

Министерство культуры Российской Федерации  
Сибирский государственный институт искусств имени Дмитрия  
Хворостовского

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

для проведения промежуточной аттестации

по дисциплине

**МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ В СФЕРЕ НАРОДНОЙ  
ХУДОЖЕСТВЕННОЙ КУЛЬТУРЫ**

Направление подготовки

51.03.02 «Народная художественная культура»

Разработчик:

Кандидат искусствоведения,  
доцент кафедры СГН и ИИ Воронова М.В.

**1. Перечень компетенций и планируемых результатов изучения дисциплины. Критерии оценивания результатов обучения и оценочные средства**

Компетенция	Индикаторы компетенций	Критерии оценивания результатов обучения					Оценочные средства
		1	2	3	4	5	
<p><b>УК-2</b> Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений□</p>	<p><b>Знать:</b> - закон об авторском праве; - формы передачи интеллектуальной собственности. <b>Уметь:</b> - находить взаимосвязь в создании и потреблении интеллектуальной собственности. <b>Владеть:</b> - этикой поведения профессиональных менеджеров.□</p>	Отсутствие знаний	Фрагментарные знания	Общие, но не структурированные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Развернутый устный ответ, участие в обсуждении вопроса; конспектирование текста, составление выписок, плана лекции и списка ключевых слов к лекции; сообщение, доклад, реферат; тестирование; выполнение разноуровневых заданий (в том числе по видео материалу).
<p><b>ОПК-1</b> Способен применять полученные знания в области культуроведения и</p>	<p><b>Знать:</b> - этнокультурные традиции различной социокультурной среды. <b>Уметь:</b> - управлять и организовывать методическую работу в системе</p>	Отсутствие знаний	Фрагментарные знания	Общие, но не структурированные знания	Сформированные, но содержащие отдельные про-	Сформированные систематические	Развернутый устный ответ, участие в обсуждении вопроса; конспектирование

социокультурного проектирования в профессиональной деятельности и социальной практике □	НХК. <b>Владеть:</b> - понимаем проектной деятельности.				белы знания	знания	текста, составление выписок, плана лекции и списка ключевых слов к лекции; сообщение, доклад, реферат; тестирование; выполнение разноуровневых заданий (в том числе по видео материалу).
---	---	--	--	--	-------------	--------	--

## 2. Шкалы оценивания и критерии оценки

**Развернутый устный ответ, участие в обсуждении вопроса, тестирование** позволяет оценить знания, умения и владение опытом практической работы

### **Знать**

- закон об авторском праве;
- формы передачи интеллектуальной собственности;
- этнокультурные традиции различной социокультурной среды

**Уметь** - находить взаимосвязь в создании и потреблении интеллектуальной собственности;

- управлять и организовывать методическую работу в системе НХК.

**Владеть** - этикой поведения профессиональных менеджеров;

- понимаем проектной деятельности.

### **Критерии оценки развернутого устного ответа, участия в обсуждении вопроса**

Критерии	Оценка	
	Не зачтено	Зачтено
1. Фактическая правильность (обучающийся: понимает факты, правила и принципы; интерпретирует словесный материал, схемы, графики, диаграммы; преобразует словесный материал в математические выражения; предположительно описывает будущие последствия, вытекающие из имеющихся данных).	Проявлено полное незнание или допущены грубые ошибки.	Показано знание основного материала (возможно допущение некоторых неточностей).
2. Понимание существа проблемы и логики поиска ответа, установление необходимых связей.	Нет понимания проблемы. Ответ не по существу.	Сущность проблемы и какой-то путь решения определяются в ответе.
3. Опора на прослушанные лекции и заданный учебный материал.	Лекции и заданный учебный материал никак не используются.	Лекционный и другой учебный материал используются в ответе и дискуссии

### Критерии оценивания тестов

Критерии	Оценка			
	2 (неудовлетворительно)	3 (удовлетворительно)	4 (хорошо)	5 (отлично)
К тестам - по количеству правильных ответов	Правильных ответов менее 60%	Правильных ответов – от 60% до 70%	Правильных ответов – от 70% до 80%	Правильных ответов – более 80%

### 3. Пример тестового задания

*ФИО обучающегося, курс, группа*

51.03.02 «Народная художественная культура»

Дисциплина МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ В СФЕРЕ НАРОДНОЙ  
ХУДОЖЕСТВЕННОЙ КУЛЬТУРЫ

**УК-2. Способность определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.**

Вопрос 1. Входит ли контроль за производством сценических декораций, пошивом сценических костюмов, закупкой или производством музыкальных инструментов, светового, звукового, технического оборудования в обязанности менеджера в сфере НХК ?

