

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ярошенко Николай Николаевич
Должность: проректор по учебно-методической деятельности
Дата подписания: 09.06.2026 10:53:08
Уникальный программный ключ:
25cc77c6d2a242799b1569189212ec549db4bb3f

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
Московский государственный институт культуры**

**УТВЕРЖДЕНО:
Председатель УМС
факультета государственной
культурной политики
А.Ю. Единак**

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДИСЦИПЛИНЫ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ
В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ**

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ: 38.04.04 Государственное и муниципальное
управление

ПРОГРАММА ПОДГОТОВКИ: Стратегическое управление и маркетинг в сфере
культуры

КВАЛИФИКАЦИЯ ВЫПУСКА: Магистр

Форма обучения: очная

1. Перечень компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины

Изучение дисциплины «Предпринимательская деятельность в сфере культуры» направлено на формирование у обучающихся компетенции:

ПК-4. Способен организовывать и проводить подготовку и реализацию проекта государственно-частного партнерства в сфере культуры.

2. Планируемые результаты обучения (задачи освоения дисциплины) по дисциплине:

Таблица 1

№ пп	Код компетенции	Задачи освоения дисциплины
1.	ПК-4	<p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ознакомиться с проведением конкурентного анализа внутренней и внешней среды бизнеса в сфере культуры; - научиться оценивать возможности создания собственного бизнеса; - владеть методами определения целевой аудитории и формированием спроса на продукцию сферы культуры; - знать роль рекламных кампаний в продвижении и развитии бизнеса в сфере культуры; - изучить возможности ресурсного обеспечения предпринимательской деятельности; - знать организационно-правовые формы бизнеса в сфере культуры; - владеть управлением бизнес-процессами в предпринимательской деятельности.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы:

Таблица 2

№ пп	Формируемые компетенции	Индикаторы компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
1.	ПК-4	<p>ПК-4.1. Обеспечивает сбор и анализ первичной информации в рамках реализации проекта государственно-частного партнерства в сфере культуры.</p> <p>ПК-4.2. Демонстрирует способность обеспечивать общеорганизационную, юридическую, финансово-экономическую подготовку проекта государственно-частного партнерства в сфере культуры.</p>	<p>Знать: законодательства Российской Федерации, регулирующие деятельность в сфере государственно-частного партнерства;</p> <ul style="list-style-type: none"> - особенности и практику применения механизмов государственно-частного партнерства в сфере культуры; - основные механизмы финансирования инвестиционных проектов государственно-частного партнерства; - статистические и маркетинговые методы сбора, обработки, анализа и прогнозирования данных; - бюджетное, налоговое законодательство Российской Федерации; - методы расчета показателей эффективности проекта государственно-частного партнерства; - теорию управления рисками, теорию управления персоналом. <p>Уметь: собирать, анализировать данные о факторах, ценах и тенденциях потенциальных рынков для проекта государственно-частного партнерства;</p> <ul style="list-style-type: none"> - составлять планы работ по проекту государственно-частного партнерства в сфере культуры;

	<p>ПК-4.3. Демонстрирует способность осуществлять подготовку и проведение публичных процедур и информационную поддержку проекта государственно-частного партнерства в сфере культуры</p> <p>ПК-4.4. Контролирует и осуществляет мониторинг реализации проекта государственно-частного партнерства в сфере культуры.</p>	<p>- разрабатывать правовые алгоритмы, модели, схемы проекта государственно-частного партнерства в сфере культуры, работать с конкурсной документацией;</p> <p>- вести деловые переговоры по различным сделкам с целью согласования взаимных интересов участников проекта государственно-частного партнерства;</p> <p>- проводить оценку затрат, необходимых для реализации проекта государственно-частного партнерства;</p> <p>- проводить оценку социально-экономической и коммерческой эффективности проекта государственно-частного партнерства;</p> <p>- разрабатывать и реализовывать коммуникационные стратегии продвижения проекта государственно-частного партнерства в сфере культуры.</p> <p>Владеть: основами бухгалтерского учета, методами ведения переговоров, навыками применения систем мониторинга, управления рисками проекта государственно-частного партнерства в сфере культуры.</p>
--	---	---

4. Оценочные средства

а. Задания для текущего контроля и требования к процедуре оценивания

Таблица 3

№п/п	Задание	Требования к процедуре оценивания
1.	Доклад	<p>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.</p> <p>После уяснения цели и задач доклада необходимо сформировать план. Этот план определяет основные разделы доклада (пункты) в зависимости от поставленных задач.</p> <p>Материал для доклада необходимо подбирать, обращая особое внимание на следующие его характеристики:</p> <ul style="list-style-type: none"> - отношение к теме исследования; - компетентность автора материала; - конкретизация и подробность; - новизна; - научность и объективность; - значение для исследования. <p>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.</p> <p>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.</p> <p>Если в материале используются цитаты или определения других авторов, то необходимо ссылаться на таких авторов.</p> <p>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.</p>
<p>Примерные темы докладов:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Понятие финансовых ресурсов. Схема структуры финансовых ресурсов коммерческой организации. Характеристика каждого элемента. 2. Особенности финансов в различных организационно-правовых формах некоммерческой деятельности. 		

