Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ярошенко Николай Николаевич
Должность: проректор по учебно-методической деятельности
Дата подписания: 06.11.2026 14:05:44
Уникальный программный ключ:
25cc77c6d2a242799b1569189212ec549db4bb3f

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

Московский государственный институт культуры

УТВЕРЖДЕНО:
Председатель УМС
Факультета МАИС
Кот Ю.В.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

ЭКОНОМИКА КУЛЬТУРЫ

Направление подготовки *54.04.01. ДИЗАЙН*

Профиль подготовки *КРЕАТИВНЫЙ ДИЗАЙН*

Квалификация выпускника *магистр*

Форма обучения *очная*

(РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов)

1. *Перечень компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины*

Контролируемые компетенции (шифр компетенции), наименование компетенции:
УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла.

2. *Планируемые результаты обучения по дисциплине:*

Таблица 1

Код компетенции	**Планируемые результаты обучения по дисциплине; индикаторы достижения компетенции**
УК-2	*знать:* - принципы формирования концепции проекта в рамках обозначенной проблемы; *уметь:* - разрабатывать концепцию проекта в рамках обозначенной проблемы, формулируя цель, задачи, актуальность, значимость (научную, практическую, методическую и иную в зависимости от типа проекта), ожидаемые результаты и возможные сферы их применения; - видеть образ результата деятельности и планировать последовательность шагов для достижения данного результата; *владеть:* - навыками составления плана-графика реализации проекта в целом и плана- контроля его выполнения; - навыками конструктивного преодоления возникающих разногласий и конфликтов.

3. Описание показателей и критериев оценивания

Очная форма обучения

Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание средств и шкал оценивания:

Таблица 2

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты изучения дисциплины (по этапам формирования знания, умения и навыка и (или) опыта деятельности)	Раздел дисциплины	семестр/ неделя		Вид аттестации (текущая, промежуточная)	Средство оценивания достижения компетенции	Показатель оценивания	Критерии оценивания и оценочная шкала
УК – 2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК – 2 (1) Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла.	*Знать:* - правила планирования и разработки стратегии развития СМИ и медийных проектов.	Темы: 1, 2, 3, 5, 6, 7, 9, 10, 17	2	1-3, 5-7, 9, 10, 17	текущая	Контрольные вопросы. Решение практических задач.	Воспроизведение студентом теоретического материала по теме	Критерии: полнота, системность, прочность
		Уметь: - осуществлять организационные, координационные, контролирующие обязанности, текущее планирование в соответствии со стратегией развития СМИ, медийных проектов.	Темы: 4, 8, 11-16	2	4, 8, 11-16	текущая	Доклад/презентация. Контрольные вопросы. Решение практических задач.	Самостоятельное применение студентом умений на практике	Критерии: степень самостоятельности, осознанность выполнения, выполнение в незнакомой ситуации

		Владеть: - навыками применения полученных знаний в своей исследовательской или высококвалифицированной профессиональной деятельности.	Темы: 1-17	2	1-17	промежуточная	Тестирование. Зачет, предполагающий контроль знания теории и решение практической ситуации.		Критерии: обоснование актуальности, правильность выделения цели и задач, соответствие содержания теме, глубина проработки материала, умение показать практическую значимость полученных знаний, владение навыками подготовки доклада или написания реферата (эссе) по теме

Заочная форма обучения

Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание средств и шкал оценивания:

Таблица 3

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты изучения дисциплины (по этапам формирования знания, умения и навыка и (или) опыта деятельности)	Раздел дисциплины	семестр	Вид аттестации (текущая, промежуточная)	Средство оценивания достижения компетенции	Показатель оценивания	Критерии оценивания и оценочная шкала
УК – 2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК – 2 (1) Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла.	*Знать:* - правила планирования и разработки стратегии развития СМИ и медийных проектов.	Темы: 1 - 17	2, 3	текущая	Контрольные вопросы.	Воспроизведение студентом теоретического материала по теме	Критерии: полнота, системность, прочность
		Уметь: - осуществлять организационные, координационные, контролирующие обязанности, текущее	Темы: 1 - 17	2, 3	текущая	Доклад/презентация. Контрольные вопросы. Решение практических задач.	Самостоятельное применение студентом умений на практике	Критерии: степень самостоятельности, осознанность выполнения, выполнение в незнакомой ситуации

		планирование в соответствии со стратегией развития СМИ, медийных проектов.						
		Владеть: - навыками применения полученных знаний в своей исследовательской или высококвалифицированной профессиональной деятельности.	Темы: 1 - 17	2, 3	промежуточная	Тестирование. Зачет, предполагающий контроль знания теории и решение практической ситуации.	Отбор и интеграция студентом имеющихся знаний и умений для решения поставленной цели, самоанализ и самооценка	Критерии: обоснование актуальности, правильность выделения цели и задач, соответствие содержания теме, глубина проработки материала, умение показать практическую значимость полученных знаний, владение навыками подготовки доклада или написания реферата (эссе) по теме

