Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Сухолет Ирина Наумовна
Должность: ректор
Дата подписания: 15.10.2022 15:11:55
Уникальный программный ключ:
90b04a8fcaf24f39034a47d003e725667d57043e870b41a3cee22df0848bbe2c

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«ИНСТИТУТ СОВРЕМЕННОГО ИСКУССТВА»

ПРИЛОЖЕНИЕ 5 К ООП

УТВЕРЖДЕНО УЧЕНЫМ СОВЕТОМ ИСИ В СОСТАВЕ ООП

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

МЕНЕДЖМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ ТВОРЧЕСКОГО ПРОДУКТА

Образовательная программа

«Менеджмент в сфере культуры и искусства»

Направление подготовки

38.03.02 Менеджмент

Уровень высшего образования

Бакалавриат

Разработчик оценочных средств:

– Рыженкова Наталья Евгеньевна, заведующий кафедрой менеджмента в сфере культуры и искусства, кандидат экономических наук, доцент

© АНО ВО «Институт современного искусства»

Фонд оценочных средств (ФОС) для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся базируется на перечне компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. ФОС обеспечивает объективный контроль достижения всех результатов обучения, запланированных для дисциплины.

ФОС включает в себя:

- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций;
- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и уровня овладения формирующимися компетенциями в процессе освоения дисциплины (примеры тестов к промежуточной аттестации).

1. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ НА РАЗЛИЧНЫХ ЭТАПАХ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ

Код и содержание компетенции
УК-10 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
Индикаторы и результаты обучения. Дескрипторы - основные признаки освоения компетенций (показатели достижении результатов обучении. Критерии оценивания
Знать: базовые принципы функционирования экономики; основы экономической и финансовой грамотности;
Знать на высоком уровне: базовые принципы функционирования экономики; основы экономической и финансовой грамотности;
Знать на среднем уровне: основы экономической и финансовой грамотности;
Знать на низком уровне: базовые принципы функционирования экономики;
Уметь: применять финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом); принимать продуктивные решения в сфере личных финансов.
Уметь на высоком уровне: применять финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом); принимать продуктивные решения в сфере личных финансов.
Уметь на среднем уровне: применять финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом).

Уметь на низком уровне: принимать продуктивные решения в сфере личных финансов.
Владеть: навыками применения методов личного экономического и финансового планирования для достижения поставленных целей; навыками контроля собственных экономических и финансовых рисков; навыками планирования личного бюджета;
Владеть на высоком уровне: навыками применения методов личного экономического и финансового планирования для достижения поставленных целей; навыками контроля собственных экономических и финансовых рисков;
Владеть на среднем уровне: навыками контроля собственных экономических и финансовых рисков; навыками планирования личного бюджета;
Владеть на низком уровне: навыками планирования личного бюджета;

Код и содержание компетенции
ПК-3 Способен к выполнению консультационного проекта в составе группы
Индикаторы и результаты обучения. Дескрипторы - основные признаки освоения компетенций (показатели достижении результатов обучении. Критерии оценивания
Знать: принципы организации и порядок функционирования бизнеса (вида деятельности), бизнес-модели, процессов и процедур организации;
Знать на высоком уровне: бизнес-модели, процессов и процедур организации;
Знать на среднем уровне: принципы организации и порядок функционирования бизнеса (вида деятельности);
Знать на низком уровне: принципы организации бизнеса (вида деятельности);
Уметь: осуществлять письменную коммуникацию, анализировать и оценивать информацию, выявлять причинно-следственные связи, делать выводы; координировать свою деятельность с коллегами, эффективно работать в команде;
Уметь на высоком уровне: анализировать и оценивать информацию, выявлять причинно-следственные связи, делать выводы; координировать свою деятельность с коллегами, эффективно работать в команде;
Уметь на среднем уровне: выявлять причинно-следственные связи, делать выводы; координировать свою деятельность с коллегами, эффективно работать в команде;
Уметь на низком уровне: осуществлять письменную коммуникацию;
Владеть: подготовкой к выполнению консультационного проекта в соответствии с программой консультационного проекта; оценкой схемы построения (эффективности) контрольных процедур объекта консультационного проекта;
Владеть на высоком уровне: подготовкой к выполнению консультационного проекта в соответствии с программой консультационного проекта;
Владеть на среднем уровне: оценкой схемы построения (эффективности) контрольных процедур объекта консультационного проекта;

Владеть на низком уровне: оценкой схемы построения (эффективности) контрольных процедур объекта консультационного проекта;