3. На основе статистических данных покажите, как изменилась структура источников формирования финансовых ресурсов коммерческих организаций за последние 5 лет.
4. Дайте сравнительную характеристику процессов формирования и использования прибыли организаций и индивидуальных предпринимателей в сфере креативных индустрий.
5. Влияние организационно-правовых форм и отраслевых особенностей на финансовый механизм коммерческих организаций и индивидуальных предпринимателей.
6. Государственная поддержка предпринимательства в сфере креативных индустрий.
7. Формирование и использования финансовых ресурсов индивидуальных предпринимателей.
8. Особенности налогообложения индивидуальных предпринимателей.
9. Цели и методы исследования рынка.
10. Маркетинговые стратегии, их характеристика. Выбор оптимальной маркетинговой стратегии.
11. Стратегии продвижения креативных товаров.
12. Изучение спроса на креативные товары. Расчет предельной выручки.
13. Управление клиентским опытом на разных стадиях жизненного цикла спроса.
14. Организация рекламных кампаний. Показатели, оценивающие коммуникативную результативность и экономическую эффективность рекламы.
15. Цифровая трансформация продаж. Креатив в диджитал-сфере. Основные преимущества и риски онлайн-предпринимательства.
16. Использование механизмов фандрайзинга, краудсорсинга, краудфандинга в сфере креативных индустрий. Преимущества краудсорсинга.
17. Основные показатели эффективности предпринимательской деятельности в сфере креативных индустрий. Факторы, влияющие на экономическую эффективность.
18. Возможные производственные, торговые, имущественные и финансовые риски в предпринимательской деятельности. Причины наступления нежелательной ситуации.
19. Виды себестоимости по ФСБУ 5/2019 «Запасы». Методы формирования себестоимости.
20. Методы ценообразования в сфере креативных индустрий.
21. Классификация налогов в Российской Федерации. Специальные налоговые режимы.
22. Классификация юридических лиц по организационно-правовым формам. Возможность преобразования в другие организационно-правовые формы.
23. Понятие механизма управления. Классификация методов управления бизнесом.
24. Организация управления. Общие функции управления, формирующие цикл управления.
25. Виды и характеристика бизнес-процессов. Основные методы оптимизации бизнес-процессов.
26. Понятие нотации. Наиболее распространенные нотации бизнес-процессов.
27. Классификация делового общения. Процесс делового общения.
28. Этапы принятия решения. Характеристика каждого этапа.
29. Процесс управления конфликтом. Профилактика новых конфликтов.
30. Этапы разработки бизнес-плана. Характеристика каждого этапа.

*Тесты, оценивающие формирование компетенции ПК-4
(крестиком обозначен правильный ответ):*

Тест №1. Введение в предпринимательскую деятельность

1. Что является основной функцией предпринимательства?
 - Поддерживать социальную стабильность
 - × Осуществлять нововведения и внедрять новые технологии
 - Заниматься благотворительностью
 - Выполнять государственные заказы
2. Чем отличается корпорация от индивидуального предпринимателя?

- Корпорация имеет меньше правовых ограничений
 - × У корпорации больше формальных требований к отчетности и управлению
 - Индивидуальный предприниматель обязан создавать рабочие места
 - Регистрация корпорации осуществляется быстрее
3. Какие виды предпринимательской деятельности выделяют в креативных индустриях?
- Строительство и ремонт
 - Транспортировка грузов
 - × Производство и распространение креативных продуктов
 - Консалтинг и бухгалтерские услуги

Тест №2. Конкурентный анализ внутренней и внешней среды бизнеса

1. Какой инструмент используется для анализа сильных и слабых сторон фирмы?
 - PEST-анализ
 - × SWOT-анализ
 - Матрица БКГ
 - Анализ пяти сил Портера
2. Как называется концепция анализа факторов макросреды (Политики, экономики, социологии и технологий)?
 - × PEST-анализ
 - SWOT-анализ
 - ГЭП-анализ
 - Четырех-силовая модель Портера
3. Какая методика позволяет определить потенциал фирмы относительно её целей и возможностей внешнего окружения?
 - Теория позаказного учета затрат
 - × SPACE-анализ
 - Модель жизненного цикла продукта
 - Метод мозгового штурма

Тест №3. Создание собственного бизнеса

1. Как называют процесс коллективного поиска идеи путем свободной генерации предложений?
 - × Мозговая атака («Brainstorming»)
 - Свободные ассоциации
 - Шести-шапное мышление
 - Техника Дельфи
2. Какой критерий необходим для успешной бизнес-идеи?
 - Сложность реализации
 - Высокая стоимость входа на рынок
 - × Уникальность предложения
 - Низкая маржа прибыли
3. Для чего нужен метод составления интеллект-карт?
 - Улучшение дизайна продукта
 - × Генерация и структурирование идей
 - Поиск сотрудников
 - Оптимизация расходов

Тест №4. Целевая аудитория

1. Что такое целевое ядро аудитории?
 - Все потенциальные покупатели
 - × Группа потребителей, обладающих наибольшей лояльностью и стабильностью покупок
 - Люди определенного возраста
 - Покупатели с высоким доходом
2. Что означает аббревиатура LTV?