4. Оценочные средства

4.1. Задания для текущего контроля и требования к процедуре оценивания

Таблица 4

№п/п	Задание	Требования к процедуре оценивания
1.	**Реферат**	**Написание реферата подразделяется на два периода:** 1. период подготовки реферата. 2. период работа над текстом и оформлением реферата Период подготовки реферата, складывается из следующих этапов: 1.1. Этап – предварительная подготовка. Она выражается в уточнении названия реферата. Название должно быть кратким и выразительным. 1.2. Этап – библиографическая работа. Сюда же входит работа со справочным изданиями, библиографическими указателями и справочниками, энциклопедиями и различного рода обозрениями, просмотр газет, журналов и других работ. 1.3. Этап – первичная работа с книгами, журналами, газетными статьями и прочим информационным материалом. Первичная работа заключается в просмотре названий, оглавлений, вводных разделов, заключений и выводов работ, а также в просмотре таблиц, схем и рисунков. Сюда же входит регистрация и отбор литературы, необходимой для написания реферата. Существует карточный и тетрадный способы регистрации и отбора литературы для написания реферата. Лучше карточный – карточки при необходимости можно систематизировать, что и делается почти всеми при написании реферата. 1.4. Этап – сплошное и выборочное чтение, а также изучение литературы и ее обработка, т.е. записывание. Для составления реферата применяется три вида записей: 1 – конспект, 2 – аннотация, 3 – цитата. **Конспект** – это краткое или подробное переработанное автором письменное изложение какой-либо работы: сочинения, лекции, доклада, или одного первоисточника. Очень важно выделять в конспекте общие положения, заголовки, теоремы и формулы. Текст такой копии и называется конспектом, а процесс его написания – конспектированием. Следует отметить, что написание объемного и подробного конспекта требует от автора способности к творческой деятельности. В подробном конспекте аврору приходится делать соответствующие пояснения, приводить примеры, составлять план и коротко отвечать на вопросы плана, т.е. записывать тезисы (см. ниже). **Аннотация** – это краткое изложение основной сути, содержания какой- либо статьи, сочинения, работы с обязательной характеристикой их направленности, ценности, назначения. Обычно в аннотации пишется краткое заключение и выводы работы. Аннотация пишется на обратной стороне карточки, на которой эта работа зарегистрирована. Аннотация является основным и обязательным видом записи при изучении литературы. **Цитата** – это дословная выдержка из текста, изречение автора, которое приводится для подтверждения некоторых фактов и соображений. Под цитатой обязательно указывается фамилия автора. 1.5. Этап – заключительная работа периода подготовки. Он сводится главным образом к составлению плана написания реферата в соответствии с подобранным и изученным материалом. Только после составления плана и накопления достаточного количества данных приступают к написанию и оформлению реферата. 2 период – написание и оформление реферата. Он в свою очередь подразделяется на следующие этапы: 2.1 Написание и оформление титульного листа, на котором обязательно пишется тема реферата, а также название института (организации), год издания, фамилия автора и руководителя и другие данные. 2.2 Введение в этой части пишется значимость темы, цели и задачи реферата. 2.3 Литературный обзор является специальной частью реферата, в которой приводятся все собранные автором литературные данные, показывается степень изученности затронутой темы, излагаются предварительные ответы на вопросы и задачи, поставленные в первой части или введении реферата. 2.4. Собственные исследования включают все данные, полученные в результате опытов. Собственные исследования излагаются с применением схем, таблиц, графиков, рисунков, фотографий.

		2.5. Анализ литературных и экспериментальных данных приводится путем сопоставления положений и фактов, приводимых в реферате в литературном обзоре и собственных исследованиях. 2.6. Обобщение. В этой части обобщаются литературные данные и результаты собственных исследований, Обобщение делается в виде заключения, выводов, тезисов. **Заключение** - это краткое обобщение основных достоверных данных и фактов. **Выводы** – это обобщение каждого достоверного факта в отдельности, когда фактов много. Выводы должны быть предельно краткими и четкими ответами на задачи реферата **Тезисы** – представляют собой краткие или развернутые выводы с вводной, поясняющей, обосновывающей и заключительной частями работы. Тезисы включают изложение основных положений всей научной работы от начала до конца. 2.7. Рекомендации или практические предложения. Пишутся в том случае, когда изложенные в реферате положения могут быть использоваться слушателями или читателями реферата в своей жизни и практической деятельности. 2.8. Список использованной литературы. Это один из важных элементов реферата, позволяющий проверить автора и помогающий отыскать основную литературу, в которой можно получить ответы на интересующие вопросы, если эти вопросы не раскрыты в реферате, но интересуют читателя. Существуют следующий порядок регистрации и оформления литературы: указываются фамилия и инициалы автора, название книги или статьи, номер тома или выпуска, год и место издания, страницы. Год издания пишут за фамилией и инициалами автора. Оглавление или содержание в рефератах указывается не всегда.

