Примерные темы рефератов

1. История развития менеджмента как науки.
2. Концепции и функции менеджмента.
3. Характеристика и виду организационных структур управления.
4. Влияние внешней на деятельность.
5. Особенности ведения деловых переговоров.
6. Власть и лидерство: сущность и значение.
7. Виды конфликтов в организации и пути выхода из них».
8. Управление персоналом на предприятии.
9. Мотивация персонала: виды и значение для деятельности фирмы.
10. Коммуникация и коммуникационные процессы в организации.
11. Принятие управленческих решений.
12. Характеристика деловой этики.
13. Жизненный цикл организации.
14. Сущность и значение самоменеджмента.
15. Зарубежный опыт управления организацией.
16. Стратегическое планирование и его значение.
17. Внедрение изменений на предприятии: барьеры и мероприятия, направленные на адаптацию персонала к нововведениям.
18. Харизматичность: сущность, значение и способы развития харизмы.
19. Мероприятия, способствующие повышению конкурентоспособности фирмы.
20. Применение конкурентных стратегий.
21. Основные понятия, принципы и категории маркетинга.
22. Социально-экономическая сущность маркетинга и его цели.
23. Основные функции маркетинга и их составляющие.
24. Культура как коммерческая производственная отрасль.
25. Специфика маркетинга услуг.
26. Понятие продукции в СКС. Услуги УК.
27. Маркетинговая информация как основное средство анализа рыночных возможностей.
28. Маркетинговые исследования в сфере культуры: этапы проведения, методы и средства.
29. Паблик рилейшнз в концепции маркетинга.
30. Маркетинговые исследования: виды и методы.
31. Классификация потребительских товаров в маркетинге.
32. Современные интернет-коммуникации: новые горизонты продаж.

33. Язык коммерческой и политической рекламы.
34. Микросреда маркетинга и ее основные определяющие факторы.
35. Маркетинг как основа современного бизнеса.
36. Рекламная стратегия компаний. Киномаркетинг.
37. Маркетинговый бизнес-план.
38. Мерчендайзинг – искусство торговли.
39. Разработка товарной марки продукции.
40. Особенности проведения маркетинговых исследований.

**Критерии и показатели, используемые при оценивании учебного реферата  
(связаны с рабочей программой дисциплины)**

Критерии	Показатели
Новизна реферированного текста Макс. – 2 баллов	– актуальность проблемы и темы; – новизна и самостоятельность в постановке проблемы, в формулировании нового аспекта выбранной для анализа проблемы; – наличие авторской позиции, самостоятельность суждений.
Степень раскрытия сущности проблемы Макс. – 8 баллов	– соответствие плана теме реферата; – соответствие содержания теме и плану реферата; – полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы; – обоснованность способов и методов работы с материалом; – умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал; – умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы.
Обоснованность выбора источников Макс. – 2 баллов	– круг, полнота использования литературных источников по проблеме; – привлечение новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.).
Соблюдение требований к оформлению Макс. - 2 баллов	– правильное оформление ссылок на используемую литературу; – грамотность и культура изложения; – владение терминологией и понятийным аппаратом проблемы; – соблюдение требований к объему реферата; – культура оформления: выделение абзацев.
Грамотность Макс. – 6 баллов	– отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей; – отсутствие опечаток, сокращений слов, кроме общепринятых; – литературный стиль.

### 3.3. Тестовые задания

#### ВАРИАНТ №1

#### **ЗАДАНИЕ № 1 (выберите правильные варианты ответа)**

Как осуществляется текущий контроль в организации?

1. путем заслушивания работников организации на производственных совещаниях;
2. путем наблюдения за работой работников;
3. с помощью системы обратной связи между руководящей и руководимой системами;
4. путем докладов на сборах и совещаниях;
5. вышестоящей структурой.

**ЗАДАНИЕ № 2 (выберите правильные варианты ответа)**

Кто должен осуществлять контроль за выполнением поставленных задач перед коллективом?

1. специалисты;
2. работники;
3. руководители;
4. отдельные руководители;
5. министерства.

**ЗАДАНИЕ № 3 (выберите правильные варианты ответа)**

Контроль - это:

1. вид управленческой деятельности по обеспечению выполнения определенных задач и достижения целей организации;
2. вид человеческой деятельности;
3. наблюдение за работой персонала организации;
4. наблюдение за выполнением персоналом отдельных заданий;
5. постоянная проверка того, как организация осуществляет свои цели и корректирует свои действия.

**ЗАДАНИЕ № 4 (выберите правильные варианты ответа)**

Для сокращения потребности в контроле целесообразно:

1. создавать организационные и социально-психологические условия для персонала;
2. создавать соответствующие социальные условия для персонала;
3. создавать соответствующие организационные условия для персонала;
4. постоянно совершенствовать систему стимулирования труда персонала;
5. постоянно повышать квалификацию персонала.

**ЗАДАНИЕ № 5 (выберите правильные варианты ответа)**

Контроль должен быть:

1. объективным и гласным;
2. гласным и действенным;
3. объективным, деловым, эффективным, систематическим и гласным.
4. эффективным;
5. текущим.

**ЗАДАНИЕ № 6 (выберите правильные варианты ответа)**

Что есть основой мотивации труда в японских корпорациях?

1. получение высоких материальных вознаграждений;
2. гармонизация между трудом и капиталом;
3. признание заслуг;
4. постоянное повышение квалификации персонала;
5. достижение конкурентного преимущества.

**ЗАДАНИЕ № 7 (выберите правильные варианты ответа)**

Какие основные группы потребностей выделил украинский ученый Туган-Барановский?

