

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Рахаев Анатолий Измаилович
Должность: И. о. Ректора
Дата подписания: 18.03.2025 19:37:07
Уникальный программный ключ:
b049feef759df6f58f67585b9bb2502ddf293921

Министерство культуры Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Северо-Кавказский государственный институт искусств»

Колледж культуры и искусств

УТВЕРЖДАЮ
Директор колледжа культуры и искусств
ФГБОУ ВО СКГИИ  В.Х. Шарибов

«12» февраля 2025 г.

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

МДК.01.02.02 ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА

по специальности

51.02.02 Социально-культурная деятельность

Вид: Организация культурно-досуговой деятельности

Квалификация выпускника:

Менеджер социально-культурной деятельности

Форма обучения – очная

Оценочные материалы разработаны на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего общего образования, Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 51.02.02 Социально-культурная деятельность (по видам)

Организация-разработчик: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Северо-Кавказский государственный институт искусств» Колледж культуры и искусств

Обсуждено на заседании
ПЦК

«10» февраля 2025г.

протокол №8

Председатель ПЦК



Шаваева М.О.

СОДЕРЖАНИЕ

- 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ**
- 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ, ПОДЛЕЖАЩИЕ ПРОВЕРКЕ**
- 3. МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ**
- 4. МАТЕРИАЛЫ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ**

1. Общие положения

Оценочные материалы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации предназначены для проверки результатов освоения учебных дисциплине МДК.01.02.02 Основы маркетинга. Итоги промежуточная аттестация по дисциплине составлены в соответствии с Федеральным Государственным образовательным стандартом СПО по специальности 51.02.02 Социально-культурная деятельность (по видам).

2. Результаты освоения учебной дисциплины

Оценочные материалы позволяют следующие результаты в соответствии с требованиями рабочей программы. В результате освоения учебной дисциплины обучающийся:

Код	Наименование общих компетенций
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста
ОК 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ПК 1.1.	Разрабатывать и реализовывать социально-культурные проекты и программы.

ПК 1.2.	Организовывать дифференцированное культурное обслуживание населения в соответствии с возрастными категориями.
ПК 1.3.	Создавать условия для привлечения населения к культурно-досуговой и творческой деятельности
ПК 1.4.	Анализировать состояние социально-культурной ситуации в регионе и учреждении (организации) культуры.
ПК 1.5.	Определять приоритетные направления развития социально-культурной деятельности.
ПК 1.6.	Осуществлять управление учреждением (организацией) социально-культурной сферы с применением современных методик организации социально-культурной деятельности, информационных и телекоммуникационных технологий.
ПК 1.7.	Осуществлять предпринимательскую деятельности в социально-культурной сфере.
ПК 1.8.	Организовывать работу с коллективом исполнителей на основе принципов организации труда, этических и правовых норм в сфере профессиональной деятельности.

В результате освоения профессионального модуля обучающийся:

Владеет навыками	<ul style="list-style-type: none"> - организации социально-культурной деятельности в культурно-досуговых учреждениях; - организации и реализации экскурсионных программы в учреждениях (организациях) культуры; - подготовки планов, отчетов; - работы с нормативно-правовой документацией; - руководства учреждением (организацией) культуры (структурным подразделением), - работы с нормативно-правовой документацией; - составления планов и отчетов его работы; - работы с прикладными компьютерными программами;
Умеет	<ul style="list-style-type: none"> - распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; - анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; - определять этапы решения задачи; - выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; - составить план действия; определить

необходимые ресурсы;

- владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах;
- реализовать составленный план;
- оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)
- определять задачи для поиска информации;
- определять необходимые источники информации;
- планировать процесс поиска;
- структурировать получаемую информацию;
- выделять наиболее значимое в перечне информации;
- оценивать практическую значимость результатов поиска, оформлять результаты поиска
- определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности;
- применять современную научную профессиональную терминологию;
- определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования;
- выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи;
- презентовать бизнес-идею;
- оформлять бизнес-план;
- определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности;
- определять источники финансирования;
- применять теоретические знания по финансовой грамотности для практической деятельности и повседневной жизни;
- уметь грамотно обращаться с деньгами в повседневной жизни;
- уметь рассчитывать процентные ставки по кредиту;
- уметь применять правовые нормы по защите прав потребителей финансовых услуг;