Примерные темы рефератов:

1. Субъекты рыночной экономики. Понятие и сущность экономического кругооборота. Модели экономического кругооборота в сфере культуры.
2. Сущность собственности как экономической категории и ее формы.
3. Система экономических интересов. Мотивы и стимулы хозяйствования.
4. Структура Национального проекта «Культура» (2019-2024 годы). Основная стратегическая цель Проекта. Задачи Проекта.
5. Структура Национального проекта «Культура». Федеральный проект «Культурная среда». Цели и содержание Проекта. Примеры реализации Федерального проекта.
6. Структура Национального проекта «Культура». Федеральный проект «Творческие люди». Цели и содержание Проекта. Примеры реализации Федерального проекта.
7. Государственная поддержка инвестиционных проектов, направленных на капитальное строительство и реставрацию объектов культурного наследия с длительным сроком окупаемости.
8. Нормативы, на которые ориентируется перспективное развитие отраслей культуры. Мониторинг культурных процессов.
9. Министерство культуры РФ как государственный заказчик и координатор федеральных проектов в сфере культуры. Основные функции Министерства культуры РФ по обеспечению выполнения федерального проекта.
10. Структура Национального проекта «Культура». Федеральный проект «Цифровая культура». Цели и содержание Проекта. Примеры реализации Федерального проекта.
11. Национальный проект «Малое и среднее предпринимательство». Структура, основные цели и содержание Проекта. Примеры реализации Проекта
12. Национальный проект «Цифровая экономика». Структура, основные цели и содержание Проекта. Примеры реализации Проекта.
13. Организационно-правовые формы коммерческих и некоммерческих организаций в сфере культуры. Характеристика организационно-правовых форм коммерческих организаций.
14. Организационно-правовые формы коммерческих и некоммерческих организаций в сфере культуры. Характеристика организационно-правовых форм некоммерческих организаций.

15. Сущность и виды потребностей людей. Экономические потребности. Закон возвышения потребностей. Потребность человека в товарах сферы культуры.
16. Экономические блага и их классификация.
17. Товар и его свойства. Реальная и формальная потребительная стоимость товара. Система относительных цен.
18. Функции денег. Экономическая природа денег. Эволюция денег в современной денежной системе.
19. Количественная теория денег. Теория «нейтральных» денег.
20. Капитал, его формы и свойства. Кругооборот и оборот капитала.
21. Виды предпринимательской деятельности в сфере культуры. Внешние факторы предпринимательской стабильности.
22. Государственная поддержка предпринимательства в сфере культуры. Венчурное финансирование проектов.
23. Система налогообложения.
24. Внутренние факторы стабильности деятельности организаций культуры.
25. Планирование кадров. Оценка уровня профессионализма руководителей и специалистов организаций культуры.
26. Стратегическое планирование деятельности организаций культуры.
27. Экономические ресурсы и их виды. Экономический выбор.
28. Закон возрастающих вмененных издержек. Альтернативные (вмененные) издержки.
29. Эффективность использования основных фондов, капитала, материальных и трудовых ресурсов.
30. Экономическая эффективность субъектов сферы культуры.
31. Понятие рынка. Элементы рынка в сфере культуры. Функции рынка.
32. Виды рынков в сфере культуры.
33. Структура и инфраструктура рынка. Критерии для характеристики структуры рынка в сфере культуры.
34. Рыночный механизм сферы культуры.
35. Закон спроса. Неценовые факторы, влияющие на смещение кривой спроса в сфере культуры.
36. Закон предложения. Эластичное и неэластичное предложение.
37. Установление равновесной цены. Правила конкурентного поведения на рынке.
38. Парадоксы закона спроса в сфере культуры.
39. Экономическая природа организаций. Основные теории фирмы.
40. Управление организацией. Бизнес-планирование в организациях культуры.
41. Финансовые ресурсы хозяйствующего субъекта. Структура капитала. Источники финансовых ресурсов.
42. Основные и оборотные фонды. Показатели эффективности использования основных фондов.
43. Основные и оборотные фонды. Показатели эффективности использования оборотных фондов.
44. Состав и структура трудовых ресурсов организаций культуры. Подбор кадров, основные методы и критерии.
45. Организация и нормирование труда работников в сфере культуры. Определение загруженности работника.
46. Факторы повышения результативности труда работников сферы культуры.
47. Структура мотивационного комплекса труда. Предпочтительный мотивационный комплекс.
48. Взаимосвязь мотивов труда и его результативности. Мероприятия по повышению мотивации труда.
49. Виды издержек деятельности организаций культуры. Издержки деятельности в краткосрочном и долгосрочном периодах.