1. физиологические и альтруистические;
2. половые и физиологические;
3. физиологические, половые, симптоматические инстинкты и потребности, альтруистические;
4. физиологические и симптоматические;
5. физиологические, потребности в безопасности, в отношениях принадлежности, в самовыражении, в самоактуализации.

**ЗАДАНИЕ № 8 (выберите правильные варианты ответа)**

Когда исторически возник вопрос мотивации труда?

1. со времен появления денег;
2. со времен возникновения организаций;
3. со времен появления руководителя организации;
4. со времен зарождения организованного производства;
5. во время буржуазных революций в Европе.

**ЗАДАНИЕ № 9 (выберите правильные варианты ответа)**

Как следует понимать мотивы престижа?

1. попытки работника занять высшую должность в организации;
2. попытки работника реализовать свою социальную роль, взяв участие в общественно важной работе;
3. попытки работника получать высокую зарплату;
4. попытки работника взять участие в общественной работе;
5. попытки работника иметь влияние на других людей.

**ЗАДАНИЕ № 10 (выберите правильные варианты ответа)**

Какие основные группы мотивов к труду выделил украинский ученый В. Подмарков?

1. обеспечение и признание;
2. признание и престиж;
3. обеспечение, признание, престиж;
4. обеспечение и престиж;
5. имидж, престиж.

**ЗАДАНИЕ № 11 (выберите правильные варианты ответа)**

Оперативные планы разрабатываются сроком на:

1. полгода, месяц, декаду, неделю;
2. по рабочим дням;
3. 3-5 лет;
4. 1 год;
5. 10 лет.

**ЗАДАНИЕ № 12 (выберите правильные варианты ответа)**

Под планированием понимают:

1. вид деятельности;
2. отделённый вид управленческой деятельности, который определяет перспективу и будущее состояние организации;
3. перспективу развития;
4. состояние организации;
5. интеграцию видов деятельности.

**ЗАДАНИЕ № 13 (выберите правильные варианты ответа)**

Организационное планирование осуществляется:

1. только на высшем уровне управления;
2. на высшем и среднем уровнях управления;
3. на среднем уровне управления;
4. на всех уровнях управления;
5. определение потребностей подчиненных.



**ЗАДАНИЕ № 14 (выберите правильные варианты ответа)**

Если Вам придется объяснять, что представляет собой функция планирования, то выскажете что это:

1. установление целей и задач развития объектов управления, определение путей и средств их достижения;
2. установление целей организации;
3. определение путей и средств выполнения заданий;
4. определение способов достижения целей организации;
5. моделирование действий организации.

**ЗАДАНИЕ № 15 (выберите правильные варианты ответа)**

Одна из форм монополии, объединение многих промышленных, финансовых и торговых предприятий, которые формально сохраняют самостоятельность, а фактически подчинены финансовому контролю и руководству главенствующей в объединении группе предприятий:

1. концерн;
2. картель;
3. консорциум;
4. корпорация;
5. ассоциация.

**ЗАДАНИЕ № 16 (выберите правильные варианты ответа)**

Вид хозяйственной деятельности, при которой часть участников отвечает по долгам всем своим имуществом, а часть только в пределах своих взносов в уставной фонд

1. дочернее товарищество;
2. товарищество с ограниченной ответственностью;
3. полное товарищество;
4. коммандитное товарищество;
5. акционерное общество.

**ЗАДАНИЕ № 17 (выберите правильные варианты ответа)**

Вид хозяйственной деятельности, при которой ее участники отвечают по долгам предприятия своими взносами в уставной фонд, а при недостатке этих сумм - дополнительное имущество, которое им принадлежит:

1. полное товарищество;
2. товарищество с ограниченной ответственностью;
3. коммандитное товарищество;
4. товарищество с дополнительной ответственностью;
5. производственный кооператив.

**ЗАДАНИЕ № 18 (выберите правильные варианты ответа)**

Вид хозяйственной деятельности, когда все ее участники занимаются совместной предпринимательской деятельностью и несут солидарную ответственность по обязательствам общества всем своим имуществом это -:

1. товарищество с дополнительной ответственностью;
2. товарищество с ограниченной ответственностью;
3. полное товарищество;
4. коммандитное товарищество;
5. акционерное общество.

**ЗАДАНИЕ № 19 (выберите правильные варианты ответа)**

Организация, которая имеет однозначные внутренние взаимосвязи жесткую регламентацию всех сторон деятельности это:

1. первичная организация;
2. органическая организация;
3. вторичная организация;
5. на корпоративном уровне.

**ЗАДАНИЕ № 20 (выберите правильные варианты ответа)**

К средствам мотивации труда не относятся:

1. вознаграждения;
2. проведение производственных совещаний;
3. повышение квалификации персонала;
4. обеспечение условий для самовыражения;
5. объявление благодарности.

**ВАРИАНТ №2**

**ЗАДАНИЕ № 1 (выберите правильные варианты ответа)**

На уверенности в том, что за определенную выполненную работу человек получит вознаграждение основывается следующая теория мотивации:

1. справедливости;
2. потребностей;
3. вознаграждений;
4. ожиданий;
5. предположений.

**ЗАДАНИЕ № 2 (выберите правильные варианты ответа)**

В соответствии с концепцией Мескона основные (общие) функции управления реализуются в следующем порядке:

1. планирование, организация, мотивация, контроль;
2. организация, планирование, контроль, мотивация;
3. планирование, организация, контроль, мотивация;
4. мотивация, контроль, планирование, организация;
5. стратегия, планирование, организация, контроль.