- 1) да, всегда
- 2) **да, при условии, что он специализируется на организации мероприятий в сфере концертной и театральной деятельности народных коллективов**
- 3) нет, никогда
- 4) он должен не только осуществлять контроль, но и сам участвовать в изготовлении

Вопрос 2. Является ли менеджмент в сфере народной художественной культуры междисциплинарной формой деятельности?

- 1) **да, является**
- 2) нет, не является

Вопрос 3. Является ли понятие PR аналогичным понятию реклама?

- 1) Да, это одно и то же
- 2) Нет, это совершенно разные сферы деятельности
- 3) **Реклама является составной частью PR и активно участвует в формировании общественного мнения о компании или мероприятии**
- 4) PR является самостоятельной, независимой формой культурно-просветительской деятельности

Вопрос 4. Приведите примеры определений арт-менеджмента в наибольшей степени соответствует задачам изучаемой дисциплины:

Предполагаемый ответ:

- Арт-менеджмент это особый тип управления организацией в сфере искусства и рыночной системе хозяйствования.
- Это организационное, руководящее и исполнительское искусство, требующее не только знаний и опыта, но и авантюризма, интуиции, умения воспринимать и использовать существующие на арт-рынке потребности, т.е спрос, стандарты качества и художественного вкуса.
- Это деятельность базирующаяся на системе принципов, функций, методов и организационной структуре управления организацией сферы искусства, соответствующую социокультурным условиям, а также экономико-правовой реальности

Вопрос 5. Приведите пример классификации взаимоотношений государства и культуры по классификации А. Моля

Предполагаемый ответ:

А. Моль, предлагает в качестве основания для классификации социостатические и социодинамические характеристики моделей культурной политики, различал следующие ее группы: I. Социостатическая (популистская; патерналистская и эклектическая) и II. Социодинамическая.

Социостатическая модель описывает устойчивые цели культурной политики и ее институты. Среди ее подвидов популистская («демагогическая») политика, которая ставит целью максимальное удовлетворение культурных потребностей наибольшего числа людей; в соответствии с патерналистской («догматической») моделью, право и основные каналы распространения культурных ценностей принадлежат определенной партии, религиозному течению или государству в целом; Социодинамическая политика, в противовес социостатической, пытается соответствовать непрерывному процессу изменения культуры. Социодинамическая культурная политика может иметь два направления: прогрессивное и консервативное. В первом случае субъект такой политики стремится ускорить, во втором - наоборот - замедлить ход эволюции культуры.

Вопрос 6. Так называемая Британская модель культурной политики это:

Предполагаемый ответ:

Когда правительство определяет общую сумму дотаций на культуру, но не участвует в распределении финансов, его осуществляют специальные фонды. Соответственно влияние государства в области цензуры и давления минимизировано.

Вопрос 7. Понятие интеллектуальный капитал в контексте арт-менеджмента.

Предполагаемый ответ:

Понятие «интеллектуальный капитал» - обозначает нематериальные ресурсы, активы. Это явление берет начало на заре экономики, когда доброе имя в торговле обеспечивало ее носителю более высокие прибыли. С тех пор значение репутации производителя или компании только растет. Не случайно на рынке PR услуг именно репутационные технологии достаточно востребованы.

Интеллектуальные активы — экономические ресурсы организации, являющиеся результатом творческой, научно-исследовательской или изобретательской деятельности, обладающие искусственно созданными свойствами редкости и исключительности и способностью приносить экономические выгоды. Стандартными элементами интеллектуального капитала в любой организационной структуре являются: 1. Рыночные активы, 2. Интеллектуальная собственность как актив (например патенты на марку или изобретение), 3. Человеческие активы, 4. Инфраструктурные активы (владение информацией, путями реализации, транспортировки, демонстрации и пр.).

Вопрос 8. Обозначьте три ключевые роли арт-менеджера, как управленца, предопределяющие успех его деятельности.

Предполагаемый ответ:

Выделяют три ключевые роли арт-менеджера, предопределяющие успех его деятельности:

1. Роли по принятию решений, направленных на определение направления движения организации, распределение ресурсов, коррекцию текущей деятельности.
2. Информационные роли, направленные на обработку собираемой информации, разработку и осуществление рекламной кампании по продвижению арт-продукта на рынок.
3. Межличностные роли, способствующие осуществлению руководящих функций, улаживанию конфликтов, ведению деловых контактов и переговоров, определению объема и содержания работы сотрудников.