50. Структура выручки. Виды прибыли. Расчет прибыли.
51. Показатели рентабельности и их расчет.
52. Функция и структура цены. Система ценообразования. Ценовой механизм в сфере культуры.
53. Виды и классификация цен на товары (продукцию, работы, услуги) в сфере культуры.
54. Методы установления цен. Антимонопольный контроль установления цен.
55. Факторы, влияющие на ценообразование в сфере культуры.
56. Общие принципы формирования цен на платные услуги учреждений культуры.
57. Маркетинг как основа планирования деятельности организаций культуры.
58. Использование методов экономической статистики для сбора экономической информации о деятельности организаций культуры.
59. Современные проблемы экономики в сфере культуры и пути их решения.
60. Государственное регулирование коммерческой деятельности в сфере культуры.
61. Некоммерческие организации в сфере культуры. Оценка их социальной эффективности.
62. Механизм хозяйствования организаций сферы культуры. Показатели эффективности деятельности на примере конкретной организации.
63. Отраслевая и организационная структура культуры.
64. Отношения собственности в отраслях культуры.
65. Федеральный проект «Обеспечение качественно нового уровня развития инфраструктуры культуры». Цели и содержание Проекта.
66. Федеральный проект «Создание условий для реализации творческого потенциала нации». Цели и содержание Проекта.
67. Федеральный проект «Цифровизация услуг и формирование информационного пространства в сфере культуры». Примеры реализации Проекта.
68. Правовой аспект интеллектуальной собственности.
69. Рыночная классификация объектов интеллектуальной собственности.
70. Использование средств индивидуализации. Их экономическая оценка.
71. Экономическая эффективность использования объектов культурного наследия.
72. Некоммерческие партнерства (НКП) в социально-культурной сфере. Показатели социальной эффективности НКП.
73. Сущность феномена «Экономика звезд».
74. Специфические особенности нематериального производства

2.	**Доклад**	Предмет доклада – исследуемое отношение, которое связано с данным объектом. Понимание объекта и предмета доклада необходимо для разностороннего раскрытия темы и исключения смешения материала с материалом, касающемся других объектов и предметов, которые не связаны с основной темой, или не важны для раскрытия данной темы. После уяснения цели и задач доклада необходимо сформировать план. Этот план определяет основные разделы доклада (пункты) в зависимости от поставленных задач. Материал для доклада необходимо подбирать, обращая особое внимание на следующие его характеристики: - отношение к теме исследования; - компетентность автора материала; - конкретизация и подробность; - новизна; - научность и объективность; - значение для исследования. Источник материала: периодические издания, научная литература, материала научных конференций, Интернет- ресурсы. При выборе, например, периодического издания для поиска материала необходимо учитывать общую направленность такого издания, целевую аудиторию. При использовании Интернет- источников важно иметь ввиду, что в них материал может быть ошибочным или неполным, так как глобальная сеть доступна для

		большого количества пользователей и их квалификация также может различаться. При подборе литературных источников важен год издания, основные цели такого издания. Целевая аудитория и цели книга обычно находятся в введении. При изложении материала нужно плавно переходить от одного вопроса к следующему, желательно обобщать материал каждого пункта (раздела) доклада используя такие слова, как «таким образом», «итак», «необходимо подчеркнуть» и т.п. Такие обобщения гарантируют правильное и полное восприятие материала аудиторией. Если в материале используются цитаты или определения других авторов, то необходимо ссылаться на таких авторов. В конце доклада, должен быть краткий вывод, который показывает, насколько цель доклада была выполнена. В выводе (заключении) должны быть отражены все задачи и степень их выполнения.

Примерные темы докладов:

1. Анализ реализации федерального проекта «Культурная среда».
2. Анализ реализации федерального проекта «Творческие люди».
3. Анализ реализации федерального проекта «Цифровая культура».
4. Влияние государственной политики на инвестиционную деятельность в сфере культуры.
5. Эффективность мер государственного регулирования рынка интеллектуальной собственности в отраслях культуры.
6. Российские банки на рынке культурных проектов.
7. Анализ российского и зарубежного опыта фандрайзинга в сфере культуры.
8. Анализ развития российского художественного рынка.
9. Анализ развития российского рынка шоу-программ.
10. Анализ развития рынка библиотечных (театральных, музейных и т.д.) услуг в Российской Федерации.
11. Анализ российского и зарубежного опыта развития галерейного бизнеса.
12. Анализ российского и зарубежного опыта развития музейного бизнеса
13. Анализ российского и зарубежного опыта развития фестивального бизнеса.
14. Экономико-организационные меры по повышению конкурентоспособности субъектов рыночной экономики в сфере культуры.
15. Самозанятость в сфере культуры. Правовое обеспечение, плюсы и минусы данной формы организации деятельности.
16. Влияние продуктовой диверсификации на рост и эффективность деятельности организации культуры: микроэкономический анализ.
17. Средства индивидуализации в Российском законодательстве.
18. Бренд как фактор неценовой конкуренции (на примере рынка культуры).
19. Разработка рекомендаций по совершенствованию маркетинговой деятельности организации культуры.
20. Меры по созданию эффективной системы мотивации персонала организации культуры.
21. Опыт реформирования сети муниципальных учреждений культуры региона.
22. Разработка мер по совершенствованию системы оплаты труда творческих работников и гарантии их социальной защиты.
23. Направления улучшения финансового состояния предприятия культуры.
24. Стратегическое планирование на примере конкретной организации культуры.
25. Феномен «звезды» в современной массовой культуре.
26. Теория «болезнь издержек» в сфере культуры.
27. Индустриализация искусства.
28. Федеральный проект «Обеспечение качественно нового уровня развития инфраструктуры культуры». Цели и содержание Проекта.

29. Федеральный проект «Создание условий для реализации творческого потенциала нации». Цели и содержание Проекта.

30. Федеральный проект «Цифровизация услуг и формирование информационного пространства в сфере культуры». Примеры реализации Проекта.

31. Механизм хозяйствования организаций сферы культуры. Показатели эффективности деятельности на примере конкретной организации.

32. Правовой аспект интеллектуальной собственности.

3.	**Тестовые задания**	Проводится в учебной аудитории письменно, состоит из 17-ти заданий, задания теста обучающиеся получают от преподавателя вместе с листом для ответов, время, отводимое на выполнение теста составляет 45 минут. При выполнении теста недопустимо пользоваться вспомогательными материалами, в т.ч. в сети Интернет Выполнение тестовых заданий оценивается следующим образом: 75% (13 заданий) правильных ответов – зачтено; Менее 75% правильных ответов – не зачтено.

Тестовые задания:

1.Основными вопросами экономики являются:

А: Что? Как? Для кого?
Б: Что? Почему? В чьих целях?
В: Почему? Для кого? Как?
Г: В чьих интересах? Как? Зачем?

2. Культурная сфера с точки зрения экономической теории является:

А: разновидностью общественного производства;
Б: отраслью народного хозяйства;
В: автономной сферой со своими законами функциями и спецификой;
Г: сектором экономики

3. Специфической особенностью нематериального производства является ситуация, когда:

А: издержки производства ниже доходов культурного предприятия;
Б: издержки производства выше доходов культурного предприятия;
В: издержки производства обычно приравнены к доходам предприятия культуры;
Г: понятие «издержки» неприемлемо для нематериального производства

4. Стоимость культурных благ и услуг обычно:

А: неадекватна их рыночной стоимости;
Б: тождественна их рыночной стоимости;
В: определяется выше их рыночной стоимости;
Г: определяется ниже их рыночной стоимости

5. Согласно законам Энгеля, чем ниже в стране среднестатистический уровень доходов населения, тем:

А: выше расходы на питание и ниже расходы на культурные нужды;
Б: выше расходы на культурные нужды и ниже расходы на питание;
В: ниже расходы на питание и ниже расходы на культурные нужды;
Г: выше расходы на питание и выше расходы на культурные нужды.

6. Дотации как один из способов поддержки сферы культуры:

А: целенаправленно снижают стоимость готового культурного продукта;
Б: целенаправленно снижают издержки в процессе производства культурного продукта;
В: целенаправленно повышают стоимость готового культурного продукта;
Г: целенаправленно повышают издержки в процессе производства культурного продукта

7. Основная цель нематериального производства состоит в:

А: получении прибыли и распределении ее между участниками производства;

Б: получении прибыли и распределении ее на нужды производства;

В: достижении социально значимых целей и распределении прибыли на данные цели;

Г: достижении социально значимых целей и распределении прибыли между участниками производства

8. Экономика культуры - это:

А: прикладная наука об основных принципах и инструментах строительства экономических отношений в общественном секторе экономики;

Б: прикладная наука об основных принципах и инструментах строительства экономических отношений в некоммерческом секторе экономики;

В: прикладная наука об основных принципах и инструментах строительства экономических отношений в частном секторе экономики

9. Основателем экономики культуры как прикладной науки принято считать:

А: Д. Кейнса;

Б: У. Баумоля;

В: Э Бэнфилд;

Г: А. Смита

10. К коммерческим видам культурной деятельности можно отнести:

А: издательскую деятельность;

Б: охрану наследия;

В: музейную деятельность

11. Дефицитные виды культурной деятельности в процессе производства культурных благ и услуг ориентируются, прежде всего, на:

А: деятельность, которая в качестве приоритетной заявлена в миссии организации;

Б: вкусы и пристрастия потребителей;

В: государственный заказ;

Г: вкусы и предпочтения конкретных спонсоров

12. Индустрия культуры как сложное целое представляет собой:

А: индивидуальное производство культурных благ и услуг, имеющее основную цель – получение прибыли;

Б: серийное, промышленное производство культурных благ и услуг, имеющее основную цель – получение прибыли;

В: индивидуальное производство культурных благ и услуг, не имеющее в качестве основной цели – получение прибыли;

Г: серийное, промышленное производство культурных благ и услуг, не имеющее в качестве основной цели – получение прибыли.

