

МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный институт культуры»
Факультет социально-культурных технологий
Кафедра управления и экономики социально-культурной сферы

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по учебной дисциплине

ИННОВАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ

Направление подготовки
52.04.01 «Хореографическое искусство»

Профиль подготовки
«Искусство хореографа»

Квалификация (степень) выпускника
Магистр

Форма обучения
Очная, заочная

Утвержден на заседании кафедры УиЭ
СКС, протокол №12 от 19.05.2023

Составитель: *Клюев Юрий Владимирович,*
канд. культурологии, доцент

Кемерово, 2023 г.

1. Перечень оцениваемых компетенций:

- способен планировать проекты в сфере хореографического искусства (ПК-3)

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения.

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций		
	знать	уметь	владеть
ПК-3. Способен планировать проекты в сфере хореографического искусства	ПК-3.1.Способы разработки проектов программ сохранения и развития хореографического искусства.	ПК-3.2.Создавать перспективные структурно-функциональные модели учреждений и организаций в области хореографического искусства.	ПК-3.3. Способами проектирования инновационных образовательных и художественно-творческих систем в области хореографического искусства.

3. Формируемые компетенции в структуре учебной дисциплины и средства их оценивания

п/п	Разделы (темы) дисциплины	Код оцениваемой компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (ЗУВ)	Оценочное средство
Теоретические основы инновационного менеджмента и маркетинга социально-культурных услуг				
.1	Инновационный менеджмент и маркетинг: сущность понятий.	ПК-3	31, У1, В1	Устный опрос. Тестовое задание
.2	Управление потоками инноваций в организациях сферы культуры.	ПК-3	31, У1, В1	Дискуссия
.3	Технологии и методы оценки качества социально-культурной деятельности.	ПК-3	31, У1, В1	Индивидуальные ситуативные задания
.4.	Модельный стандарт услуги по организации	ПК-3	31, У1, В1	Устный опрос.

	деятельности клубных формирований			Тестовое задание
	Мониторинг качества социально-культурной деятельности в организациях сферы культуры и их продвижение			
.1	Мониторинг удовлетворенности потребителей качеством предоставляемых услуг учреждениями сферы культуры.	ПК-3	31, У1, В1	Подготовка сообщения
.2	Рынок свободного и платного потребления	ПК-3	31, У1, В1	Эссе
.3	Продукты культуры и культурные потребности	ПК-3	31, У1, В1	Эссе
.4	Самоидентификация социокультурного учреждения. Формирование бренда	ПК-3	31, У1, В1	Защита проекта
.5	Технологии продвижения услуг учреждений культуры	ПК-3	31, У1, В1	Защита проекта

4. Оценочные средства по дисциплине для текущего контроля и описание критериев оценивания

4.1. Описание критериев оценивания компетенций на различных уровнях их формирования

При выставлении оценки преподаватель учитывает: логику, структуру, стиль ответа; культуру речи, манеру общения; готовность к дискуссии, аргументированность ответа; уровень самостоятельного мышления; умение приложить теорию к практике, решить задачи.

Нулевой уровень («не зачтено»). Результаты обучения студента свидетельствуют:

З) об усвоении им некоторых элементарных знаний, но студент не владеет понятийным аппаратом изучаемой предметной области (учебной дисциплины);

У) не умеет установить связь теории с практикой;

В) не владеет способами решения практико-ориентированных задач.

Первый уровень - пороговый («зачтено»). Достигнутый уровень оценки результатов обучения студента показывает:

З) знания имеют фрагментарный характер, отличаются поверхностностью и малой содержательностью; студент раскрывает содержание вопроса, но не глубоко, бессистемно, с некоторыми неточностями;

У) слабо, недостаточно аргументированно может обосновать связь теории с практикой;

В) способен понимать и интерпретировать основной теоретический материал по дисциплине.

Второй уровень повышенный («зачтено»). Студент на должном уровне:

З) раскрывает учебный материал: даёт содержательно полный ответ, требующий незначительных дополнений и уточнений, которые он может сделать самостоятельно после наводящих вопросов преподавателя;

У) демонстрирует учебные умения и навыки в области решения практико-ориентированных задач;

В) владеет способами анализа, сравнения, обобщения и обоснования выбора методов решения практико-ориентированных задач.

Третий уровень продвинутый («зачтено»). Студент, достигающий должного уровня:

З) даёт полный, глубокий, выстроенный логично по содержанию вопроса ответ, используя различные источники информации, не требующий дополнений и уточнений;

У) доказательно иллюстрирует основные теоретические положения практическими примерами;

В) способен глубоко анализировать теоретический и практический материал, обобщать его, самостоятельно делать выводы, вести диалог и высказывать свою точку зрения.

4.2. Перечень вопросов для устного опроса

- Раскройте сущность понятий «инновационный менеджмент и маркетинг»
- Какие механизмы управления потоками инноваций в организациях сферы культуры вы знаете?
- Какие технологии и методы оценки качества социально-культурной деятельности вы знаете?
- Перечислите индикаторы оценки качества услуг учреждений, осуществляющих социально-культурную деятельность.
- Определите порядок контроля и оценки соответствия качества социально-культурных услуг.
- Назовите этапы мониторинга удовлетворенности потребителей качеством предоставляемых услуг учреждениями сферы культуры.