- Life Total Value
 - Long Term Vision
 - × Life Time Value (Стоимость клиента за весь срок взаимодействия)
 - Lead Target Volume
3. Какой показатель характеризует емкость рынка?
- Количество уникальных пользователей
 - × Общий объем потенциальных продаж
 - Средний чек покупки
 - Уровень конкуренции среди производителей

Тест №5. Товарный знак. Создание бренда

1. Чем товарный знак отличается от бренда?
- Товарный знак нельзя зарегистрировать юридически
 - × Товарный знак защищается законом, бренд отражает восприятие потребителем
 - Бренд обязательно должен иметь логотип
 - Оба понятия абсолютно одинаковы
2. Почему важно разработать бренд-платформу?
- Только для повышения эстетического восприятия
 - × Чтобы сформировать целостный образ компании и обеспечить стратегию позиционирования
 - Это лишь элемент корпоративного стиля
 - Чтобы снизить расходы на рекламу
3. Что включает в себя задача нейминга?
- Назначение руководителей подразделений
 - × Подбор названия для бренда, которое легко запоминается и ассоциируется с продуктом
 - Регистрация патентов
 - Оформление документации

Тест №6. Понятие рынка. Исследование рынка

1. Из какого количества этапов состоит исследование рынка?
- Два этапа
 - Один этап
 - × Несколько последовательных этапов
 - Нет четких этапов, исследование проходит хаотично
2. Основная цель исследования рынка заключается в...
- Привлечении внимания прессы
 - × Получении актуальной информации для принятия управленческих решений
 - Повышении имиджа руководителя
 - Увеличении штата сотрудников
3. Какая форма исследования предполагает непосредственное участие наблюдателя в наблюдаемом событии?
- Интервью
 - × Наблюдение
 - Эксперимент
 - Опрос общественного мнения

Тест №7. Маркетинговые стратегии продвижения креативного товара

1. Какой тип маркетинговой стратегии направлен на изменение способа распределения товаров?
- Стратегия расширения рынка
 - × Стратегия изменения каналов распространения
 - Стратегия адаптации бизнеса к рынку
 - Стратегия смены рынка
2. В чём основная задача рекламной кампании?

- Сокращение персонала
- × Информирование потребителей о продукте и повышение интереса к нему
- Замена поставщиков сырья
- Пересмотр структуры капитала
- 3. Что входит в комплекс маркетинга 4P?
 - Персонал, прибыль, политика, права
 - × Product (продукт), Price (цена), Place (место продажи), Promotion (продвижение)
 - Политика, процедура, процессы, продукты
 - Партнеры, поставщики, персонал, программы лояльности

Тест №8. Формирование спроса и стимулирование сбыта

1. Что такое кривая спроса?
 - Геометрическое отображение объёма инвестиций
 - × Графическое изображение взаимосвязи между ценой товара и количеством покупаемого товара
 - Таблица доходов населения
 - Объем произведенных товаров
2. Что представляет собой коэффициент точечной ценовой эластичности спроса?
 - Степень удовлетворенности клиентов продукцией
 - × Отражает реакцию покупателей на небольшие изменения цены
 - Продолжительность существования товара на рынке
 - Темп инфляции
3. В каком этапе жизненного цикла спроса наблюдается рост объемов продаж и увеличение прибыли?
 - Стадия привития спроса
 - Период снижения спроса
 - × Рост спроса
 - Стабилизация спроса

Тест №9. Реклама креативного товара

1. Зачем нужны электронные торговые площадки?
 - Только для публикации объявлений
 - × Они облегчают доступ к товарам и услугам, помогают находить партнеров и клиентов
 - Служат исключительно платформой для отзывов
 - Используются только государственными организациями
2. Какие характеристики определяют успех цифровой рекламы?
 - Длительность видеоролика
 - × Привлечение внимания целевой аудитории, удержание интереса
 - Цвет фона сайта
 - Минимальное количество изображений
3. Чем отличаются рекламные кампании на онлайн-площадках от классических офлайн-методов?
 - Онлайн-кампании требуют меньших бюджетов
 - × Онлайн-методики позволяют точнее таргетироваться на нужную аудиторию
 - Классические методы эффективнее воздействуют на молодых потребителей
 - Никаких отличий нет

Тест №10. Ресурсы в предпринимательской деятельности

1. Что включают нематериальные активы?
 - Сырье и материалы
 - Производственные помещения
 - × Патенты, лицензии, товарные знаки, гудвилл
 - Запасные части оборудования
2. Чем полезен механизм краудфандинга?