Код и содержание компетенции
ПК-5 Способен подбирать в интересах клиента поставщиков финансовых услуг и консультирование клиента по ограниченному кругу финансовых продуктов
Индикаторы и результаты обучения. Дескрипторы - основные признаки освоения компетенций (показатели достижении результатов обучении. Критерии оценивания
Знать: конъюнктуру и механизмы функционирования финансовых рынков, характеристики финансовых продуктов и услуг, методы экономической диагностики рынка финансовых услуг, технологии сбора первичной финансовой информации; современные информационные технологии, справочные и информационные системы в сфере финансового планирования, управления личными финансами; экономические аспекты оказания финансовых и консультационных услуг;
Знать на высоком уровне: конъюнктуру и механизмы функционирования финансовых рынков, характеристики финансовых продуктов и услуг, методы экономической диагностики рынка финансовых услуг, технологии сбора первичной финансовой информации;
Знать на среднем уровне: современные информационные технологии, справочные и информационные системы в сфере финансового планирования, управления личными финансами;
Знать на низком уровне: экономические аспекты оказания финансовых и консультационных услуг;
Уметь: производить информационно-аналитическую работу по рынку финансовых продуктов и услуг, сравнивать параметры финансовых продуктов; работать в автоматизированных системах информационного обеспечения профессиональной деятельности;
Уметь на высоком уровне: производить информационно-аналитическую работу по рынку финансовых продуктов и услуг, работать в автоматизированных системах информационного обеспечения профессиональной деятельности;
Уметь на среднем уровне: сравнивать параметры финансовых продуктов; работать в автоматизированных системах информационного обеспечения профессиональной деятельности;
Уметь на низком уровне: сравнивать параметры финансовых продуктов;
Владеть: навыками самостоятельного поиска и привлечения новых клиентов целевого сегмента на основе личных контактов и контактов из централизованной базы потенциальных клиентов; навыками получения информации об основных показателях финансовой ситуации клиента, мониторинга финансовых возможностей клиента.

Владеть на высоком уровне: навыками самостоятельного поиска и привлечения новых клиентов целевого сегмента на основе личных контактов и контактов из централизованной базы потенциальных клиентов;
Владеть на среднем уровне: навыками получения информации об основных показателях финансовой ситуации клиента, мониторинга финансовых возможностей клиента.
Владеть на низком уровне: навыками мониторинга финансовых возможностей клиента.

2. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ И ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ И УРОВНЯ ОВЛАДЕНИЯ ФОРМИРУЮЩИМИСЯ КОМПЕТЕНЦИЯМИ

2.1. Методические материалы по проведению текущего контроля

2.1.1. Формы текущего контроля

Текущий контроль – систематическая проверка компетенций, знаний, умений, навыков обучающихся, проводимая преподавателем на аудиторных занятиях в соответствии с учебной программой. Текущий контроль включает в себя тематический контроль – контроль знаний по темам и разделам дисциплины с целью оценивания этапов формирования компетенций, знаний, умений, навыков обучающихся, усвоенных ими после изучения логически завершенной части учебного материала.

К текущему контролю относятся проверка знаний, умений и навыков обучающихся:

- на занятиях;
- по результатам выполнения заданий;
- по результатам проверки качества конспектов лекций и иных материалов.

Формами текущего контроля по дисциплине являются: тестирование.

Вопросы к тестированию:

Вариант 1

1. Распределите в логическую цепь следующие пункты маркетингового исследования:
2. Сбор информации.

3. Отбор источников информации.
4. Выявление проблем и формулирование целей исследования.
5. Анализ собранной информации.
6. Представление полученных результатов.

2. Какой из представленных вопросников является скрытым, какой открытым.

А:

1. Как Вы считаете, почему люди покупают спортивные машины?
2. Какие факторы учитывают люди при их приобретении?
3. Думают ли люди, приобретающие спортивные машины, о престиже?

В:

1. Почему Вы покупаете спортивную машину?
2. Какие факторы вы при этом учитываете?
3. Важен ли для вас престиж при покупке спортивной машины?

Вариант 2

1. Расставьте в правильной последовательности операции, составляющие процесс маркетингового исследования?

1. Рекомендации.
2. Получение первичной информации.
3. Определение проблемы.
4. Исследование результатов.
5. Анализ данных.
6. Анализ вторичной информации.

2. Заполнить таблицу 3 примеров предварительных и завершающих исследований.