Критерии оценивания: студент логично выстраивает свой ответ; использует различные источники информации, не требующий дополнений и уточнений; доказательно иллюстрирует основные теоретические положения практическими примерами; способен глубоко анализировать теоретический и практический материал, обобщать его, самостоятельно делать выводы, вести диалог и высказывать свою точку зрения.

4.3. Тематика сообщений.

Подготовьте сообщение и электронную версию презентации по теме:

Инновационный менеджмент и маркетинг: сущность понятий.

Управление потоками инноваций в организациях сферы культуры.
Технологии и методы оценки качества социально-культурной деятельности.
Индикаторы оценки качества услуг учреждений, осуществляющих социально-культурную деятельность
Модельный стандарт услуги по организации и проведению культурно-массовых мероприятий.
Модельный стандарт услуги по организации деятельности клубных формирований.
Модельный стандарт услуги по организации досуга населения в парке культуры и отдыха.
Порядок контроля и оценки соответствия качества социально-культурных услуг
Мониторинг удовлетворенности потребителей качеством предоставляемых услуг учреждениями сферы культуры.
Рынок свободного и платного потребления.
Продукты культуры и культурные потребности.
Самоидентификация социокультурного учреждения. Формирование бренда
Технологии продвижения учреждения культуры и/или его проекта

Критерии оценивания: студент логично выстраивает свой ответ; использует различные источники информации, не требующий дополнений и уточнений; доказательно иллюстрирует основные теоретические положения практическими примерами; способен глубоко анализировать теоретический и практический материал, обобщать его, самостоятельно делать выводы, вести диалог и высказывать свою точку зрения.

5. Оценочные средства по дисциплине для промежуточного контроля

5.1 Задания в тестовой форме

Тест 1 (открытые вопросы)

Впишите пропущенное слово:

1. Направление в менеджменте по привлечению и аккумулярованию внешних источников финансирования, – это _____. Ответ: фандрайзинг.
2. Подход, при котором человек действует вопреки внешним обстоятельствам, активно влияет на свою жизнь, называется _____. Ответ: проактивным.
3. Тип управленческого взаимодействия, основанный на наиболее эффективном для данной ситуации сочетании различных источников власти и направленный на побуждение людей к достижению общих целей, – это _____. Ответ: лидерство.
4. Самый оптимальный стиль управления творческими сотрудниками, – это _____. Ответ: гуманистический.
5. Описание особенностей определенной профессии, раскрывающее содержание профессионального труда, а также требования, предъявляемые к человеку, – это _____. Ответ: профессиограмма.

Тест 2 (закрытые вопросы)

1. Социально-культурная деятельность направлена на создание условий для наиболее полного развития, самореализации и восстановления духовных сил личности. Она включает в себя все многообразие проблем по:

А) организации свободного времени: общение, производство и усваивание культурных ценностей;

Б) социально-культурной реабилитации людей, попавших в трудную жизненную ситуацию;

В) развитию массовой праздничной культуры и передачи традиционных национальных обрядов из поколения в поколение.

2. Понятие «Инновационный менеджмент» можно определить как:

А) систему управления инновациями, инновационным процессом и экономическими отношениями, возникающими в ходе этого управления.

Б) воздействие хозяйственного механизма

3. Объектом менеджмента и маркетинга служит:

А) стиль выработки решения;

Б) инновационный процесс, проекты и инновационная организация.

3. Какие направления культурных потребностей личности вы можете назвать:

А) физиологические и социальные;

Б) художественно-эстетические, познавательные, зрелищные, рекреационные и другие.

4. Мериторными называются блага:

А) спрос на которые со стороны частных лиц отстает от «желаемого обществом» и стимулируется государством;

Б) товары и услуги, потребление которых государство стремится сократить.

5. Продукт культуры имеет потребительную стоимость, которая зависит от:

А) его культурной ценности, т.е. способности материального и нематериального продукта удовлетворять культурные потребности людей;

Б) рыночных условий.

6. Продукт культуры характеризует его:

А) исключительность, нестандартность, неповторимость;

Б) объем, вес, габариты.

7. Качество социально-культурной деятельности это:

А) количество культурно-досуговых мероприятий и творческих коллективов в учреждении культуры;

Б) целенаправленный процесс с определенной структурой и задачами, в результате которого человек приобретает систему знаний, навыков, профессионально значимые качества личности, переходящие в компетенции, которые обеспечат профессиональное становление необходимое для творческой деятельности, дальнейшего самообразования и саморазвития.

8. К количественным показателям доступности услуг в области социально-культурной деятельности относятся:

А) время ожидания услуги; график работы учреждения; место расположения учреждения, предоставляющего;

Б) стоимость конечного результата услуги (для платных услуг); наличие льгот для определенных категорий потребителей услуги.