**ЗАДАНИЕ № 3 (выберите правильные варианты ответа)**

Когда осуществляется заключительный контроль в организации?

1. до фактического начала выполнения работ;
2. после, выполнения запланированных работ;
3. в ходе проведения определенных работ;
4. тогда, когда удобно руководителю;
5. после достижения поставленных целей.

**ЗАДАНИЕ № 4 (выберите правильные варианты ответа)**

Когда осуществляется текущий контроль в организации?

1. после выполнения определенных работ;
2. до фактического начала выполнения определенных работ;
3. в ходе проведения определенных работ;
4. тогда, когда удобно руководителю;
5. тогда, когда удобно коллективу.

**ЗАДАНИЕ № 5 (выберите правильные варианты ответа)**

Что обеспечивает управленческая функция «мотивация»?

1. достижение личных целей;
2. побуждение работников к эффективному выполнению поставленных задач;
3. исполнение принятых управленческих решений;
4. обеспечение беспорядочного влияния на подчиненного;
5. побуждение работников к деятельности.

**ЗАДАНИЕ № 6 (выберите правильные варианты ответа)**

Если вам придется объяснять, что представляет собой функция мотивации, то Вы скажете, что это:

1. процесс достижения поставленных перед администрацией целей;
2. побуждение себя к эффективной деятельности;
3. процесс побуждения себя и других к эффективной деятельности достижения поставленных перед организацией целей;
4. способ влияния на персонал с целью достижения целей;
4. механистическая организация;
5. динамичная организация.

**ЗАДАНИЕ № 7 (выберите правильные варианты ответа)**

Определяются следующие фазы жизненного цикла организации:

1. создание, становление, развитие, возрождение;
2. рождение, зрелость;
3. рождение, детство, юность, зрелость, старение, возрождение;
4. рождение, зрелость, возрождение;
5. создание, развитие, зрелость, старение.

**ЗАДАНИЕ № 8 (выберите правильные варианты ответа)**

К основным составляющим элементам внутренней среды организации не относятся:

1. потребители, конкуренты, законы;
2. цели, задачи;
3. персонал, технологии;
4. структура управления;
5. потребители.

**ЗАДАНИЕ № 9 (выберите правильные варианты ответа)**

Что следует понимать под миссией организации?

1. основные задания организации;
2. основные функции организации;
3. основное направление деятельности;
4. четко выраженные причины существования;
5. основные принципы организации.

**ЗАДАНИЕ № 10 (выберите правильные варианты ответа)**

Если Вам придется объяснять, что следует понимать под организацией, Вы скажете, что это:

1. объединение людей для выполнения определенных работ;
2. сознательное объединение людей, которое действует на основании определенных процедур и правил и совместно реализует определенную программу или цели;
3. группа людей, которые совместно реализуют определенные программы;
4. группа людей, которые объединяются на основе симпатии друг к другу для реализации личных целей;
5. объединение людей по интересам.

**ЗАДАНИЕ № 11 (выберите правильные варианты ответа)**

К внутренней среде относятся:

1. поставщики, трудовые ресурсы, законы и учреждения государственного регулирования, потребители, конкуренты;
2. состояние экономики, изменения в политике, социальная культура, НТП, технологии, групповые интересы, международная среда;
3. цели, кадры, задачи, структура, технология, организационная культура;
4. планы, прогнозы, организационная структура, мотивация, контроль
5. партнеры, персонал, социально-психологические условия.

**ЗАДАНИЕ № 12 (выберите правильные варианты ответа)**

Тест по менеджменту. К внешней среде организации непрямого действия относятся:

1. поставщики, трудовые ресурсы, законы и учреждения государственного регулирования, потребители, конкуренты;
2. состояние экономики, изменения в политике, социальная культура, НТП, технологии, групповые интересы, международная среда;
3. цели, кадры, задачи, структура, технология, организационная культура;
4. планы, прогнозы, организационная структура, мотивация, контроль;
5. партнеры, персонал, социально-психологические условия.

**ЗАДАНИЕ № 13 (выберите правильные варианты ответа)**

Какие принципы менеджмента обосновал в своей книге «Никомахова этика» древнегреческий философ Аристотель?

1. этические и эстетические принципы;
2. организационные;
3. корпоративные;
4. моральные принципы;
5. специфические принципы.

**ЗАДАНИЕ № 14 (выберите правильные варианты ответа)**

Как можно объяснить сущность принципа «подчиненность личного интереса общему»?

1. в организации всегда должен учитываться только личный интерес руководителей организации;
2. интерес одного работника должен преобладать над интересами организации в целом;
3. интерес отдельных менеджеров должен преобладать над интересами отдельных групп работников;
4. в организации интересы одного работника или группы не должны преобладать над интересами организации в целом;
5. интерес организации не должен преобладать над интересами коллектива.

**ЗАДАНИЕ № 15 (выберите правильные варианты ответа)**

Что предусматривает дисциплина как принцип менеджмента?

1. выполнение всеми работниками поставленных заданий;
2. четкое придерживание администрацией предприятия и его персоналом заключенного коллективного договора и контракта;
3. выполнение менеджерами поставленных заданий;
4. выполнение работниками аппарата управления поставленных заданий;
5. полное подчинение работников руководящему аппарату.

**ЗАДАНИЕ № 16 (выберите правильные варианты ответа)**

Что должны отражать современные принципы менеджмента?

1. основные закономерности управления;
2. основные связи, которые складываются в системе;
3. основные отношения, которые складываются в системе;
4. основные свойства, связи и отношения управления, которые складываются в системе;
5. обязательное наличие цели при управлении.

