

**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**

**БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ  
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 «Бизнес-планирование 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><i>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ознакомиться с проведением конкурентного анализа внутренней и внешней среды бизнеса в сфере культуры;</li> <li>- научиться оценивать возможности создания собственного бизнеса;</li> <li>- владеть методами определения целевой аудитории и формированием спроса на продукцию сферы культуры;</li> <li>- знать роль рекламных кампаний в продвижении и развитии бизнеса в сфере культуры;</li> <li>- изучить возможности ресурсного обеспечения предпринимательской деятельности;</li> <li>- знать организационно-правовые формы бизнеса в сфере культуры;</li> <li>- владеть управлением бизнес-процессами в предпринимательской деятельности.</li> </ul>

### 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><b>Знать:</b> законодательства Российской Федерации, регулирующие деятельность в сфере государственно-частного партнерства;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- особенности и практику применения механизмов государственно-частного партнерства в сфере культуры;</li> <li>- основные механизмы финансирования инвестиционных проектов государственно-частного партнерства;</li> <li>- статистические и маркетинговые методы сбора, обработки, анализа и прогнозирования данных;</li> <li>- бюджетное, налоговое законодательство Российской Федерации;</li> <li>- методы расчета показателей эффективности проекта государственно-частного партнерства;</li> <li>- теорию управления рисками, теорию управления персоналом.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b> собирать, анализировать данные о факторах, ценах и тенденциях потенциальных рынков для проекта государственно-частного партнерства;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- составлять планы работ по проекту государственно-частного партнерства в сфере культуры;</li> <li>- разрабатывать правовые алгоритмы, модели, схемы проекта</li> </ul>

	<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>государственно-частного партнерства в сфере культуры, работать с конкурсной документацией;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- вести деловые переговоры по различным сделкам с целью согласования взаимных интересов участников проекта государственно-частного партнерства;</li> <li>- проводить оценку затрат, необходимых для реализации проекта государственно-частного партнерства;</li> <li>- проводить оценку социально-экономической и коммерческой эффективности проекта государственно-частного партнерства;</li> <li>- разрабатывать и реализовывать коммуникационные стратегии продвижения проекта государственно-частного партнерства в сфере культуры.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b> 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.	<b>Доклад</b>	<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"> <li>- отношение к теме исследования;</li> <li>- компетентность автора материала;</li> <li>- конкретизация и подробность;</li> <li>- новизна;</li> <li>- научность и объективность;</li> <li>- значение для исследования.</li> </ul> <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 в виду, 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><b>Примерные темы докладов:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Понятие финансовых ресурсов. Схема структуры финансовых ресурсов коммерческой организации. Характеристика каждого элемента.</li> <li>2. Особенности финансов в различных организационно-правовых формах некоммерческой деятельности.</li> <li>3. На основе статистических данных покажите, как изменилась структура источников фор-</li> </ol>		

- мирования финансовых ресурсов коммерческих организаций за последние 5 лет.
4. Дайте сравнительную характеристику процессов формирования и использования прибыли организаций и индивидуальных предпринимателей в сфере культуры.
  5. Влияние организационно-правовых форм и отраслевых особенностей на финансовый механизм коммерческих организаций и индивидуальных предпринимателей.
  6. Формирование и использования финансовых ресурсов индивидуальных предпринимателей.
  7. Цели и методы исследования рынка.
  8. Маркетинговые стратегии, их характеристика. Выбор оптимальной маркетинговой стратегии.
  9. Стратегии продвижения культурных товаров.
  10. Изучение спроса на культурные товары. Расчет предельной выручки.
  11. Показатели, оценивающие коммуникативную результативность и экономическую эффективность рекламы.
  12. Основные преимущества и риски онлайн-предпринимательства.
  13. Использование механизмов фандрайзинга, краудсорсинга, краудфандинга в сфере культуры. Преимущества краудсорсинга.
  14. Основные показатели эффективности предпринимательской деятельности в сфере культуры. Факторы, влияющие на экономическую эффективность.
  15. Возможные производственные, торговые, имущественные и финансовые риски в предпринимательской деятельности. Причины наступления нежелательной ситуации.
  16. Виды себестоимости по ФСБУ 5/2019 «Запасы». Методы формирования себестоимости.
  17. Классификация юридических лиц по организационно-правовым формам. Возможность преобразования в другие организационно-правовые формы.
  18. Этапы разработки бизнес-плана (на конкретном примере). Характеристика каждого этапа.