1. Почему столь велика текучесть торговых работников?
2. Проведение экспериментов в магазине для определения эффекта.
3. Эффективна ли реклама?
4. Обсуждение среди ведущих сотрудников с целью определения размера снижения цены.
5. Опрос торгового персонала, беседы с руководителями сбытовых служб.
6. Почему падает сбыт?
7. Обсуждение среди ведущих сотрудников с целью формирования эффективности.
8. Окажет ли снижение цены на 10% существенное воздействие на сбыт.
9. Опрос потребителей и непотребителей для измерения запоминаемости рекламы.
10. Приведет ли снижение цены к увеличению объема сбыта?
11. Обсуждение среди ведущих сотрудников с целью выявления основной проблемы.
12. Могут ли потребители вспомнить рекламное объявление через день после его появления?

Шкала оценки образовательных достижений для тестовых материалов

Коэффициент К (%)	Оценка	Критерий оценки
0,81 – 1 (81-100%)	«отлично»	Глубокие познания в освоенном материале
0,61 – 0,80 (80-61%)	«хорошо»	Материал освоен полностью, без существенных ошибок
0,41 – 0,60 (41-60%)	«удовлетворительно»	Материал освоен не полностью, имеются значительные пробелы в знаниях
0 – 0,40 (0-40%)	«неудовлетворительно»	Материал не освоен, знания студента ниже базового уровня

2.2. Методические материалы по проведению промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация – процедура, проводимая в период **зачетно-экзаменационной сессии** с целью оценки качества освоения обучающимися дисциплины на определенном этапе.

Промежуточная аттестация обучающихся предусматривает проверку компетенций, а также уровня усвоения пройденного материала.

2.2.1. Процедура ЗАЧЕТА

Промежуточный контроль знаний проводится в форме собеседования по билетам. Устный ответ на зачете позволяет оценить степень наличия знаний по различным компетенциям. Ответ оценивается по 2 балльной системе – «зачтено» / «не зачтено».

2.2.1.1. Критерии и шкала оценивания

«Зачтено» ставится, если: знания отличаются глубиной и содержательностью, дается полный исчерпывающий ответ, как на основные вопросы, так и на дополнительные; студент свободно владеет научной терминологией; ответ студента структурирован, содержит анализ существующих теорий, научных школ, направлений и их авторов; логично и доказательно раскрывает проблему, предложенную в вопросе; ответ характеризуется глубиной, полнотой и не содержит фактических ошибок.

«Не зачтено» ставится, если: обнаружено незнание или непонимание студентом сущностной части дисциплины; содержание вопросов не раскрыто, допускаются существенные фактические ошибки, которые студент не может

исправить самостоятельно; на большую часть дополнительных вопросов по содержанию зачета студент затрудняется дать ответ или не дает верных ответов.

В случае получения оценки «не зачтено» студент имеет право пересдать зачет в установленном порядке.

2.2.1.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и уровня овладения формирующимися компетенциями в процессе освоения дисциплины

Перечень вопросов для проверки компетенции УК-10 по дескриптору «знать»:

1. Типы и структуры творческих проектов.
2. Природа конфликтов в творческих коллективах при работе над творческими проектами.
3. Способы поддержки и проката творческого продукта в городской среде.

Перечень вопросов для проверки компетенции ПК-3 по дескриптору «знать»:

1. Какой коммуникационный канал большего всего подходит для рекламы розничных компаний, использующих цену в качестве мотива для покупки; для рекламы всего, где нужны развернутые объяснения преимуществ продукта и для немедленного призыва к действию.
2. Какой коммуникационный канал совершенно не подходит для рекламы продуктов питания, товаров массового спроса; для доступных товаров, покупаемых под влиянием импульса (одежда, обувь).
3. Какому коммуникационному каналу соответствуют следующие преимущества: нагляден, захватывает внимание; способен очаровать; вызвать ассоциации с качеством продукта и быстро создать настроение.
4. Какие два вопроса подразумевает методика Лонгмана-Морана.
5. Методы тестирования на потребителях.

Перечень вопросов для проверки компетенции ПК-5 по дескриптору «знать»:

1. Модель процесса принятия бренда потребителями. Этапы позиционирования бренда: характеристика, примеры.
2. Целевая аудитория бренда. Шкала Займана-Смита. Анализ шкалы: удержание каких потребителей прибыльно компании, а каких - нет.
3. Имидж: определение, роль в разработке рекламного продукта. Типы имиджа (характеристика, примеры).
4. Рекламная кампания: определение.
5. 11 заповедей разработки рекламных кампаний Дэвида Огилви.
6. Типы рекламных стратегий (не менее четырех). Их суть, авторы, примеры.
7. Суперидея - что это такое? Критерии суперидей, примеры. Рецепт генерирования идей от Клода Хопкинса.

8. Производство рекламного продукта: копирайтинг, речевое воздействие, рекламный текст и рекламный слоган, цели и задачи, правила создания. Семиотика рекламы. Стилистика рекламы.