- × Помогает собрать средства для запуска проектов путём небольших вкладов множества людей
- Используется только крупными корпорациями
- Ограничивает круг инвесторов
- Не подходит для малого бизнеса
- 3. Что относится к источникам финансирования в сфере креативных индустрий?
 - Доходы от сдачи недвижимости в аренду
 - × Гранты, субсидии, краудфандинг, венчурное финансирование
 - Заработанные премиальные директора компаний
 - Льготы по налогообложению для предприятий

Тест №11. Финансы коммерческих организаций в сфере культуры

1. Что понимают под оборотным капиталом?
 - Денежные средства, вложенные в долгосрочные проекты
 - × Деньги и товары, используемые для ежедневных операций компании
 - Прибыль от прошлых лет
 - Стоимость зданий и сооружений
2. За счёт чего формируются финансовые ресурсы организации?
 - Иностранные инвестиции исключительно
 - × Кредиты банков, доходы от операционной деятельности, собственные средства владельцев
 - Только продажа акций на бирже
 - Природные ресурсы
3. Как распределяется прибыль между собственниками и участниками коммерческого предприятия?
 - Равномерно между всеми сотрудниками
 - × Пропорционально долям участия собственников
 - Всею прибылью распоряжаются топ-менеджеры
 - Весь полученный доход идет на выплату зарплат сотрудникам

Тест №12. Эффективность предпринимательской деятельности

1. Что показывает рентабельность бизнеса?
 - Скорость оборота денежных средств
 - × Насколько эффективно компания превращает вложения в прибыль
 - Количественный размер активов компании
 - Размер уставного капитала
2. Какие существуют виды прибыли?
 - Профицит и дефицит
 - × Валовая прибыль, чистая прибыль, операционная прибыль
 - Резервная и страховая прибыль
 - Обычная и специальная прибыль
3. Что определяет маржинальная прибыль?
 - Потраченную сумму на закупку материалов
 - × Остаточную прибыль после покрытия переменных затрат
 - Сумму уплаченных налогов
 - Инвестиции в разработку продукта

Тест №13. Классификация рисков и управление ими

1. Что понимается под производственными рисками?
 - Операции на фондовом рынке
 - × Нарушение производственного процесса вследствие сбоя оборудования или нехватки материалов
 - Риски судебных разбирательств
 - Инфляция валюты

2. Как называются действия, направленные на предотвращение негативных ситуаций?

- Проведение праздничных мероприятий
- × Мероприятия по минимизации угроз и обеспечению устойчивости бизнеса
- Бездействие руководства
- Частая смена кадров

3. Какие последствия наступают при возникновении неблагоприятных обстоятельств?

- Автоматическое улучшение качества продукции
- Положительный эффект на репутацию
- × Потеря финансовой стабильности, снижение уровня доверия клиентов, убытки
- Снижение темпов производства

Тест №14. Методы формирования себестоимости креативного товара

1. Какой метод формирует себестоимость исходя из нормативных показателей расхода ресурсов?

- Попередельный метод
- Директ-костинг
- × Нормативный метод
- Позаказный метод

2. Что учитывается при расчете полной себестоимости изделия?

- Только затраты на оплату труда рабочих
- Затраты на доставку конечному покупателю
- × Прямые материальные затраты + косвенные расходы + накладные расходы
- Капитальные вложения в строительство здания завода

2. В чём преимущество директ-костинга перед полным методом учёта затрат?

- Учёт всех расходов, включая амортизацию
- × Четкое разделение постоянных и переменных затрат, упрощающее принятие управленческих решений
- Простота расчетов даже при большом ассортименте продукции
- Отсутствие учета материальных затрат

Тест №15. Методы и стратегии ценообразования в сфере культуры

1. На основании чего формируется цена методом предельных издержек?

- Максимальной возможной суммы денег, которую готов заплатить потребитель
- × Предельные затраты, необходимые для выпуска дополнительной единицы продукции
- Усреднённые показатели отрасли
- Цена аналогичных товаров конкурентов

2. Что значит установление цены с ориентацией на спрос?

- Установка фиксированной минимальной цены
- × Гибкое определение цены в зависимости от поведения потребителей и уровня их платежеспособности
- Постоянная высокая цена независимо от рыночной конъюнктуры
- Использование скидок только для оптовых покупателей

3. Какая стратегия ценообразования ориентируется на сокращение потерь прибыли и сохранение определённого уровня спроса?