*Тест, оценивающий формирование компетенции ПК-4  
(жирным шрифтом выделен правильный ответ):*

**Вопрос 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

**Вопрос 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

**Вопрос 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

**Вопрос 4.** Анализ соотношения между совокупным доходом и совокупными издержками с целью определения прибыльности при различных уровнях производства – это:

- **анализ безубыточности**
- анализ возможностей производства и сбыта

- анализ деятельности предприятия.
- анализ среды

**Вопрос 5.** Анализ финансовой устойчивости ориентирован на:

- **оценку надежности предприятия с точки зрения его платежеспособности**
- оценку конкурентоспособности предприятия
- создание и использование инструментария, позволяющего найти лучшее сочетание цены продукта, объема его выпуска и реально планируемых продаж
- формирование политики бизнеса по рациональному распределению прибыли

**Вопрос 6.** Анализ соотношения между совокупным доходом и совокупными издержками с целью определения прибыльности при различных уровнях производства – это:

- **анализ безубыточности**
- анализ возможностей производства и сбыта
- анализ деятельности предприятия
- анализ среды

**Вопрос 7.** Бизнес-план имеет следующие два направления:

- **внутреннее и внешнее**
- долгосрочное и краткосрочное
- стратегическое и тактическое
- техническое и экономическое

**Вопрос 8.** В чем состоит основная цель разработки инвестиционного проекта?

- выбор оптимального варианта технического перевооружения предприятия
- **обоснование технической возможности и целесообразности создания объекта предпринимательской деятельности**
- получение прибыли при вложении капитала в объект предпринимательской деятельности
- проведение финансового оздоровления

**Вопрос 9.** Для предпринимателя, который знает, что он действует на стабильном и насыщенном рынке, лучшим решением будет направить свои маркетинговые усилия на:

- **избирательный (специфический) спрос**
- общие потребности (общий спрос)
- первичный спрос
- потенциальный спрос

**Вопрос 10.** Достаточный бизнес-план содержит:

- все ответы верны
- все расчеты, справки, свидетельства и другие материалы
- **все разделы бизнес-плана по предлагаемому варианту и не обязательно включает подробные расчеты по альтернативным вариантам**
- краткие выводы по каждому разделу без обоснования и расчетов

**Вопрос 11.** Емкость рынка – это:

- территория, на которой происходит реализация товаров (услуг) предприятия
- **объем реализованных на рынке товаров (услуг) в течение определенного периода времени**
- удельный вес продукции предприятия в совокупном объеме продаж товаров (услуг) на данном рынке
- все ответы верны

**Вопрос 12.** Инвестиции в развитие бизнеса могут осуществляться в форме (укажите не менее 2-х вариантов ответов):

- **денежных средств**

- **зданий, сооружений, машин, оборудования и другого имущества**
- информационной поддержки нематериальных активов, оцениваемых денежным эквивалентом
- ценных бумаг

**Вопрос 13.** Инновационные бизнес-проекты классифицируются следующим образом:

- социальные, организационные, коммерческие
- технические, коммерческие, социальные
- **экономические, социальные, организационные**
- нет верного варианта

**Вопрос 14.** Источниками инвестиций являются:

- ассигнование из бюджетов различных уровней, фондов поддержки предпринимательства
- инвестиции в форме финансового или иного участия в уставном капитале и в форме прямых инвестиций
- финансовые средства, иные виды активов (основные фонды, земельные участки, промышленная собственность и т. п.)
- привлеченные средства
- различные формы заемных средств
- **все варианты верны**
- нет верного ответа

**Вопрос 15.** Какая стратегия маркетинга требует от фирмы организации ее деятельности на нескольких сегментах со специально для них разработанными товарами и маркетинговыми программами?