13. Индустрия культуры при производстве благ и услуг ориентируется, прежде всего, на потребительский спрос со стороны:

А: конкретного индивиды;

Б: определенной конкретной группы потребителей;

В: массового потребителя

14. К видам продукции индустрии культуры можно отнести:

А: музыкальные инструменты, репродукции, картины, архивные документы, кинофильмы;

Б: тексты песен, скульптуру, аудиозаписи, кинопленку и фотопленку, произведения народного творчества;

В: видеомагнитофоны, компьютеры, видеокассеты, трансляцию культурных и развлекательных программ по радио и телевидению;

Г: памятники истории и культуры, музыкальные инструменты, репродукции, журналы

15. «Экономика объема» в индустрии культуры, это ситуация, когда:

А: чем больше количество произведенной культурной продукции, тем ниже стоимость каждой ее единицы;

Б: чем меньше количество произведенной культурной продукции, тем ниже стоимость каждой ее единицы;

В: чем больше количество произведенной культурной продукции, тем выше стоимость каждой ее единицы.

Г: объем произведенной культурной продукции не влияет на ее стоимость

16. Феномен «Экономики звезд» - это:

А: тенденция вложения средств в создание наиболее посредственных культурных продуктов;

Б: тенденция вложения средств в создание наиболее высококачественных культурных продуктов;

В: тенденция вложения средств в создание разнокачественной культурной продукции;

Г: вложение финансовых средств в неприбыльные культурные продукты

17. Выберите правильный вариант ответа:

А: Цена культурного продукта высокого качества, произведенного в индустрии культуры приблизительно равна цене культурного продукта среднего качества;

Б: цена культурного продукта высокого качества, произведенного в индустрии культуры больше цены культурного продукта среднего качества;

В: цена культурного продукта высокого качества, произведенного в индустрии культуры меньше цены культурного продукта среднего качества.

Г: цена культурного продукта индустрии культуры не всегда зависит от его качества.

18. Закон спроса предполагает, что:

а. Рост доходов покупателей вызовет рост спроса на различные товары и услуги

б. При падении цены на товар будет расти объем планируемых покупок данного товара

в. Конечный спрос на тот или иной товар никак не зависит от доходов потребителей

19. Эластичность предложения главным образом зависит от:

а. Цены на данный товар

б. Цены на взаимозаменяемые товары

в. Цены на данный товар и взаимозаменяемые по отношению к нему товары

20. Рынки совершенной и монополистической конкуренции имеют общую черту. Какую?

а. Выпускаемая продукция однообразна

б. Для того, чтобы попасть на рынки данных типов, предприятиям-производителям необходимо преодолеть существенные барьеры

в. На рынке функционирует значительное количество фирм

21. Что из перечисленного изучает микроэкономика?

а. Функционирование экономических агентов в процессе осуществления ими производственной, распределительной, потребительской и обменной деятельности

б. Функционирование экономической системы как единого целого

в. Имущество организаций, их доходы и расходы

22. Производство эффективно, если:

а. Наблюдается полное использование трудовых ресурсов

б. Наблюдается полное использование средств труда

в. В нем не действует закон убывающей производительности факторов производства

23. Изменение какого фактора не вызывает сдвига кривой спроса?

а. Цены на данный товар

б. Цены на взаимозаменяемые товары

в. Вкусов и предпочтений потребителей

24. Если рыночная цена ниже равновесной, то:
а. Возникает излишек товара на рынке
б. Возникает дефицит товара на рынке
в. Растет себестоимость производства товара

25. Какой термин отражает способность и желание людей платить за что-либо?
а. Спрос
б. Платежеспособность
в. Необходимость

26. Ценовая эластичность спроса будет выше:
а. На товары первой необходимости по сравнению с предметами роскоши
б. На предметы роскоши по сравнению с товарами первой необходимости
в. На товары, которые потребители в данный момент времени считают модными

27. Если предложение и спрос на товар возрастают, то:
а. Цена на данный товар возрастет
б. Цена на данный товар снизится
в. Увеличится общий объем данного товара на рынке