- Быстрое завоевание доли рынка
- × Постепенное снижение цены для увеличения объёмов продаж
- Ориентация на максимальную прибыль в краткосрочной перспективе
- Предоставление эксклюзивного ассортимента ограниченному кругу покупателей

Тест №16. Система налогообложения предпринимательской деятельности

1. Какие налоги относятся к федеральным налогам в РФ?

- Земельный налог
- × НДС, акцизы, налог на прибыль организаций
- Муниципальный налог на имущество физических лиц

- Водный налог
- 2. Какие налоговые режимы являются специальными в РФ?
 - Стандартный налоговый режим
 - × Упрощённая система налогообложения (УСН), патентная система налогообложения (ПСН), единый сельскохозяйственный налог (ЕСХН)
 - Прогрессивная шкала налога на доходы физлиц
 - Система обязательного пенсионного страхования
- 3. Что такое региональные налоги?
 - Налогообложение транспортных средств
 - × Налоги, устанавливаемые субъектами РФ и действующие на территории региона
 - Таможенные пошлины
 - Взносы в Пенсионный фонд РФ

Тест №17. Организационно-правовые формы бизнеса. Государственная регистрация предпринимательской деятельности

1. Кто несёт полную ответственность своим имуществом в обществе с неограниченной ответственностью?
 - Участники несут равную долю ответственности
 - × Ответственность несет сам учредитель личным имуществом
 - Только руководители среднего звена
 - Никакая ответственность не предусмотрена
2. Где оформляется государственная регистрация ИП?
 - × Через МФЦ или ФНС лично либо электронно
 - В налоговой инспекции по месту жительства заявителя
 - В суде общей юрисдикции
 - В международных регистрационных органах
3. Сколько учредителей может быть в ООО?
 - Не менее трех
 - × Может быть одно лицо или группа лиц
 - Обязательно пять и более
 - Закон допускает наличие максимум двух учредителей

Тест №18. Характеристика механизма управления. Организация управления

1. Что обозначает термин «цикл управления»?
 - Отдельный проект компании
 - Внутренняя бюрократия внутри компании
 - × Последовательность повторяющихся шагов, направленных на достижение поставленных целей
 - Информационное взаимодействие сотрудников
2. Какой вид методов управления основан на регулировании численности сотрудников и установлении трудовых норм?
 - Экономические методы
 - × Административный метод
 - Психологический метод
 - Логистический метод
3. Что относится к экономическим методам управления?
 - Применение дисциплинарных взысканий
 - × Материальное поощрение сотрудников, оплата труда, премирование
 - Проведение психологических тренингов
 - Контроль рабочего времени сотрудников

Тест №19. Управление бизнес-процессами в предпринимательской деятельности

1. Что означает понятие «Бизнес-процессы»?

- Физические процессы в цехах предприятия
- × Совокупность действий и процедур, обеспечивающих функционирование организации
- Атрибут интерьера офиса
- Способ доставки товаров клиентам

2. Что такое нотация в описании бизнес-процессов?

- Название рабочей группы
- Список отделов компании
- План строительства объекта
- × Форма графического представления последовательности процессов и взаимодействий между ними

3. Какова цель оптимизации бизнес-процессов?

- Повышение нагрузки на сотрудников
- × Повышение эффективности работы компании, устранение ненужных этапов и снижение издержек
- Увеличение числа административных должностей
- Задержка сроков исполнения заказов

Тест №20. Коммуникативность и деловое общение

1. Что способствует эффективному деловому общению?

- Избегание контакта глазами
- × Ясность изложения мыслей, умение слушать собеседника, уважительное отношение
- Громкая речь и агрессивное поведение
- Игнорирование обратной связи от партнёров

2. Что считается важным элементом деловой коммуникации?

- Высокомерие и закрытость
- × Интерактивность и взаимное уважение
- Конфликты и недопонимание
- Уклонение от обсуждения ключевых вопросов

3. Какой компонент делового общения обеспечивает понимание намерений партнера?

- Манипуляция мнением
- × Перцептивный аспект общения (способность воспринимать позицию другого участника общения)
- Агрессия и давление
- Скрытность и уклончивость

Тест №21. Принятие решений в предпринимательской деятельности

1. Как начинается процесс принятия решения?

- Случайный выбор первого пришедшего в голову варианта
- × Выявление проблемы или постановка цели
- Быстрая реакция на внешние обстоятельства
- Имитация успешных практик конкурентов

2. Когда наступает этап оценки альтернативных решений?

- После утверждения финального плана
- × Перед выбором наилучшей стратегии из предложенных вариантов
- Сразу после выявления проблемы
- Во время совещания акционеров

3. Что является результатом успешного завершения процедуры принятия решения?

- Возврат к исходной точке
- × Решение, реализованное и показывающее положительную динамику для бизнеса
- Откладывание вопроса на неопределённый срок
- Переход к другому проекту без анализа результатов

Тест №22. Управление конфликтами

1. Что относится к причинам возникновения конфликтов?