**ЗАДАНИЕ № 17 (выберите правильные варианты ответа)**

Что является основой управления какой-либо системы?

1. принципы, которые отражают рыночные условия хозяйствования;
2. методы менеджмента;
3. функции менеджмента;
4. финансовые ресурсы;
5. объект менеджмента.

**ЗАДАНИЕ № 18 (выберите правильные варианты ответа)**

Где по мнению отечественных и зарубежных специалистов менеджмента сформировалась практика управления организацией?

1. в Шумерии, Македонии, Риме, Киевской Руси;
2. в Киевской Руси;
3. в Риме и Шумерии;
4. в Шумерии и Македонии;
5. в Русской империи.

**ЗАДАНИЕ № 19 (выберите правильные варианты ответа)**

Подход, который требует принятия оптимального решения, которое зависит от соотношения взаимодействующих факторов - это:

1. ситуационный подход;
2. системный подход;
3. процессный подход;
4. поведенческий подход;
5. текущий подход.

**ЗАДАНИЕ № 20 (выберите правильные варианты ответа)**

Если управление рассматривает все процессы и явления в виде целостной системы, которая имеет новые качества и функции, которые отсутствуют у элементов, которые их составляют, то мы имеем дело с:

1. поведенческим подходом.
2. процессным подходом;
3. ситуационным подходом;
4. системным подходом;
5. текущим подходом.

**ВАРИАНТ №3**

**ЗАДАНИЕ № 1 (выберите правильные варианты ответа)**

Что является основным в определении сути маркетинга?

- а) сбыт товаров;
- б) снижение издержек производства;
- а) установление цен на товары;
- г) удовлетворения потребностей потребителей.

**ЗАДАНИЕ № 2 (выберите правильные варианты ответа)**

Какая из перечисленных ориентаций коммерческой деятельности соответствует современной концепции маркетинга?

- а) товарная ориентация;
- б) производственная ориентация;
- в) сбытовая ориентация;
- г) ориентация на потребителя, общество в целом.

**ЗАДАНИЕ № 3 (выберите правильные варианты ответа)**

Объектами маркетинга являются:

- а) товары;
- б) услуги;
- в) фирмы;
- г) все вышеперечисленные ответы.

**ЗАДАНИЕ № 4 (выберите правильные варианты ответа)**

Какие из перечисленных видов деятельности лежат вне сферы маркетинга:

- а) маркетинговые исследования;
- б) инвентарный контроль;
- в) товарная политика;
- г) создание рекламного обращения.

**ЗАДАНИЕ № 5 (выберите правильные варианты ответа)**

Основными составными частями комплекса маркетинга являются:

- а) товар, цена, продвижение товара, распространение;

- б) товар, стимулирование сбыта, реклама;
- в) сбыт товара, ценообразование, продвижение;
- г) планирование продукции, определение цены, использование товарных знаков.

**ЗАДАНИЕ № 6 (выберите правильные варианты ответа)**

С точки зрения маркетинга товар – это:

- а) результат исследований, разработок и производства;
- б) продукт труда предназначен для продажи;
- в) все, что предлагается на рынке с целью удовлетворения потребностей потребителей;
- г) все товары на предприятиях.

**ЗАДАНИЕ № 7 (выберите правильные варианты ответа)**

Позиционирование товара – это:

- а) сегментирование рынка;
- б) определение уровня восприятия потребителями идеи нового товара;
- в) поиски достойного места товара на рынке, исходя из его принятия потребителями;
- г) выбор целевого рынка.

**ЗАДАНИЕ № 8 (выберите правильные варианты ответа)**

Комплекс маркетинговых коммуникаций включает:

- а) рекламу, пропаганду, персональная продажа и систему скидок;
- б) рекламу, персональную продажу, пропаганду и стимулирование сбыта;
- в) рекламу, public relations, стимулирование сбыта и пропаганду;
- г) рекламу, выставки, презентации, конкурсы.

**ЗАДАНИЕ № 9 (выберите правильные варианты ответа)**

Какую цель может иметь рекламное обращение к целевой аудитории?

- а) привлечь внимание;
- б) удержать интерес;
- в) побуждать к действию, то есть покупки;
- г) все ответы правильные.

**ЗАДАНИЕ № 10 (выберите правильные варианты ответа)**

Проведение маркетинговых исследований позволяет решать следующие задачи:

- а) поиск потенциальных покупателей и детальный анализ потребностей существующих покупателей;
- б) мотивацию покупателей;
- в) продажа товаров по цене ниже себестоимости;
- г) увеличение реальных доходов граждан.

**ЗАДАНИЕ № 11 (выберите правильные варианты ответа)**

Ориентация фирмы на получение прибыли в основном за счет повышения эффективности производства характерна для:

- а) концепции социально-этичного маркетинга;
- б) концепции интенсификации коммерческих усилий;
- в) концепции совершенствования производства;
- г) концепции совершенствования товара;
- д) концепции маркетинга.

**ЗАДАНИЕ № 12 (выберите правильные варианты ответа)**

Ориентация фирмы на получение прибыли в основном за счет постоянного совершенствования товара характерна для

- а) концепции социально-этичного маркетинга;
- б) концепции интенсификации коммерческих усилий;
- в) концепции совершенствования производства;
- г) концепции совершенствования товара;
- д) концепции маркетинга.

**ЗАДАНИЕ № 13 (выберите правильные варианты ответа)**

Ориентация фирмы на получение прибыли в основном за счет увеличения объемов продаж товара в результате принятия соответствующих мер в сфере сбыта и стимулирования характерна для:

- а) концепции социально-этичного маркетинга;
- б) концепции интенсификации коммерческих усилий;
- в) концепции совершенствования производства;
- г) концепции совершенствования товара;
- д) концепции маркетинга.