28. Неэластичный спрос означает, что:
а. Величина спроса практически не зависит от цены на товар
б. Процентное увеличение спроса на товар будет выше процентного увеличения цены на него
в. Процентное снижение спроса на товар будет ниже процентного снижения цены на него

29. Закон предложения выражает:
а. Связь между эластичными и неэластичными товарами
б. Прямую зависимость между ценой товара и величиной его предложения
в. Обратную зависимость между ценой товара и величиной его предложения

30. Рост процентной ставки приведет к:
а. Росту объема предложения заемных средств
б. Сокращению объема предложения заемных средств
в. Росту спроса на заемные средства

31. Сокращение предложения товара ведет к увеличению:
а. Спроса на данный товар
б. Предложения на взаимозаменяемые товары
в. Спроса на взаимозаменяемые товары

32. Олигополия - это рыночная структура, где оперирует:
а. Одна крупная фирма-производитель
б. Несколько фирм-производителей, конкурирующих между собой
в. Один потребитель всех произведенных на рынке благ

33. Конкурентный рыночный механизм - это способ:
а. Согласования и синхронизации решений потребителей, владельцев факторов производства и производителей товаров
б. Поддерживать цену на факторы производства на уровне, выгодном их владельцам
в. Распределять общественные блага между всеми членами общества согласно их доходам и потребностям

34. Реальную стоимость банкноты сегодня определяет стоимость:
а. Одного грамма чистого золота в данной стране
б. Затрат средств труда и человеческого труда, необходимых для печати банкноты
в. Количество товаров и услуг, которые можно на нее приобрести

Ключ-указатель правильных ответов:

1.А; 2. Г; 3. Б; 4. А; 5. В; 6. Б; 7. В; 8. Б; 9. Б; 10. А; 11. Г; 12. Г; 13. В; 14. А, Б, Г; 15. Г; 16. Б; 17. Г; 18.б; 19.в; 20.в; 21.а; 22.в; 23.а; 24.б; 25.а; 26.а; 27.в; 28.а; 29.б; 30.а; 31.в; 32.б; 33.а; 34.в

4.2.Задания для промежуточной аттестации и требования к процедуре оценивания

Таблица 5

№п/п	Задание	Требования к результатам подготовки и процедуре оценивания
1.	Подготовка к зачету	Студент должен: – достаточно точно формулировать определения; – полностью или достаточно полно раскрывать понятия и термины; - полностью или достаточно полно раскрывать сущность вопроса; - достаточно правильно отвечать на дополнительные вопросы преподавателя.

Вопросы к зачету по дисциплине:

1. История развития экономики культуры.
2. Субъекты рыночной экономики. Понятие и сущность экономического кругооборота. Модели экономического кругооборота в сфере культуры.
3. Содержание экономической теории прав собственности.
4. Система экономических интересов. Мотивы и стимулы хозяйствования.
5. Структура Национального проекта «Культура» (2019-2024 годы). Основная стратегическая цель Проекта. Задачи Проекта.
6. Структура Национального проекта «Культура». Федеральный проект «Культурная среда». Цели и содержание Проекта.
7. Структура Национального проекта «Культура». Федеральный проект «Творческие люди». Цели и содержание Проекта.
8. Государственная поддержка инвестиционных проектов, направленных на капитальное строительство и реставрацию объектов культурного наследия с длительным сроком окупаемости.
9. Нормативы, на которые ориентируется перспективное развитие отраслей культуры. Мониторинг культурных процессов.
10. Министерство культуры РФ как государственный заказчик и координатор федеральных проектов в сфере культуры. Основные функции Министерства культуры РФ по обеспечению выполнения федерального проекта.
11. Структура Национального проекта «Культура». Федеральный проект «Цифровая культура». Цели и содержание Проекта.
12. Национальный проект «Цифровая экономика». Структура, основные цели и содержание Проекта.
13. Механизмы корректировки мероприятий Проекта и их ресурсного обеспечения.
14. Источники правового регулирования деятельности в сфере культуры.
15. Характеристика организационно-правовых форм коммерческих организаций в сфере культуры.
16. Характеристика организационно-правовых форм некоммерческих организаций в сфере культуры.
17. Индивидуальное предпринимательство и самозанятость в сфере культуры.
18. Сущность и виды потребностей людей. Экономические потребности. Закон возвышения потребностей. Потребность человека в товарах сферы культуры.

19. Товар и его свойства. Реальная и формальная потребительная стоимость товара. Система относительных цен.

20. Капитал, его формы и свойства. Кругооборот и оборот капитала.

21. Виды предпринимательской деятельности в сфере культуры. Внешние факторы предпринимательской стабильности.

22. Государственная поддержка предпринимательства в сфере культуры. Венчурное финансирование проектов.

23. Система налогообложения в сфере культуры.

24. Внутренние факторы стабильности деятельности организаций культуры.