- Идеально выстроенные внутренние регламенты
 - × Субъективные предпочтения сотрудников, недостаточная координация усилий, недостаток полномочий
 - Всегда одинаковые взгляды на проблему
 - Однозначная поддержка руководством любых инициатив
2. Какой подход используют для разрешения конфликтов?
 - Наказание всех вовлечённых сторон
 - × Совместное обсуждение проблем и поиск компромиссных решений
 - Исключение участников конфликта из команды
 - Проиигнорировать конфликт, ожидая саморазрешения
 3. Каково последствие эффективного управления конфликтом?
 - Сохранение напряжённости в команде
 - × Устранение противоречий и укрепление сотрудничества
 - Дальнейшее ухудшение взаимоотношений
 - Углубление разногласий и отсутствие взаимопонимания

Тест №23. Методические основы разработки бизнес-плана

1. Какие цели преследуют при разработке бизнес-плана?
 - Оставить ситуацию неизменной
 - × Определить пути достижения поставленных целей, привлечь инвесторов и кредиторов
 - Добиться немедленного банкротства
 - Получить дополнительные штрафы от контролирующих органов
2. Какие компоненты входят в структуру бизнес-плана?
 - Только описание продукта
 - × Анализ рынка, финансовый план, резюме проекта, маркетинговая стратегия
 - Правила внутреннего распорядка
 - Лист ожидания на продукцию
3. Что характерно для успешности бизнес-плана?
 - Максимальная сложность описания
 - × Подробное обоснование идеи, реалистичные прогнозы, понятность и ясность изложения
 - Недостоверные цифры и предположения
 - Противоречивость положений и неясность перспектив развития

b. Задания для промежуточной аттестации и требования к процедуре оценивания

Таблица 4

№п/п	Задание	Требования к результатам подготовки и процедуре оценивания
1.	Подготовка к экзамену	Студент должен: – точно формулировать определения; – полноценно раскрывать понятия и термины; – полно или достаточно полно раскрывать сущность вопроса; – отвечать на дополнительные вопросы преподавателя.
Вопросы к экзамену (2-й семестр)		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Дайте определение предпринимательской деятельности. Какие варианты толкования термина «предпринимательство» Вы знаете? 2. Каковы отличительные черты корпорации и предпринимателя по таким параметрам, как: отношение к риску, выработка решений, цели, форма рынка, на котором осуществляется деятельность? 3. Перечислите и кратко охарактеризуйте основные функции предпринимательства. 4. В чем заключаются особенности ведения бизнеса в России? 		

5. Какие законодательные документы регулируют развитие малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации и развитие креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации? Дайте определение социальному предпринимательству.
6. Какие виды предпринимательской деятельности в сфере культуры Вы знаете?
7. Приведите классификацию креативных индустрий в соответствии с утвержденным Минэкономразвития перечнем.
8. Перечислите и кратко охарактеризуйте основные методы конкурентного анализа внешней и внутренней среды бизнеса.
9. В чем сущность SPACE-анализа? Рассмотрите пример данного анализа.
10. В чем сущность PEST-анализа? Рассмотрите пример данного анализа.
11. В чем сущность анализа по методу выделения 5 сил Портера? Рассмотрите пример анализа конкурентных сил Портера.
12. В чем сущность анализа внешней и внутренней среды бизнеса по методу, предложенному Кругловой Н.Ю.?
13. Перечислите и кратко охарактеризуйте основные методы генерации идей. Какой из этих методов Вы стали бы использовать и почему?
14. В чем сущность метода Дельфи? Рассмотрите алгоритм этого метода.
15. В чем сущность метода ОДИ? Рассмотрите алгоритм этого метода.
16. Рассмотрите алгоритм генерации идей методом инверсии.
17. Дайте краткую характеристику методу ассоциативного поиска и генерации идей.
18. В чем сущность метода пирамиды Минго для генерации идей?
19. Какие способы оценки бизнес-идеи Вы знаете? Охарактеризуйте их.
20. С помощью каких параметров можно оценить степень привлекательности различных целевых сегментов для бизнеса?
21. Дайте определение целевой аудитории. Какие факторы определяют ЦА?
22. Перечислите факторы, влияющие на покупательское поведение.
23. Каковы задачи сегментации целевой аудитории?
24. Какие методы сегментации ЦА Вы знаете? Кратко охарактеризуйте их.
25. Рассмотрите алгоритм определения целевого ядра по методу LTV.
26. В чем сущность метода, позволяющего определить «идеального» для бизнеса покупателя (метода 5S)? Рассмотрите применение данного метода на конкретном примере.
27. Дайте характеристику методу определения целевого ядра, предложенному Беном Хантом (лестница узнавания Бена Ханта).
28. Для чего бизнесу необходимо знать емкость рынка? Какие виды емкости рынка Вы знаете?
29. Нарисуйте график динамики емкости рынка. Как емкость рынка зависит от динамики спроса?
30. Какие средства индивидуализации товаров Вы знаете? Что означает исключительное право на товарный знак?
31. Каким Законом гарантируется правовая защита товарного знака?
32. В чем заключаются преимущества товарного знака по сравнению с брендом?
33. Что Вы понимаете под термином «бренд»? Охарактеризуйте понятийную сущность современного термина «бренд».
34. В чем основные отличия бренда от товарного знака?
35. Перечислите основные вопросы, решаемые в процессе брендинга.
36. Каковы основные задачи нейминга?
37. С какой целью разрабатываются бренд-платформы?
38. Назовите основные элементы бренд-платформы и дайте им краткую характеристику.
39. Понятие рынка. Элементы рынка.
40. Классификация продавцов и покупателей как субъектов рынка. Структура регулятора рыночных отношений.
41. Классификация рынков по определенным признакам. Формы рынка.