- **дифференцированного маркетинга**
- концентрированного
- недифференцированного
- поддерживающего

**Вопрос 16.** Какие отчетные документы нужны для финансового анализа (укажите не менее 2-х вариантов ответов):

- результаты SWOT-анализа
- **балансовый отчет**
- **отчет о финансовых результатах**
- отчет об источниках финансирования

**Вопрос 17.** Какая из представленных частей инвестиционного проекта является верной:

- **идеи вложения капитала в объекты предпринимательской деятельности с целью получения прибыли**
- проектно-техническая документация по объему предпринимательской деятельности
- процесс, процедура, связанная с составлением плана маркетинга, с выбором стратегий маркетинга, нацеленных на рост объема продаж товара и максимизацию прибыли фирмы
- система технико-технологических, организационных, расчетно-финансовых и правовых материалов

**Вопрос 18.** Какой из нижеперечисленных показателей может наиболее полно выразить уровень технико-технологических, организационных, маркетинговых и других решений, принятых в проекте:

- производительность труда
- рентабельность
- себестоимость
- **чистый дисконтированный доход**

**Вопрос 19.** Коэффициент ликвидности показывает:

- активность использования собственного капитала.

- доходность фирмы
- **платежеспособность фирмы**
- эффективность использования долга

**Вопрос 20.** Матрица стратегий и оценки действий (SPASE) включает следующие группы факторов:

- факторы макро- и микросреды, конкурентных преимуществ, промышленного потенциала, финансового потенциала
- факторы макросреды, промышленного потенциала, конкурентных преимуществ
- факторы промышленного потенциала, конкурентных преимуществ, финансового потенциала
- **факторы стабильности внешней среды бизнеса, производственного потенциала, конкурентных преимуществ, финансового потенциала**

**Вопрос 21.** Метод, который заключается в прогнозировании, например, уровня и структуры спроса путем принятия за эталон фактических данных отдельных рынков называется:

- **методом аналогий**
- корреляции трендов
- нормативным методом
- методом экономико-математического моделирования

**Вопрос 22.** Метод, основанный на выработке решений, на основе совместного обслуживания проблемы экспертами называется:

- **«мозговой штурм»**
- метод Дельфи
- системный анализ
- экстраполяция

**Вопрос 23.** Назначение бизнес-плана состоит в следующем:

- изучить перспективы развития будущего рынка сбыта
- обнаружить возможные опасности
- определить критерии и показатели оценки бизнеса
- оценить затраты для изготовления и сбыта продукции
- **верны все варианты**

**Вопрос 24.** Особенностью экономических проектов является:

- **главные цели предварительно намечаются, но требуют корректировки по мере реализации проекта**
- нет верного варианта
- цели заранее определены, но результаты количественно и качественно трудно определить
- цели только намечаются и должны корректироваться по мере достижения промежуточных результатов

**Вопрос 25.** Предпосылки, увеличивающие вероятность и реальность наступления рискованных событий – это...

- количественный анализ риска
- охват риска
- степень риска
- **факторы риска**

**Вопрос 26.** При расчетах показателей экономической эффективности на уровне фирмы в состав результатов проекта включаются:

- общественные результаты
- производственные и финансовые результаты

- производственные, а также социальные результаты, в части относящейся к работникам предприятия и членам их семей
- только производственные результаты

**Вопрос 27.** Проект признан общественно значимым. Каков первый этап оценки экономической эффективности такого проекта:

- **оценка общественной эффективности**
- оценка социальной значимости
- оценка финансовой реализуемости проекта
- оценка эффективности собственного капитала

**Вопрос 28.** Риск - это:

- **вероятность возникновения условий, приводящих к негативным последствиям, неполнота и неточность информации об условиях деятельности предприятия и реализации проекта**
- нижний уровень доходности инвестиционных затрат
- обобщающий термин для группы рисков, возникающий на разных этапах кругооборота капитала в результате действий конкурентов
- процесс выравнивания монетарным путем напряженности, возникшей в какой-либо социально-экономической среде