25. Планирование кадров. Оценка уровня профессионализма руководителей и специалистов организаций культуры.

26. Стратегическое планирование деятельности организаций культуры.

27. Экономические ресурсы и их виды. Экономический выбор.

28. Закон возрастающих вмененных издержек. Альтернативные (вмененные) издержки.

29. Эффективность использования основных фондов, капитала, материальных и трудовых ресурсов.

30. Экономическая эффективность субъектов сферы культуры.

31. Понятие рынка. Элементы рынка в сфере культуры. Функции рынка.

32. Виды рынков в сфере культуры.

33. Структура и инфраструктура рынка. Критерии для характеристики структуры рынка в сфере культуры.

34. Рыночный механизм сферы культуры.

35. Закон спроса. Неценовые факторы, влияющие на смещение кривой спроса в сфере культуры.

36. Закон предложения. Эластичное и неэластичное предложение.

37. Целеполагание и приоритеты в достижении целей.

38. Принципы планирования. Планирование как функция управления. Виды планирования.

39. Методы планирования.

40. Бизнес-планирование. Структура бизнес-плана.

41. Источники финансирования деятельности в сфере культуры.

42. Организация и нормирование труда в сфере культуры.

43. Взаимосвязь мотивов труда и его результативности.

44. Мероприятия по повышению мотивации труда.

45. Виды издержек деятельности организаций культуры.

46. Показатели рентабельности и их расчет. Использование показателей рентабельности в анализе эффективности деятельности.

47. Функция и структура цены. Системы ценообразования.

48. Ценовой механизм. Виды и классификация цен.

49. Понятие стратегического планирования. Роль стратегического планирования в условиях неопределенности внешней среды организации.

50. Классификация стратегий.

51. Стратегические зоны хозяйствования. Параметры определения стратегических зон хозяйствования организации культуры.

52. Роль маркетинга в планировании деятельности субъекта рыночной экономики. Позиционирование на рынке в сфере культуры.

53. Средства индивидуализации. Торговая марка, фирменное наименование, бренд.

54. Роль рекламы для организаций сферы культуры. Эффективность рекламы.

55. Стратегии маркетинга.

56. Понятие фандрайзинга. Принципы фандрайзинга и фандрайзера.

57. Виды фандрайзинга.

58. Методы привлечения потенциальных благотворителей.

59. Стратегии эффективного фандрайзинга.
60. Цикл фандрайзинга.
61. Глобализация культуры и межкультурные взаимодействия.
62. Национальный проект «Малое и среднее предпринимательство». Структура, основные цели и содержание Проекта.
63. Количественная теория денег. Теория «нейтральных» денег.
64. Эффективность использования основных фондов, капитала, материальных и трудовых ресурсов.
65. Установление равновесной цены. Правила конкурентного поведения на рынке.
66. Парадоксы закона спроса в сфере культуры.
67. Экономическая природа организаций. Основные теории фирмы.
68. Финансовые ресурсы хозяйствующего субъекта. Источники финансовых ресурсов субъектов рыночной экономики в сфере культуры.
69. Состав и структура трудовых ресурсов организаций культуры. Подбор кадров, основные методы и критерии.
70. Определение загруженности работника организации сферы культуры.
71. Структура мотивационного комплекса труда. Предпочтительный мотивационный комплекс.
72. Структура выручки. Виды прибыли. Расчет прибыли.
73. Виды и классификация цен на товары (продукцию, работы, услуги) в сфере культуры.
74. Методы установления цен. Антимонопольный контроль установления цен.
75. Факторы, влияющие на ценообразование в сфере культуры.
76. Общие принципы формирования цен на платные услуги учреждений культуры.
77. Использование методов экономической статистики для сбора экономической информации о деятельности организаций культуры.
78. Современные проблемы экономики в сфере культуры и пути их решения.
79. Некоммерческие организации в сфере культуры. Оценка их социальной эффективности.
80. Рыночная классификация объектов интеллектуальной собственности.

5. Оценка знаний студента

Шкалы оценивания	**Критерии оценки результатов по дисциплине**
Традиционная	
«Отлично» / «Зачтено»	Выставляется обучающемуся, если компетенция(ии), закрепленная за дисциплиной, сформирована (по индикаторам/ результатам обучения в формате знать-уметь-владеть) в полном объеме на уровне «высокий», и обучающийся демонстрирует как результат обучения следующие знания, умения и навыки: обучающийся глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, продемонстрировал это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет сочетать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения. Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.

«Хорошо» / «Зачтено»	Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей. Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне «хороший».
«Удовлетворительно» / «Зачтено»	Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами. Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне «достаточный».
«Неудовлетворительно» / «Не зачтено»	Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.

Составитель:

доктор экономических наук, профессор ВАК по менеджменту и предпринимательству, профессор кафедры управления и экономики культуры Круглова Наталья Юрьевна.