42. Формы и методы исследования рынка.
43. Основные цели исследования рынка. Основные методы исследования рынка и их характеристика.
44. Основные задачи, решаемые бизнесом на основе информации, полученной прослушиванием в социальных сетях.
45. Цели маркетинга. Виды и основные задачи маркетинговой деятельности.
46. Функции рекламно-информационной деятельности бизнеса.
47. Виды маркетинговых стратегий и их характеристика: Расширение рынка.
48. Изменение каналов распространения креативных товаров.
49. Адаптация бизнеса к требованиям рынка, Стратегии продвижения креативных товаров.
50. Стратегии рекламно-информационной деятельности. Комплекс предпринимательских стратегий.
51. Структура маркетингового комплекса 4P (маркетинг-микса).
52. Маркетинговый бюджет. Алгоритм расчета маркетингового бюджета.
53. Формы, цели и этапы маркетинговых коммуникаций.
54. Классификация спроса по определенным признакам. Кривая спроса.
55. Эластичность спроса. Коэффициент точечной ценовой эластичности спроса. Коэффициент дуговой эластичности спроса.
56. Расчет предельной выручки.
57. Жизненный цикл спроса. Основные факторы, которые могут влиять на формирование спроса.
58. Управление клиентским опытом.
59. Этапы реализации маркетинговой коммуникации. Средства передачи информации в маркетинговых коммуникациях.
60. Основные функции рекламы. Классификация рекламы.
61. Организация рекламных кампаний. Показатели, оценивающие коммуникативную результативность рекламы.
62. Показатели, оценивающие экономическую эффективность рекламы.
63. Продвижение и развитие бизнеса на Интернет-площадках. Функции электронной торговой площадки.
64. Классификация электронных торговых площадок.
65. Цифровая трансформация продаж. Креатив в диджитал-сфере.
66. Основные преимущества и риски онлайн-предпринимательства. Некоторые креативные направления в диджитал-сфере.
67. Основные факторы производства креативных товаров: капитал, информационные ресурсы, трудовые ресурсы, нематериальные активы.
68. Ресурсы, привлекаемые при использовании механизмов фандрайзинга, краудсорсинга, краудфандинга. Преимущества краудсорсинга.
69. Источники финансирования организаций в сфере культуры.
70. Источники привлекаемых на безвозмездной основе ресурсов. Классификация грантов и их краткая характеристика.
71. Сущность финансов предприятий и принципы их организации. Основной капитал предприятий и инвестиции. Оборотный капитал предприятий.
72. Характеристика источников формирования финансовых ресурсов и направлений их использования.
73. Источники финансовых ресурсов коммерческих организаций, их структура. Виды финансовых ресурсов коммерческих организаций, основные факторы их роста.
74. Основные направления использования финансовых ресурсов коммерческой организации.

Вопросы к экзамену (3-й семестр)