*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: <ul style="list-style-type: none"> <li>– точно формулировать определения;</li> <li>– полноценно раскрывать понятия и термины;</li> <li>- полно или достаточно полно раскрывать сущность вопроса;</li> <li>- отвечать на дополнительные вопросы преподавателя.</li> </ul>
<p align="center"><b>Вопросы к экзамену (2-й семестр)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Основные цели и задачи бизнес-планирования.</li> <li>2. Основное содержание пред-проектного этапа бизнес-планирования.</li> <li>3. Какие виды предпринимательской деятельности в сфере культуры Вы знаете?</li> <li>4. Перечислите и кратко охарактеризуйте основные методы конкурентного анализа внешней и внутренней среды бизнеса.</li> <li>5. В чем сущность SPACE-анализа? Рассмотрите пример данного анализа.</li> <li>6. В чем сущность PEST-анализа? Рассмотрите пример данного анализа.</li> <li>7. В чем сущность анализа по методу выделения 5 сил Портера? Рассмотрите пример анализа конкурентных сил Портера.</li> <li>8. В чем сущность анализа внешней и внутренней среды бизнеса по методу, предложенному Кругловой Н.Ю.?</li> <li>9. С помощью каких параметров можно оценить степень привлекательности различных целевых сегментов для бизнеса?</li> <li>10. Дайте определение целевой аудитории. Какие факторы определяют ЦА?</li> <li>11. Перечислите факторы, влияющие на покупательское поведение.</li> <li>12. Каковы задачи сегментации целевой аудитории?</li> <li>13. Для чего бизнесу необходимо знать емкость рынка? Какие виды емкости рынка Вы знаете?</li> <li>14. Нарисуйте график динамики емкости рынка. Как емкость рынка зависит от динамики спроса?</li> <li>15. Понятие рынка. Элементы рынка.</li> </ol>		



16. Классификация рынков по определенным признакам. Формы рынка.
17. Формы и методы исследования рынка.
18. Основные цели исследования рынка. Основные методы исследования рынка и их характеристика.
19. Основные задачи, решаемые бизнесом на основе информации, полученной прослушиванием в социальных сетях.
20. Цели маркетинга. Виды и основные задачи маркетинговой деятельности.
21. Функции рекламно-информационной деятельности бизнеса.
22. Виды маркетинговых стратегий и их характеристика: Расширение рынка.
23. Изменение каналов распространения креативных товаров.
24. Адаптация бизнеса к требованиям рынка, Стратегии продвижения креативных товаров.
25. Стратегии рекламно-информационной деятельности. Комплекс предпринимательских стратегий.
26. Структура маркетингового комплекса 4Р (маркетинг-микса).
27. Маркетинговый бюджет. Алгоритм расчета маркетингового бюджета.
28. Формы, цели и этапы маркетинговых коммуникаций.
29. Классификация спроса по определенным признакам. Кривая спроса.
30. Эластичность спроса. Коэффициент точечной ценовой эластичности спроса. Коэффициент дуговой эластичности спроса.
31. Расчет предельной выручки.
32. Жизненный цикл спроса. Основные факторы, которые могут влиять на формирование спроса.

### **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.
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 юридических лиц по организационно-правовым формам.
21. Порядок образования организации. Возможность преобразования в другие организационно-правовые формы.
22. Основные виды бизнес-планов.
23. Состав и структура бизнес-плана.
24. Этапы разработки бизнес-плана.
25. Варианты возможных стратегических сценариев развития событий. Корректировка бизнес-плана.
26. Основные функции рекламы. Классификация рекламы.
27. Показатели, оценивающие коммуникативную результативность рекламы.
28. Показатели, оценивающие экономическую эффективность рекламы.
29. Основные факторы производства культурных товаров: капитал, информационные ресурсы, трудовые ресурсы, нематериальные активы.
30. Ресурсы, привлекаемые при использовании механизмов фандрайзинга, краудсорсинга, краудфандинга. Преимущества краудсорсинга.
31. Источники финансирования организаций в сфере культуры.
32. Источники привлекаемых на безвозмездной основе ресурсов. Классификация грантов и их краткая характеристика.

## 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.