- уметь выявлять признаки мошенничества на финансовом рынке в отношении физических лиц.
- грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе
- организовывать работу коллектива и команды;
- взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности,
- использовать теоретические сведения о личности и межличностных отношениях;
- разрешать конфликтные ситуации и способствовать их предотвращению;
- соблюдать нормы экологической безопасности;
- определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности по специальности
- общаться (устно и письменно) на иностранном языке на профессиональные и повседневные темы;
- переводить (со словарем) иностранные тексты профессиональной направленности;
- использовать нормативно-управленческую информацию в своей деятельности;
- оказывать консультационно-методическую помощь культурно - досуговым учреждениям и образовательным организациям по развитию социально-культурной деятельности;
- анализировать региональные особенности социально-культурной деятельности и участвовать в ее развитии;
- осуществлять разработку и реализацию социокультурных проектов,
- привлекать туристические фирмы к разработке и реализации экскурсионных программ в учреждениях (организациях) культуры
- использовать теоретические сведения о личности и межличностных отношениях;
- осуществлять руководство структурным подразделением учреждения социально-культурной

сферы;

- организовывать, анализировать и оценивать работу коллектива исполнителей, учреждения (организации) культуры;

- находить оптимальные варианты при решении управленческих и хозяйственных задач;

- составлять документы бухгалтерского учета;

- анализировать и составлять планы и отчеты;

- решать организационные задачи, стоящие перед коллективом;

- осуществлять контроль за работой кадров;

- использовать программное обеспечение в профессиональной деятельности;

- применять компьютеры и телекоммуникационные средства;

- использовать нормативно-управленческую информацию в своей деятельности;

- организовывать, анализировать и оценивать работу коллектива исполнителей, учреждения (организации) культуры;

- защищать свои права в соответствии с трудовым законодательством

- осуществлять сотрудничество с органами правопорядка и социальной защиты населения;

- использовать нормативные правовые документы в работе;

- способствовать функционированию любительских творческих коллективов;

- планировать, подготавливать и проводить рекламное мероприятие культурно-досуговой деятельности, использовать возможности выразительных средств рекламы;

- использовать рекламу в целях популяризации учреждения (организации) культуры и его услуг;

- создавать и поддерживать положительный имидж учреждения (организации) культуры и его работников;

- использовать связи с общественностью в работе культурно-досугового учреждения (организации);

	<ul style="list-style-type: none"> - проводить и обрабатывать результаты конкретно-социологических исследований;
Знает	<ul style="list-style-type: none"> - актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; - основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; - алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; - методы работы в профессиональной и смежных сферах; - структуру плана для решения задач; - порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности - номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; - приемы структурирования информации; - формат оформления результатов поиска информации - содержание актуальной нормативно-правовой документации; - современную научную и профессиональную терминологию; - возможные траектории профессионального развития и самообразования; - основы предпринимательской деятельности; - порядок выстраивания презентации; - психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности; - особенности профессиональной этики; - роль этики в повышении эффективности культурно-досуговой организации, - правила оформления документов и построения устных сообщений - правила экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности; - основные ресурсы, задействованные в профессиональной деятельности; пути обеспечения ресурсосбережения

- принципы обеспечения устойчивости объектов экономики, прогнозирования развития событий и оценки последствий при техногенных чрезвычайных ситуациях и стихийных явлениях, в том числе в условиях противодействия терроризму как серьезной угрозе национальной безопасности России;
- современные социально-культурные технологии, социально-культурные программы;
- экономические основы деятельности учреждений (организаций) социально-культурной сферы и их структурных подразделений;
- специфику и формы методического обеспечения отрасли;
- основы проектной деятельности;
- основы туристско-экскурсионной деятельности;
- основы социокультурного проектирования;
- сущность и характерные черты современного менеджмента, внешнюю и внутреннюю среду организации;
- структуру управления социально-культурной деятельностью;
- дифференцированные методики организации социально-культурной деятельности
- стратегические и тактические планы в системе менеджмента;
- структуру организации, систему методов управления;
- принципы организации работы коллектива исполнителей, роль мотивации и потребностей; процесс принятия и реализации управленческих решений; принципы руководства (единоначалие и партнерство), стили руководства;
- особенности менеджмента в социально-культурной сфере, систему и структуру управления культурой;
- основные этапы управленческой деятельности в сфере культуры;
- цели и задачи управления учреждениями (организациями) культуры;