**ЗАДАНИЕ № 14 (выберите правильные варианты ответа)**

Ориентация фирмы на получение прибыли в основном за счет определения потребностей потребителей и целевых рынков, обеспечение желаемого уровня удовлетворения потребностей с одновременным сохранением или повышением благосостояния потребителя и общества в целом характерна для:

- а) концепции социально-этичного маркетинга;
- б) концепции интенсификации коммерческих усилий;
- в) концепции совершенствования производства;
- г) концепции совершенствования товара;
- д) концепции маркетинга.

**ЗАДАНИЕ № 15 (выберите правильные варианты ответа)**

Реклама – это элемент:

- а) политики продвижения товара;
- б) товарной политики;
- в) сбытовой политики;
- г) ценовой политики.

**ЗАДАНИЕ № 16 (выберите правильные варианты ответа)**

Комплекс маркетинга включает в себя:

- а) управления предприятием;
- б) совокупность инструментов (товар, цена, распространение, продвижение);
- в) выбор условий реализации;
- г) ваш вариант ответа.

**ЗАДАНИЕ № 17 (выберите правильные варианты ответа)**

Каналом распределения называют:

- а) способ распространения рекламы;
- б) совокупность организаций и лиц, способствующих перемещению товара от производителя к потребителю;
- в) способ транспортировки товара;
- г) оптового посредника.



**ЗАДАНИЕ № 18 (выберите правильные варианты ответа)**

К какому элементу системы маркетинговых коммуникаций принадлежит установление и поддержание связей с прессой:

- а) рекламы;
- б) персональной продажи;
- в) пропаганды;
- г) стимулирование сбыта.

**ЗАДАНИЕ № 19 (выберите правильные варианты ответа)**

Спрос на товары эластичный если:

- а) при изменении цены спрос существенно изменяется;
- б) при изменении цены спрос остается неизменным;
- в) цена и спрос не зависят друг от друга;
- г) спрос постоянно растет.

**ЗАДАНИЕ № 20 (выберите правильные варианты ответа)**

Каналы распределения выполняют следующие функции:

- а) закупка и продажа товаров;
- б) транспортировки и хранения продукции;
- в) создание торгового ассортимента;
- г) все ответы правильные.

**ВАРИАНТ №4**

**ЗАДАНИЕ № 1 (выберите правильные варианты ответа)**

Разработка рекламной стратегии включает:

- а) создание рекламного обращения;
- б) определение эффективности рекламы;
- в) создание концепции товара;
- г) определение целевой аудитории.

**ЗАДАНИЕ № 2 (выберите правильные варианты ответа)**

К внутренним факторам, могут повлиять негативно на продвижение новых товаров на рынок относятся:

- а) усиление законодательных норм;
- б) увеличение возраста потребителей;
- в) снижение количества населения;
- г) несовершенство программы маркетинга.

**ЗАДАНИЕ № 3 (выберите правильные варианты ответа)**

Различают следующие уровни товара:

- а) новый и модифицированный;
- б) товар по замыслу; товар в реальном исполнении; товар с подкреплением;
- в) товар с упаковкой; товар без упаковки;
- г) второй сорт, первый сорт, высший сорт.

**ЗАДАНИЕ № 4 (выберите правильные варианты ответа)**

Отбор целевых рынков – это:

- а) удовлетворения всех без исключения потребителей;
- б) поиск группы или групп покупателей, на удовлетворение потребностей которого фирма ориентируется;
- в) определение места продажи своего товара;
- г) определение вида продвижения товара.

**ЗАДАНИЕ № 5 (выберите правильные варианты ответа)**

Потребительский рынок формируется:

- а) предприятиями, которые покупают товары для их последующей реализации;
- б) лицами, которые приобретают товары для их собственного потребления;
- в) лицами, которые приобретают товары для продажи;
- г) предприятиями изготовителями готовой продукции;

**ЗАДАНИЕ № 6 (выберите правильные варианты ответа)**

На поведение покупателей на потребительском рынке влияют такие факторы

- а) культурные факторы (культура, субкультура, социальный класс);
- б) социальные факторы (референтная группа, семья, роли и статусы);
- в) личные факторы (возраст и этап жизненного цикла, вид деятельности, экономическое положение, образ жизни, тип личности);
- г) психологические факторы (восприятие, усвоение опыта, взгляды и убеждения);
- д) все ответы верны.

**ЗАДАНИЕ № 7 (выберите правильные варианты ответа)**

Рынок товаров производственного назначения это:

- а) все организации, скупают товары и услуги для производства других товаров и услуг или для перепродажи или сдачи в аренду с целью получения прибыли;
- б) все организации, приобретающие товары и услуги для производства других товаров;
- в) все потребители, приобретающие товары и услуги для их перепродажи с целью получения прибыли;
- г) все потребители, приобретающие товары и услуги для их сдачи в аренду с целью получения прибыли.

**ЗАДАНИЕ № 8 (выберите правильные варианты ответа)**

Из чего состоит рынок товаров потребительского назначения?

- а) компаний, приобретающих товары для их дальнейшей реализации;
- б) фирм-производителей товаров потребительского назначения;
- в) покупателей, приобретающих товары для личного пользования.

**ЗАДАНИЕ № 9 (выберите правильные варианты ответа)**

С чем связан ремаркетинг?

- а) снижающимся спросом;
- б) возрастающим спросом;
- в) чрезмерным спросом.