9. В группу качественных показателей доступности услуг в области социально-культурной деятельности входят:

А) степень сложности требований, которые необходимо выполнить для получения услуги;

Б) достоверность информации о предоставляемых услугах; наличие различных каналов получения услуги;

В) простота и ясность информационных и инструктивных документов.

10. К качественным показателям оценки качества предоставляемых услуг, которым присуща измеримость, отнесены:

А) соблюдение сроков предоставления услуг; количество обоснованных жалоб;

Б) точность выполняемых обязательств по отношению к потребителю; культура обслуживания (вежливость, доброжелательность); качество результатов труда персонала (профессионализм).

Ключ для решения задания в тестовой форме:

1 а, б, в; 2 а; 3 б; 4 а; 5 а; 6 а; 7 б; 8 а, б; 9 а, б, в; 10 б.

Шкала оценивания:

- 100-90% (20-18 правильных ответов) - 20-18 баллов, «отлично» ;
- 89-75% (17-15 правильных ответов) - 17-15 баллов, «хорошо»;
- 74-60% (14-12 правильных ответов) - 14-12 баллов, «удовлетворительно»;
- ниже 60% (11 и менее правильных ответов) - 11 и менее баллов, «неудовлетворительно».

5.2. Вопросы к зачету

1. Инновационный менеджмент и маркетинг социально-культурных услуг: сущность понятий и содержание.

2. Проектная деятельность в сфере культуры как инновационный менеджмент.

3. Управление потоками инноваций в организациях сферы культуры.

4. Продукты культуры и культурные потребности.

5. Технологии оценки качества социально-культурной деятельности.

6. Методы оценки качества социально-культурной деятельности.

7. Индикаторы оценки качества услуг учреждений, осуществляющих социально-культурную деятельность.

8. Модельный стандарт услуги по организации и проведению культурно-массовых мероприятий.

9. Модельный стандарт услуги по организации деятельности клубных формирований. 10. Модельный стандарт услуги по организации досуга населения в парке культуры и отдыха.

11. Мониторинг качества социально-культурной деятельности в организациях сферы культуры.

12. Порядок Контроля и оценки соответствия качества фактически предоставляемых услуг стандартам общих требований к предоставлению услуг.

13. Мониторинг удовлетворенности потребителей качеством предоставляемых услуг учреждениями сферы культуры.

14. Условия формирования социокультурного менеджмента и маркетинга.
15. Тенденции предоставления социально-культурных услуг в условиях социальной дифференциации населения.
- 16.. Становление отечественного предпринимательства в сфере социально-культурных услуг.
17. Инновации в сфере социально-культурных услуг.
18. Культурная индустрия как система интенсивных технологий потребления культурных услуг.
19. Арт-менеджмент в концертной организации.
20. Менеджмент выставок и презентаций.
21. Внешняя социокультурная среда как маркетинговое пространство.
22. Внешняя культурная среда как маркетинговое пространство.
23. Потребление продуктов культуры в ситуации деятельности.
24. Технологии разработки маркетинговой политики.
25. Маркетинговая политика учреждения социально-культурной сферы.
26. Коммерческий и некоммерческий маркетинг социально-культурных услуг.
27. Финансовая поддержка культуры в условиях рынка.
28. Оптимизация бюджетного финансирования. Способы привлечения внебюджетных средств в сфере культуры.
29. Продукты культуры и культурные потребности.
30. Формирование спроса на социально-культурные услуги.

Общие правила оценки успеваемости студента в течение семестра

<i>Виды работ</i>	<i>Количество баллов</i>
Устный опрос	Максимум $4 \times 2 = 8$ баллов
Выполнение и защита практических работ	Максимум $6 \times 5 = 30$ баллов
Выступление с докладом по заданной теме	Максимум $1 \times 5 = 5$ баллов
Участие в деловых ситуационных и ролевых играх	Максимум $4 \times 4 = 16$ баллов
Выполнение и защита проекта	Максимум – 18 баллов
Тестирование	Максимум 22 балла
<i>Итого за семестр:</i>	Максимум – 100 баллов

Критерии оценивания

Знания, умения и навыки обучающихся при промежуточной аттестации **в форме зачета** определяются оценками «зачтено», «не зачтено».

«**Зачтено**» выставляется, если обучающийся достиг **продвинутого и повышенного уровня формирования компетенций**; обучающийся глубоко и прочно усвоил весь программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок. Обучающийся достиг **повышенного уровня формирования компетенций**; обучающийся твердо знает

программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий.

«Не зачтено» соответствует **нулевому уровню формирования компетенций**; обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания, задачи.

Шкала перевода баллов в оценки при промежуточной аттестации в форме экзамена

Уровень формирования компетенции	Оценка	Минимальное количество баллов	Максимальное количество баллов
Продвину- тый	Отлично	90	100
Повышен- ный	Хорошо	75	89
Порогово- й	Удовлетворитель- но	60	74
Нулевой	Неудовлетворите- льно	0	59

Шкала перевода баллов в оценки при промежуточной аттестации в форме зачета

Уровень формирования компетенции	Оценка	Минимальное количество баллов	Максимальное количество баллов
Пороговый и выше	Зачтено	60	100
Нулевой	Не зачтено	0	59