Перечень заданий для проверки компетенции УК-10 по дескриптору «уметь»:

1) Формирование бизнес-плана «Я, как проект ИС»
2) Формирование бизнес-плана «По Гамбургскому счёту, MAX бюджет»
3) Формирование бизнес-плана «Без бюджета на Старте пректа»
4) Формирование бизнес-плана двух проектов по материалам лекций защитить, как свой проект.

Перечень заданий для проверки компетенции ПК-3 по дескриптору «уметь»:

Задание 1. Необходимо провести знакомство с информационными ресурсами сети Интернет (на выбор 3 ресурса). Определить тип информационного ресурса с точки зрения профессиональной деятельности специалиста по связям с общественностью, охарактеризовать структуру ресурса и его разделы, указать примерную периодичность обновления каждого раздела, предназначение информационного ресурса и его наполнение контентом. Указать возможность и условия заимствования представленного материала для работы. По каждому ресурсу результат представить в виде небольшой справки.

Задание 2. Используя возможности сети Интернет, подготовить PR публикацию для печатного СМИ по выбранной студентом проблематике.

Перечень заданий для проверки компетенции ПК-5 по дескриптору «уметь»:

Задание 1. Реклама в интернете. Необходимо раскрыть содержание следующих вопросов.

1. Участники рекламного рынка (производители / sale inhouse / системы открутки/ агентства).
2. Особенности государственного регулирования интернет рекламы.
3. Баннерная (медийная) реклама (форматы, особенности, ошибки).
4. Контекстная реклама (форматы, особенности, ошибки).
5. Применения BigData и технологий машинного обучения в работе.
6. Принципы работы RTB. Практическое занятие
7. Тексты, контексты, PR.

Задание 2. Необходимо раскрыть содержание следующих вопросов.

1. Особенности функционирования интернет СМИ. Реклама / лонгриды / спецпроекты.
2. Специальные метрики и инструменты контент анализа.
3. Принципы работы SERM.
4. Определение KPI и интерпретация результатов.

Перечень заданий для проверки компетенции УК-10 по дескриптору «владеть»:

Задание 1. Укажите, какие из приведенных функций выполняют следующие агенты:

а) агенты производителей;

б) сбытовые агенты;

в) торговцы на комиссии.

1. По условиям договора отвечают за маркетинг всей продукции производителей, превращают в маркетинговые подразделения производителей (поставщиков), имеют полномочия вести переговоры по ценам и условиям реализации.
2. Работают на нескольких производителей, имеют дело с неконкурирующими дополняющими товарами с исключительным правом сбыта на определенной территории.
3. Получают товары на принципах консигнации от производителей, собирают их с местных рынков и организуют их сбыт.

Задание 2. Укажите, к каким из приведенных методов прогнозирования сбыта относятся следующие определения:

Методы:

1. Простой анализ тренда.
2. Метод последовательных соотношений.
3. Метод наращивания рынка.

Определение:

а) фирма начинает с общей информации о рынке и рассчитывает набор более конкретных данных о нем;

б) фирма собирает данные с небольших отдельных сегментов рынка и агрегатирует их;

в) фирма прогнозирует сбыт на основе недавних или текущих показателей.

Задание 3. Расставьте в нужном порядке этапы плана стимулирования сбыта:

1. Координация плана.
2. Установление целей.
3. Оценка успеха (неудачи).
4. Разработка общего плана.
5. Определение ответственности.
6. Выбор вида стимулирования сбыта.

Перечень заданий для проверки компетенции ПК-3 по дескриптору «владеть»:

Задание . Напишите формулу, по которой определяется цена на новые изделия с возмещением издержек производства, используя следующие ее составляющие:

Ц — цена нового изделия;

С — фактические издержки производства изделия;

А — административные расходы и расходы по реализации;

Р — средняя норма прибыли на данном рынке.

Перечень заданий для проверки компетенции ПК-5 по дескриптору «владеть»:

Задание. По статистическим данным, из 10 введенных на рынок товаров 8 снимается. Известно, что из 100% случаев снятия товара с рынка в 45% случаев он снимается по первой причине, в 25% - по второй, в 20% - по третьей, в 17% - по четвертой, в 14% - по пятой, в 12% случаев – по шестой причине:

а) ошибочное определение спроса;

б) недостаточная реклама и спрос;

в) завышенная цена;

г) ответные действия конкурентов;

д) неправильно выбранное время;

е) есть переменные производственные проблемы.

Определите, какая же из приведенных причин является первой и составляет 45% влияния, какая из них является второй и т.д.

Ответ дайте в виде: «Первая причина 45%: (формулировка) и т.д.