Вопрос 9. Основываясь на своем опыте социального взаимодействия с представителями художественной среды, определите наиболее актуальные проблемы управления в сфере искусства в России:

Предполагаемый ответ:

1. отсутствие организованного регионального арт-рынка, интегрированного в отечественный и международный;

2. слабое использование менеджмента предпринимательства;
3. Отсутствие института экспертов и профессиональных менеджеров-искусствоведов, арт-дилеров;
4. отсутствие собственных механизмов котировки произведений искусства, отсутствует рейтинг художников;
5. слишком большой диапазон авторов в галереях;
6. несовершенство законодательства, правовая незрелость института экспертизы;
7. отсутствие профильных СМИ, института художественной критики;
8. отсутствие массового покупателя произведений искусства.
9. Концепция развития отечественного арт-рынка, появление нового типа художника-предпринимателя;
10. художественное коллекционирование как основа художественного рынка, формирование традиций семейного арт-бизнеса

Вопрос 10. Сформулируйте основные особенности проектной деятельности и ее организации.

Предполагаемый ответ:

Грамотно разработанный творческий проект помогает менеджеру культуры избежать многих ошибок при его реализации, найти ответы на многие вопросы, связанные с его разработкой и реализацией. В нем гибко сочетаются творческие, технические, финансовые и рыночные аспекты деятельности:

- проект служит основанием для предполагаемой творческой работы и дает оценку результатам деятельности за определенный период;
- проект становится документом, который определяет курс действий и формы управления ими, он выполняет как стратегические цели планирования предстоящей работы, так и тактические - руководство и контроль исполнения различных действий по реализации проектируемых форм деятельности;
- проект в большинстве случаев может быть использован как средство для получения необходимых инвестиций и может служить мощным инструментом нахождения путей финансирования проекта;
- проект обязательно рассматривается как документ, восприимчивый для различного рода нововведений (организационных, информационных, технических, технологических, экономических и т.н.);
- проект служит хорошей рекламой предполагаемой акции, программы, становясь своеобразной визитной карточкой проектной организации. Он должен быть компактным, красиво оформленным и информационно-насыщенным;
- проект демонстрирует готовность разработчиков идти на риск и является развернутым документом, страхующим успех;
- проект является инструментом самообучения, поскольку его разработка есть непрерывный процесс познания и самопознания.

**ОПК-1Способен применять полученные знания в области культуроведения и социокультурного проектирования в профессиональной деятельности и социальной практике**

Вопрос 1. Что из перечисленного является технологией организации и управления в менеджменте в сфере НХК:



- 1) осуществление контроля за изготовлением, распространением и продажей рекламно-печатной продукции, книг, журналов, музыкальных аудио- и видеоклипов, билетов, афиш, листовок и т.п
- 2) обладание лидерскими качествами – принимать решения, осуществлять информационную и межличностную коммуникацию
- 3) **планирование предстоящей работы, правильная постановка и ранжирование целей, мотивирование, контроль**
- 4) Уточнение проблемы и путей ее решения

Вопрос 2. Контроль по реализации специального события в сфере НХК может быть:

- 1) ведомственным
- 2) государственным
- 3) общественным
- 4) **Любым из перечисленного в зависимости от характера события**
- 5) ничем из перечисленного

Вопрос 3. Согласно такой области знаний как конфликтология, могут ли быть у конфликта в рабочем коллективе положительные функции?

- 1) **Да, могут, они могут быть конструктивными**
- 2) Нет, не могут, это всегда плохо
- 3) Да, всегда
- 4) Да, но только в малых коллективах

Вопрос 4. Обобщенно обозначьте этапы работы над творческим проектом.

Предполагаемый ответ:

1. Уточнение проблемы, изучение запросов и интересов аудитории
2. Конкретизация темы, формулировка идеи, цели, задач
3. Обоснование выбора формы, жанра
4. Поиск художественного образа
5. Определение композиционного построения сценария
6. Предварительный план-график выполнения проекта
7. Предполагаемый расчет расходов и доходов

Вопрос 5. Приведите определение понятия «маркетинг» в контексте системы арт-менеджмента.

Предполагаемый ответ:

Понятие «маркетинг» трактуется, во-первых, как **«философия» производства**, как совокупность приемов и методов, сложившихся в систему управления деятельностью фирм и объединений, и, во-вторых, как **функция менеджмента, направленная на изучение покупательского спроса** (существующего и потенциального), организацию рекламы, проведение ценовой политики и т.д. на основе изучения рынка и применительно к его требованиям.

Согласно современной концепции маркетинга, все виды деятельности учреждения, в том числе и учреждения культуры, или конкретного менеджера должны основываться на знании потребительского спроса и его изменений в перспективе. **Выявление неудовлетворенных запросов потребителей** и ориентирование своей деятельности на удовлетворение этих запросов становится одной из основных целей маркетинга.

Вопрос 6. Сформулируйте основные стадии PR-кампании.