**ЗАДАНИЕ № 10 (выберите правильные варианты ответа)**

Кто является основоположником маркетинга:

- а) Альфред Ньюман;
- б) Клейтон Кристенсен;
- в) Филип Котлер.

**ЗАДАНИЕ № 11 (выберите правильные варианты ответа)**

Что из перечисленного относят к каналам личной коммуникации?

- а) общение одного лица с аудиторией;
- б) прямую почтовую рекламу;
- в) рекламу по телевидению;
- г) печатную рекламу.

**ЗАДАНИЕ № 12 (выберите правильные варианты ответа)**

Что такое прямой маркетинг?

- а) устное представление товара в ходе беседы с одним покупателем;
- б) устное представление товара в ходе беседы с группой покупателей;
- в) продажа товаров с помощью почты, телефона, телевидения;
- г) благожелательное представление товара в СМИ.

**ЗАДАНИЕ № 13 (выберите правильные варианты ответа)**

Хлеб и молоко, которые реализуют населению, относятся к следующей классификационной группе:

- а) товары импульсной покупки;
- б) товары особого спроса;
- в) товары постоянного спроса;
- г) товары предварительного выбора;
- д) товары пассивного спроса.

**ЗАДАНИЕ № 14 (выберите правильные варианты ответа)**

Сколько процентов составляют затраты фирмы на рекламу?

- а) 1 % от суммы продаж;
- б) 2-10 % от суммы продаж;
- в) 20 % от суммы продаж;
- г) зависит от вида хозяйственной деятельности фирмы.

**ЗАДАНИЕ № 15 (выберите правильные варианты ответа)**

По пирамиде Маслоу индивид сначала хочет удовлетворить:

- а) потребность в любви;
- б) потребность в безопасности;
- в) физиологические потребности;
- г) потребность в саморазвитии.

**ЗАДАНИЕ № 16 (выберите правильные варианты ответа)**

Главное в определении маркетинга:

- а) сбыт товара;
- б) снижение издержек производства;
- в) удовлетворение потребностей потребителей;
- г) установление цены товара.

**ЗАДАНИЕ № 17 (выберите правильные варианты ответа)**

Определите, чем пропаганда отличается от рекламы:

- а) ее платности;
- б) ее личном характере;
- в) ее общественном характере;
- г) она не оплачивается.

**ЗАДАНИЕ № 18 (выберите правильные варианты ответа)**

Из чего состоит комплекс маркетинговых коммуникаций?

- а) пяти элементов;
- б) шести элементов;
- в) девяти элементов;
- г) трех элементов.

**ЗАДАНИЕ № 19 (выберите правильные варианты ответа)**

Формирование сегмента по составу семьи относится к:

- а) географическому критерию сегментирования;
- б) демографическому критерию сегментирования;
- в) поведенческому критерию сегментирования;
- г) психографическому критерию сегментирования.

**ЗАДАНИЕ № 20 (выберите правильные варианты ответа)**

Что из данного является обязательным элементом процесса коммуникации?

- а) реклама;
- б) стимулирование сбыта;
- в) обратная связь;
- г) все перечисленные.

**Критерии и показатели, используемые при оценивании теста**

Тест выполняется в ходе текущей аттестации, он оценивается из расчета 1 балл за правильный ответ. Максимальное количество баллов за 1 тестовое задание 20 баллов (т.к. всего в задании 20 вопросов). Выполнение тестового задания засчитывается в случае более 50 % -100% правильных ответов. 50 % и менее правильных ответов - задание не засчитывается.

п.п.	Вариант №1	Вариант №2	Вариант №3	Вариант №4
1.	3	4	г	а
2.	3	1	г	г
3.	1	2	г	б
4.	1	3	б	б
5.	3	2	а	б
6.	2	3	в	д
7.	3	3	в	а
8.	4	2	б	в
9.	2	4	г	а
10.	3	2	а	в
11.	1	3	в	а
12.	2	2	г	в
13.	4	1	б	в
14.	1	4	а	г
15.	1	2	а	в
16.	4	4	б	в
17.	4	1	б	г
18.	3	3	в	а
19.	2	1	а	б
20.	4	3	г	в

### **3.4. Выступление на практическом занятии**

#### **Критерии оценивания выступления на практическом занятии**

«от 7-8 баллов» выставляется, если студент имеет глубокие знания учебного материала по теме практической работы, показывает усвоение взаимосвязи основных понятий, используемых в работе, смог ответить на все уточняющие и дополнительные вопросы. Студент демонстрирует знания теоретического и практического материала по теме практической работы.

«от 5-6 баллов» выставляется, если студент показал знание учебного материала, усвоил основную литературу, смог ответить почти полно на все заданные дополнительные и уточняющие вопросы. Студент демонстрирует знания теоретического и практического материала по теме практической работы, допуская незначительные неточности при ответе на вопросы.

«от 3-4 баллов» выставляется, если студент в целом освоил материал практической работы, ответил не на все уточняющие и дополнительные вопросы. Студент затрудняется с правильной оценкой предложенной задачи, даёт неполный ответ, требующий наводящих вопросов преподавателя, выбор алгоритма решения задачи возможен при наводящих вопросах преподавателя.

«от 1-2 баллов» выставляется студенту, если он имеет существенные пробелы в знаниях основного учебного материала практической работы, который полностью не раскрыл содержание вопросов, не смог ответить на уточняющие и дополнительные вопросы. Студент даёт неверную оценку ситуации.