1. Основные показатели эффективности предпринимательской деятельности. Факторы, влияющие на экономическую эффективность.
2. Основные количественные и качественные факторы, влияющие на результат деятельности организаций в сфере культуры.
3. Структура финансового результата деятельности предприятия, порядок его формирования и отражения в учете.
4. Основные виды рентабельности и их расчет.
5. Виды прибыли и их расчет.
6. Оценка эффективности торговли. Понятие юнита.
7. Расчет маржинальной прибыли, полученной от реализации конкретного юнита.
8. Возможные производственные риски.
9. Возможные торговые риски.
10. Возможные имущественные риски.
11. Основные финансовые риски. Причина наступления нежелательной ситуации.
12. Последствия наступления нежелательной ситуации в процессе предпринимательской деятельности. Действия по предотвращению нежелательной ситуации.
13. Созидательные функции риска в предпринимательстве: регулятивная, инновационная, аналитическая и защитная
14. Виды себестоимости по ФСБУ 5/2019 «Запасы»: себестоимость приобретаемых (создаваемых) запасов, себестоимость незавершенного производства, себестоимость готовой продукции.
15. Методы формирования себестоимости продукта. Характеристика нормативного метода. Преимущества метода.
16. Методы формирования себестоимости продукта. Характеристика позаказного метода. Преимущества метода.
17. Методы формирования себестоимости продукта. Характеристика попередельного метода. Преимущества метода.
18. Методы формирования себестоимости продукта. Характеристика директ-костинга. Преимущества метода.
19. Методы формирования себестоимости продукта. Характеристика попроцессного метода. Преимущества метода.
20. Классификация цен в сфере культуры. Установление равновесной цены (цены реализации).
21. Алгоритм формирования цены на креативный товар.
22. Методы ценообразования в сфере культуры.
23. Установление цены на основе издержек производства креативного товара (метод полных издержек).
24. Установление цены на основе издержек производства креативного товара (метод предельных издержек).
25. Установление цены на основе анализа безубыточности и обеспечения объема прибыли, достаточной для развития. График безубыточности.
- 2
27. Проблемы экономического выбора. Выбор оптимального варианта из альтернатив.
28. Установление цены с ориентацией на спрос. Основные факторы, влияющие на спрос.
29. Установление цены с учетом действий конкурентов. Реакция производителя (продавца) на действия конкурента.
30. Методы ценообразования в сфере культуры. Установление цены на аукционе.
31. Виды налогов и сборов в РФ. Классификация налогов.
32. Специальные налоговые режимы.
33. Страховые взносы в РФ. Общие условия установления страховых взносов.

34. Системы налогообложения предпринимательской деятельности, применяемые в сфере культуры, и их характеристика. Выбор налоговых режимов.
35. Классификация юридических лиц по организационно-правовым формам.
36. Порядок образования организации. Возможность преобразования в другие организационно-правовые формы.
37. Алгоритм рассмотрения документов, представляемых в регистрирующий орган. Документы, подаваемые в регистрирующий орган для государственной регистрации создаваемого юридического лица.
38. Документы, подаваемые в регистрирующий орган для государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя.
39. Понятие механизма управления. Алгоритм формирования механизма управления.
40. Классификация методов управления бизнесом. Административные методы управления.
41. Классификация методов управления бизнесом. Экономические методы.
42. Классификация методов управления бизнесом. Социально-психологические методы.
43. Классификация методов управления бизнесом. Организационные методы управления.
44. Классификация методов управления бизнесом. Проектные методы управления (классический (традиционный), гибкий и гибридный).
45. Организация управления. Цикл управления.
 46. Дерево функций управления. Общие функции управления, формирующие цикл управления.
 47. Виды и характеристика бизнес-процессов: управляющие (управленческие), операционные (основные), поддерживающие «бэк-офис».
 48. Основные методы оптимизации бизнес-процессов. Реинжиниринг бизнес-процессов.
 49. Основные методы оптимизации бизнес-процессов. Тотальная оптимизация.
 50. Основные методы оптимизации бизнес-процессов. Инжиниринг бизнес-процессов.
 51. Основные методы оптимизации бизнес-процессов. Бережливое производство.
 52. Основные методы оптимизации бизнес-процессов. Тотальное управление качеством (TQM).
 53. Понятие нотации. Наиболее распространенные нотации бизнес-процессов.
 54. Характеристика нотации IDEF0.
 55. Характеристика нотации Процесс (Basic Flowchart в Visio).
 56. Характеристика нотации Процедура (Cross-Functional Flowchart в Visio).
 57. Характеристика нотации BPMN 2,0.
 58. Характеристика нотации EPC (Event-Driven Process Chain).
 59. Характеристика нотации FAD.
 60. Классификация делового общения.
 61. Процесс делового общения. Составляющие процесса делового общения: коммуникативная, интерактивная и перцептивная.
 62. Основные факторы, создающие помехи в деловом общении.
 63. Основные факторы, способствующие эффективному деловому общению.
 64. Этапы принятия решения. Характеристика каждого этапа.
 65. Возможные причины возникновения конфликтов: объективные, субъективные, организационно-управленческие и социально-психологические.
 66. Процесс управления конфликтом. Профилактика новых конфликтов.
 67. Цели и задачи бизнес-планирования. Основные виды бизнес-планов.
 68. Состав и структура бизнес-плана.
 69. Этапы разработки бизнес-плана. Основное содержание предпроектного этапа бизнес-планирования.
 70. Варианты возможных стратегических сценариев развития событий. Корректировка бизнес-плана.

5. Оценка знаний студента

Таблица 5

Критерии оценки результатов по дисциплине	
Шкала оценивания	
«Отлично»	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p>
«Хорошо»	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне «хороший».</p>
«Удовлетворительно»	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне «достаточный».</p>

«Неудовлетворительно»	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>
-----------------------	--

Автор: доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры управления и экономики культуры Круглова Наталья Юрьевна.

ФОС одобрен на заседании кафедры управления и экономики культуры МГИК.