Предполагаемый ответ:

1. Постановка проблемы, определение цели программы с точки зрения PR.
2. Формулировка целей, которые должны быть достижимыми и предлагать варианты решения проблемы.
3. Определение потенциальной аудитории, выделение целевых аудиторий, учитывая степень важности каждой группы.
4. Разработка стратегии, раскрывающей пути достижения цели.
5. Конкретизация тактики, определение последовательных действий для достижения цели.
6. Разработка календаря, временного графика различных видов действий.
7. Подсчет бюджета с учетом начисления расходов на не предвиденные обстоятельства (10%).
8. Конкретизация процедур оценки успешности разработанной программы по определенным заранее критериям.

Вопрос 7. Сформулируйте, чем занимается имиджелогия.

Предполагаемый ответ:

Имиджелогия занимается созданием притягательного образа и управлением искусством нравиться публике, массовому зрителю, разрабатывает методологические, теоретические, технологические и методические основы личного обаяния, привлекательного образа.

Вопрос 8. Обозначьте три группы критериев оценки имиджа субъекта в имиджелогии.

Предполагаемый ответ:

1. Самоощущение человека - удачным считается тот имидж, который вызывает у самого человека ожидаемый спектр ощущений
2. Появление планируемых оценок со стороны окружающих оценки не должны быть обязательно позитивными: к примеру, проявление чувства зависти, нездорового любопытства к событиям личной жизни артиста, возникновение фан-клубов и т.п.
3. Практическое достижение планируемого - появление повышенного спроса на концерты, музыкальные записи, посещение спектаклей с участием любимого артиста и т.д.

Вопрос 9. Обозначьте не менее 4 положительных функций конфликта в коллективе.

Предполагаемый ответ:

1. Конфликт является формой разрешения противоречий.
2. Конфликт способствует снятию напряженности и ликвидации стрессовой ситуации, помогает “выпустить пар”.
3. Конфликт может выполнять интегративную, объединительную функцию.
4. Разрешение конфликта приводит к стабилизации социальной системы, при этом ликвидируются источники неудовлетворенности.
5. Конфликт интенсифицирует и стимулирует групповое творчество, способствует мобилизации энергии для решения стоящих перед субъектами задач.

6. Конфликт может служить средством выяснения соотношения сил социальных групп или общностей и тем самым может предостеречь от последующих более разрушительных конфликтов.
7. Конфликт может служить средством для возникновения новых норм общения между людьми или помочь наполнить новым содержанием старые нормы.
8. Конфликт может выполнять познавательную функцию по отношению к людям, которые принимают в нем участие, способствует самопознанию, самоутверждению и адекватной самооценке личности.
9. Конфликт является существенным фактором адаптации человека в группе.

Вопрос 10. Обозначьте основные черты новой образовательной парадигмы, отражающей реалии формирующегося общества знания.

Предполагаемый ответ:

- 1) превращение образования из средства формирования набора знаний, умений и навыков в способ воспроизводства и развития личности;
- 2) становление нового типа обучающегося, опирающегося в своей деятельности не столько на узконаправленные знания, сколько на широкие *компетенции*;
- 3) соответствие выпускника образовательной организации современным требованиям социального развития;
- 4) достижение такого соответствия возможно только путем реализации парадигмы "образование на протяжении всей жизни";
- 5) гуманитаризация образования как ключевое средство превращения обучающегося в полноценного участника процесса социально-экономического развития;
- 6) повышение роли нравственного воспитания;

Таким образом, образование в формирующемся информационном обществе становится принципиально новым фактором, определяющим возможности интеграции обучающегося в процесс устойчивого социально-экономического развития.

#### **4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков**

##### *Уровень требований к итоговому контролю*

Итоговый контроль проводится в форме экзамена который включает в себя защиту проекта (концепция, календарный план, презентация ), тестирование.

При этом оценка знаний студентов может осуществляться по 5-балльной системе, так и в баллах в комплексной форме с учетом:

- оценки за работу в семестре;
- выполнение индивидуальных заданий;
- оценки итоговых знаний в ходе текущей аттестации.

Ориентировочное распределение максимальных баллов по видам отчетности представлено в таблице.

№ п/п	Виды отчетности	Баллы
1	Оценка работы в семестре	30
2	выполнение индивидуальных заданий	40
3	Результаты экзамена	30
	ИТОГО	100

Оценка знаний по 100-балльной шкале в соответствии с установленными критериями реализуется следующим образом:

- менее 51 балла – «неудовлетворительно»;
- от 51 до 69 баллов – «удовлетворительно»;
- от 70 до 85 баллов – «хорошо»;
- свыше 86 баллов – «отлично».