### **4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы**

#### **4.1. Вопросы к промежуточной аттестации (зачету)**

1. Технология контроля в отрасли культуры.
2. Тейлоризм – научная школа управления.
3. Виды учета и учетная документация учреждений культуры.
4. Школа администрирования – научная школа управления.
5. Бизнес план — основа деятельности фирмы.
6. Формирование классической школы управления.
7. Технология планирования деятельности в социально-культурной сфере.
8. История развития менеджмента в России.
9. Типология управленческих решений.
10. Функции менеджера и предпринимателя.
11. Порядок назначения на должность и порядок освобождения от должности.
12. Социокультурный менеджмент как компонент культурной политики государства.
13. Разработка организационных документов (устав, должностная инструкция, контракт).
14. Сопричастный менеджмент.
15. Социокультурное программирование в системе управленческих решений.
16. Сущность и содержание менеджмента СКД.
17. Информационные системы социально-культурного менеджмента.
18. Функции и принципы менеджмента.
19. Система повышения квалификации работников культуры.
20. Заработная плата работников культуры: тарифная сетка, стимулирующие выплаты.
21. Определение маркетинга и его роли в современном обществе.

22. Подходы к управлению маркетингом: концепция совершенствования производства, концепция совершенствования товара, концепция интенсификации коммерческих усилий, концепция маркетинга, концепция социально-этичного маркетинга.
23. Цели системы маркетинга.
24. Этапы процесса управления маркетингом.
25. Культура как коммерческая производственная отрасль.
26. Позиционирование товара на рынке
27. Разработка комплекса маркетинга: определение и основные составляющие.
28. Система маркетинговой информации.
29. Этапы проведения маркетингового исследования.
30. Выбор целей маркетингового исследования.
31. Способы сбора первичных данных.
32. Маркетинговая среда: основные факторы микросреды функционирования фирмы.
33. Четыре основных типа конкурентов.
34. Разновидности контактных аудиторий фирмы.
35. Основные факторы макросреды функционирования фирм: демографические и экономические.
36. Основные факторы макросреды функционирования фирм: культурные, природные и научно-технические.
37. Специфика маркетинга услуг.
38. Модель поведения потребителя: культурные, социальные, личностные и психологические факторы.
39. Разработка новой продукции.
40. Основные принципы сегментирования потребительских и деловых рынков.

#### 4.2. Критерии оценивания степени сформированности компетенций на экзамене при использовании балльно-рейтинговой системы

Оценка/Баллы	Критерии оценки степени сформированности компетенций
«зачтено» от 17-32 баллов	«зачтено» ставится, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос; показана совокупность осознанных знаний об объекте изучения, доказательно раскрыты основные положения (свободно оперирует понятиями, терминами и др.); в ответе отслеживается четкая структура, выстроенная в логической последовательности; ответ изложен литературным грамотным языком; на возникшие вопросы преподавателя студент давал четкие, конкретные ответы, показывая умение выделять существенные и несущественные моменты материала.
«не зачтено» 16 и менее баллов	«не зачтено» ставится, если дан неполный ответ на поставленный вопрос, логика и последовательность изложения имеют существенные нарушения, допущены существенные ошибки в теоретическом материале (фактах, понятиях, терминах); в ответе отсутствуют выводы, сформированность умений не показана.

#### 4.3. Критерии оценивания степени сформированности компетенций обучающихся по итогам 7 семестра в результате зачета

Оценка/Баллы	Критерии оценки степени сформированности компетенций
«зачтено» более 150 баллов	«зачтено» ставится, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос; показана совокупность осознанных знаний об объекте изучения, доказательно раскрыты основные положения (свободно оперирует понятиями, терминами и др.); в ответе отслеживается четкая структура, выстроенная в логической последовательности; ответ изложен литературным грамотным языком; на возникшие вопросы преподавателя студент давал четкие, конкретные ответы, показывая умение выделять существенные и несущественные моменты материала
«не зачтено» 150 и менее баллов	«не зачтено» ставится, если дан неполный ответ на поставленный вопрос, логика и последовательность изложения имеют существенные нарушения, допущены существенные ошибки в теоретическом материале (фактах, понятиях, терминах); в ответе отсутствуют выводы, сформированность умений не показана

## **5. Образовательные технологии**

Наиболее приемлемыми для формирования данных компетенций являются следующие образовательные технологии:

- технология коммуникативного обучения – направлена на формирование коммуникативной компетентности студентов, которая является базовой, необходимой для адаптации к современным условиям коммуникативной культуры;
- технология модульного обучения – предусматривает деление содержания дисциплины на модули/разделы, интегрированные в общий курс.
- информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) – расширяют рамки образовательного процесса, повышая его практическую направленность, способствуют интенсификации самостоятельной работы учащихся и повышению их познавательной активности. В рамках ИКТ выделяются 2 вида технологий:
  - технология использования компьютерных программ – позволяет эффективно дополнить процесс обучения философии на всех уровнях. Мультимедийные программы предназначены как для аудиторной, так и внеаудиторной самостоятельной работы студента;
  - интернет-технологии – представляют широкие возможности для поиска информации, разработки международных научных проектов, ведения научных исследований;
  - технология индивидуализации обучения – помогает реализовывать личностно-ориентированный дифференцированный подход, учитывая индивидуальные особенности и потребности учащихся;
  - технология тестирования – используется для контроля уровня усвоения знаний в рамках модуля на определенном этапе обучения;
  - технология обучения в сотрудничестве – реализует идею взаимного обучения, осуществляя как индивидуальную, так и коллективную ответственность за решение учебных задач.
  - технология развития критического мышления – способствует формированию разносторонней личности, способной критически относиться к информации, умению отбирать необходимую информацию для решения поставленной задачи.