- принципы отбора кадров, профессиональной ориентации и социальной адаптации в коллективе;
- методики оценки результатов деятельности, контроля за деятельностью кадров;
- принципы организации и анализ работы коллектива исполнителей и учреждения (организации) культуры;
- систему управления трудовыми ресурсами, планирование потребности в трудовых ресурсах;
- ценовую и сбытовую политику учреждения (организации), цели и виды продвижения услуг, способы стимулирования сбыта, значение рекламы; законодательные и нормативные акты Российской Федерации по бухгалтерскому учету и аудиту;
- основы бухгалтерского учета, его виды и задачи, объекты учета;
- первичные учетные документы, их реквизиты, сводную учетную документацию;
- процесс регулирования бухгалтерского учета;
- порядок и сроки проведения инвентаризации имущества и обязательств;
- состав и формы бухгалтерской отчетности, периодичность, адреса и сроки ее представления;
- условия хранения документов бухгалтерского учета;
- основные принципы, методы и свойства информационных и телекоммуникационных технологий;
- прикладное программное обеспечение и информационные ресурсы профессиональной деятельности
- возможности использования сети Интернет и других сетей в профессиональной деятельности;
- психологию профессиональной деятельности;
- этические принципы организации работы коллектива исполнителей;
- историю и современное состояние законодательства о культуре;
- основные законодательные акты и другие

нормативные документы, регулирующие трудовые отношения;

- права и обязанности работников социально-культурной сферы;
- правовые принципы деятельности учреждений (организаций) социально-культурной сферы.
- основные виды рекламы, рекламных средств;
- методику бизнес - планирования;
- виды рекламных мероприятий, цели рекламных кампаний и их планирование;
- сценарные и режиссерские основы рекламы;
- методику подготовки, проведения и анализа рекламного мероприятия;
- сущность, значение и цели связи с общественностью (PR);
- внешние и внутренние коммуникации;
- особенности проведения мероприятия PR;
- роль имиджа, его характеристики и компоненты.
- понятие и принципы маркетинга, рынок как объект маркетинга, сегментацию рынка;
- суть маркетинговой деятельности учреждения (организации) культуры, поиск рыночной ниши, правила создания новых услуг; ценовую и сбытовую политику учреждения (организации), цели и виды продвижения услуг, способы стимулирования сбыта, значение рекламы;
- стратегическое маркетинговое планирование;
- сущность, основные типы и виды предпринимательской деятельности;
- историю и условия развития предпринимательской деятельности;
- правовые основы предпринимательской деятельности;
- формы и этапы создания собственного дела;
- бизнес-план как основу предпринимательской деятельности;
- специфику и возможности предпринимательской деятельности в социально-культурной сфере.
- методику конкретно-социологического

3. Материалы для текущего контроля успеваемости по учебной дисциплине

Практические/семинарские занятия

Примерный перечень тем

1. Роль маркетинга в современной экономике. Основные категории маркетинга
2. Развитие теории и практики маркетинга. Концепции маркетинга.
3. Исследование рынка и рыночной среды в маркетинге. Конъюнктурный анализ рынка
4. Исследование конкурентов и конкурентной среды. Конкурентный анализ
5. Товар и товарная политика. Марочная политика и брендинг. Разработка новых товаров / услуг.
6. Распределение и сбыт в комплексе маркетинга. Новые возможности и формы торговли в цифровую эпоху
7. Продвижение в маркетинге. Интеграция маркетинговых коммуникаций. ATL, BTL и TTL технологии. Расширение коммуникационного комплекса в цифровом маркетинге
8. Маркетинг 4.0: расширение возможностей и новые технологии цифрового маркетинга