## **6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

### **Основная литература**

1. Григорьев, М. Н. Маркетинг : учебник / М. Н. Григорьев. – 5-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юрайт, 2022. – 559 с. – (Высшее образование). – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт. – URL: <https://urait.ru/bcode/488718>.
2. Коленько, С. Г. Менеджмент в сфере культуры и искусства : учебник и практикум / С. Г. Коленько. – Москва : Юрайт, 2023. – 370 с. – (Высшее образование). – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт. – URL: <https://urait.ru/bcode/511453>.

### **Дополнительная литература**

1. Байрнс, У. Д. Менеджмент и культура / У. Д. Байрнс. – Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2020. – 624 с. – (Исследования культуры). – Текст : электронный // Университетская библиотека ONLINE : электронно-библиотечная система. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=577242>.
2. Шекова, Е. Л. Менеджмент и маркетинг в сфере культуры : практикум / Е. Л. Шекова, Г. Л. Тульчинский. – 2-е изд., стер. – Санкт-Петербург : Планета музыки, 2023. – 156 с. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/278816>.
3. Юдина, А. И. Инновационный менеджмент и маркетинг организаций сферы

культуры: оценка качества и прогнозирование социально-культурной деятельности : учебное пособие / А. И. Юдина. – Кемерово : КемГИК, 2018. – 127 с. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/121931>

4. Ямпольская, Д. О. Маркетинговый анализ: технология и методы проведения : учебник и практикум / Д. О. Ямпольская, А. И. Пилипенко. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юрайт, 2023. – 268 с. – (Высшее образование). – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт. – URL: <https://urait.ru/bcode/515455>.

**Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)**

Интернет-ресурсы

№ п/п	Наименование дисциплины	Ссылка на информационный ресурс	Наименование разработки в электронной форме	Доступность
1.	Менеджмент и маркетинг в сфере культуры	<a href="https://www.biblio-online.ru/book/menedzhment-v-sfere-kultury-i-iskusstva-413356">https://www.biblio-online.ru/book/menedzhment-v-sfere-kultury-i-iskusstva-413356</a>	Журнал «Менеджмент в сфере культуры и искусства»	Свободный доступ
2.		<a href="https://e.lanbook.com/book/3820">https://e.lanbook.com/book/3820</a>	Менеджмент и маркетинг в сфере культуры	Свободный доступ
3.		<a href="https://www.biblio-online.ru/book/menedzhment-v-sfere-kultury-i-iskusstva-413356">https://www.biblio-online.ru/book/menedzhment-v-sfere-kultury-i-iskusstva-413356</a>	Журнал «Менеджмент в сфере культуры и искусства»	Свободный доступ

**Электронные библиотечные системы (ЭБС), с которыми сотрудничает БОУ ВО «ЧГИКИ» Минкультуры Чувашии**

№	Название ЭБС	№, дата договора	Срок использования	Количество пользователей
1.	ЭБС «Лань» ( <a href="https://e.lanbook.com/">https://e.lanbook.com/</a> )	договор №198/12 от 05.12.2022 г. договор ВКР 03/02-2023 от 03.02.2023 г.	с 15.02.2023 по 14.02.2024	100%
2.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн» ( <a href="http://biblioclub.ru">http://biblioclub.ru</a> )	договор №170-12/2022 от 07.12.2022 г.	с 11.03.2023 по 10.03.2024	100%
3.	ЭБС Юрайт ( <a href="https://urait.ru">https://urait.ru</a> )	договор №197/12 от 05.12.2022 г.	с 01.03.2023 по 28.02.2024	100%



**ЛИСТ  
согласования фонда оценочных средств**

Направление подготовки: 52.03.01 Хореографическое искусство

Направленность подготовки (профиль): Педагогика балета

Дисциплина: Менеджмент и маркетинг в сфере культуры

Форма обучения: очная


Учебный год: 2023-2024


РЕКОМЕНДОВАНА заседанием кафедры социально-культурной и библиотечной деятельности, протокол № 11 от «26» июня 2023 г.

<u>Ответственный исполнитель</u> <u>заведующий кафедрой СКБД</u> <small>должность</small>	 <small>подпись</small>	<u>Андреев Г.И.</u> <small>расшифровка подписи</small>	<u>30.06.2023</u> <small>дата</small>
---	---	---	--

<u>Исполнитель:</u> <u>ст. преподаватель кафедры СКБД</u> <small>должность</small>	 <small>подпись</small>	<u>Никандрова А.Г.</u> <small>расшифровка подписи</small>	<u>30.06.2023</u> <small>дата</small>
--	---	--	--

**СОГЛАСОВАНО:**

<u>И.о. декана факультета культуры</u> <small>наименование факультета</small>	 <small>личная подпись</small>	<u>Илларионова Л.В.</u> <small>расшифровка подписи</small>	<u>30.06.2023</u> <small>дата</small>
--	--	---	--

<u>Заведующая кафедрой НХТ</u>	 <small>личная подпись</small>	<u>Васильева Р.М.</u> <small>расшифровка подписи</small>	<u>30.06.2023</u> <small>дата</small>
--------------------------------	--	---	--

<u>Заведующая научной библиотекой</u>	 <small>личная подпись</small>	<u>Илларионова О.В.</u> <small>расшифровка подписи</small>	<u>30.06.2023</u> <small>дата</small>
---------------------------------------	---	---	--

<u>Представитель УМО</u>	 <small>личная подпись</small>	<u>Федорова Н.К.</u> <small>расшифровка подписи</small>	<u>30.06.2023</u> <small>дата</small>
--------------------------	---	--	--