4. Материалы промежуточной аттестации по учебной дисциплине

Перечень вопросов для подготовки к экзамену

1. Понятие маркетинга. Маркетинг как концепция менеджмента
2. Основные понятия: нужда, потребность, запросы, товар, обмен, сделка
3. Особенности Российского маркетинга
4. Концепции управления маркетингом
5. Маркетинг партнерских отношений
6. Организация службы маркетинга на предприятии
7. Понятие маркетинговой среды
8. Система маркетинговой информации, ее составляющие
9. Маркетинговые исследования. Планирование МИ
10. Анализ рыночных возможностей фирмы. Матрица Ансоффа
11. Конъюнктура рынка, методы ее прогнозирования
12. Основные рыночные показатели: емкость рынка, доля рынка, темп роста и т.д
13. Понятие конкурентной среды. Модель Портера

14. Сегментирование рынка: признаки сегментирования делового и потребительского рынка
15. Критерии выбора целевого сегмента рынка и варианты охвата рынка
16. Позиционирование товара на рынке
17. Модель потребительского поведения Ф. Котлера
18. Факторы, оказывающие влияние на поведение индивидуальных потребителей
19. Особенности потребительского поведения на бизнес-рынке
20. Процесс принятия решения о покупке конечными потребителями
21. Особенности принятия решения о покупке на рынке B2B
22. Концепция товара в маркетинге. Товар, как средство удовлетворения потребностей
23. Классификация потребительских товаров
24. Товарный ассортимент и товарная номенклатура: понятие и характеристики
25. Классификация товаров на бизнес-рынке.
26. Конкурентоспособность товара: качественные и стоимостные показатели конкурентоспособности
27. Марочная политика фирмы. Сущность и функции бренд-менеджмента
28. Концепция жизненного цикла товара. Классическая кривая и её разновидности
29. Разработка новых продуктов. Типы инноваций
30. Роль цены в комплексе маркетинга. Процедура ценообразования
31. Спрос и цена. Факторы, влияющие на спрос. Эластичность спроса, её влияние на ценовую политику
32. Издержки производства. Пути снижения издержек
33. Роль государства в системе ценообразования
34. Затратный и рыночный подходы к определению исходной цены.
35. Чувствительность потребителя к цене. Факторы, влияющие на ценочувствительность
36. Виды ценовых стратегий для новых товаров
37. Рыночная корректировка цен или ценовая тактика
38. Прямой и интерактивный сбыт. Преимущества и недостатки
39. Косвенный сбыт, преимущества и недостатки
40. Классификация сбытовых каналов в зависимости от охвата рынка

41. Выбор структуры сбытового канала, факторы, влияющие на выбор
42. Традиционная и координированная сбытовая система
43. Продвижение в комплексе маркетинга. Цели продвижения. Структура комплекса ФОССТИС
44. Факторы, определяющие структуру комплекса ФОССТИС
45. Коммуникативные стратегии привлечения и проталкивания
46. Прямой маркетинг: преимущества и недостатки.
47. Паблик рилейшнз: сравнительная характеристика
48. Реклама: сравнительная характеристика
49. Стимулирование сбыта: сравнительная характеристика
50. Персональная продажа: сравнительная характеристика
51. Смена парадигмы маркетинга: от Маркетинга 2.0 – к Маркетингу 3.0 и Маркетингу 4.0
52. Бренд как геном корпоративной айдентики в экономике впечатлений и экономике внимания
53. Маркетинговые экосистемы и CJM (Customer journey map)
54. Digital – маркетинг (on-line + off-line технологии).
55. Изменения в технологиях маркетинговых исследований, маркетинговой аналитики, маркетинговых разработок
56. Сквозные технологии в Цифровом маркетинге (Big Data, Data Science, VR/AR, Интернет-вещей, Искусственный интеллект и т.д)
57. Новая парадигма маркетинговых коммуникаций в цифровую эпоху
58. Unit-экономика