



ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ по дисциплине

Основы бизнеса, маркетинга и этики современных креативных индустрий

Уровень высшего образования:	Бакалавриат
Направление подготовки:	38.03.02 Менеджмент
Направленность (профиль) подготовки:	Менеджмент и маркетинг в креативных индустриях
Квалификация (степень):	Бакалавр
Форма обучения:	Очная
Срок освоения по данной программе:	4 года

1. Формы и оценочные материалы текущего контроля успеваемости, и промежуточной аттестации

В процессе и по завершению изучения дисциплины оценивается формирование у студентов следующих компетенций:

Компетенция	Индикатор достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
		Знать	Уметь	Иметь практический опыт
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	ИУК-2.1 Понимает базовые принципы постановки задач и выработки решений	- базовые принципы постановки задач; - базовые принципы выработки решений;	- находить, анализировать и систематизировать информацию для поставленной цели Предложить ряд решений, оценивать их и выбрать наиболее эффективное для поставленной цели	- разрешения этических конфликтов в профессиональной сфере; - сбора, обработки и распространении информации в соответствии с общепринятыми и профессиональными этическими стандартами и правилами.
	ИУК-2.2 Выбирает оптимальные способы решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений			
ОПК-1 Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории;	ИОПК-1.1 Понимает термины, основные понятия, подходы, модели экономической, организационной и управленческой теорий в контексте решения задач управленческой деятельности			
	ИОПК-1.2 Демонстрирует корректную постановку профессиональных задач, используя категориальный аппарат экономической, организационной и управленческой теории			
ОПК-4 Способен выявлять и	ИОПК-4.1 Применяет основные методы			

оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций;	идентификации возможностей и угроз во внешней среде организации, выявляет и оценивает возможности развития организации и бизнесов с учетом имеющихся ресурсов и компетенций			
--	---	--	--	--

1.1. Текущий контроль успеваемости

Текущий контроль успеваемости осуществляется путем оценки результатов выполнения заданий практических (семинарских), самостоятельной работы, предусмотренных учебным планом и посещения занятий/ активность на занятиях.

В качестве оценочных средств текущего контроля успеваемости предусмотрены:

- Устный опрос
- Решение кейсов
- Индивидуальный доклад

Примеры вопросов для устного опроса:

1. К какой индустрии (и является ли эта индустрия креативной) относится компания

Билет.ру?

Государственный геологический музей (Российская академия наук)?

ТВ компания Суббота?

Яндекс?

Яндекс-такси?

Ресторан “Пушкин”?

Государственная служба статистики РФ?

Сеть магазинов “Детский мир”?

И т.п.

2. Приведите примеры коммерческих и некоммерческих организаций сферы креативных индустрий в Москве.

3. Дайте определение терминам - инновация, экономика знаний, государственная экономическая политика, государственная культурная политика

4. Групповое задание: соберите и проанализируйте информацию о данной компании и ее основных конкурентах, предложите оценку перспектив ее развития на ближайший год

- Ipsos / Маркетинговые исследования, Москва
- TWIGA, Рекламное агентство, Москва
- Студия Артемия Лебедева, Москва
- 1C Game Studios
- Продюсерский центр Malfa (музыка)

5. Какие креативные индустрии России в ближайший год будут наиболее экономически устойчивыми?

6. Какие продукты креативных индустрий России или какие компании креативных индустрий России имеют наилучшие шансы на расширение продаж (или присутствия) на международных рынках в перспективе 10 лет?

Примеры тем для докладов:

- Питчинг бизнес-идеи нового продукта или сервиса в сфере креативных и индустрий, по выбору студента (тема должна быть утверждена преподавателем):
 - Новый продукт для существующей компании
 - Новая линейка продуктов для существующей компании
 - Старт-ап в сфере креативных индустрий
 - Спектакль-антреприза

Доклад должен содержать:

- SWOT -анализ
- Базовый бизнес-план
- План продвижения, каналы продвижения

Слайды для презентации - не более 15.

Последний слайд - Список источников.

Описание показателей и критериев оценивания

№/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
1	Устный опрос	Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определённой учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы.	Перечень вопросов для обсуждения
2.	Решение кейсов	Проблемное задание, в котором обучающемуся предлагают осмыслить реальную или смоделированную профессионально-ориентированную ситуацию, найти и обосновать решение проблемы	Кейсы по теме семинара
3.	Экзамен	Письменная работа, состоящая из ответов на 2 экзаменационных вопроса, отражающих знание терминологии, концепций и проявляющих их понимание на учебно-практических примерах	Вопросы (темы вопросов) к экзамену

4.	Доклад	Результат самостоятельной работы обучающегося. Представляет собой публичное выступление по представлению результатов исследования учебно-практической, или учебно-исследовательской темы.	
----	--------	---	--

Описание шкал оценивания

Устный ответ	A (90-100%)	Самостоятельное и оригинальное осмысление материала; ясное и убедительное рассуждение; мощный и убедительный анализ
	B (82-89%)	Четкость логики и анализа, некоторая оригинальность в осмыслении материала, в целом работа хорошо аргументирована и убедительна
	C (75-81%)	Удовлетворительные построение и анализ при отсутствии оригинальности или критического осмысления материала
	D (67-74%)	Логика слабая, оригинальность отсутствует и/или материал недостаточно критически осмыслен
	E (60-66%)	Логика крайне слабая, отсутствует или неадекватна выбранной теме
Тестирование	A (90-100%)	По результатам тестирования обучающийся дал 90-100% правильных ответов на тестовые задания
	B (82-89%)	По результатам тестирования обучающийся дал 82-89% правильных ответов на тестовые задания
	C (75-81%)	По результатам тестирования обучающийся дал 75-81% правильных ответов на тестовые задания
	D (67-74%)	По результатам тестирования обучающийся дал 67-74% правильных ответов на тестовые задания
	E (60-66%)	По результатам тестирования обучающийся дал 60-67% правильных ответов на тестовые задания
Доклад	A (90-100%)	Тема доклада является актуальной и соответствует тематике дисциплины. Тема доклада полностью раскрыта. Проанализировано более 10 актуальных источников. Доклад представлен с помощью качественной презентации. Были даны ответы на все дополнительные вопросы.
	B (82-89%)	Тема доклада в целом является актуальной и соответствует тематике дисциплины. Тема доклада в целом раскрыта. Проанализировано 7-10 актуальных источников. Доклад представлен с помощью презентации. Были даны ответы на 70-90% дополнительных вопросов.

	С (75-81%)	Тема доклада в целом соответствует тематике дисциплины. Тема доклада раскрыта не полностью. Проанализировано 3-6 актуальных источников. Доклад представлен без помощи презентации. Были даны ответы на 40-70% дополнительных вопросов.
	D (67-74%)	Доклад не отвечает большинству или всем целям/задачам обучения по данной дисциплине. Тема доклада раскрыта слабо. Проанализировано менее 3 актуальных источников. Доклад представлен без помощи презентации. Были даны ответы на менее 40% дополнительных вопросов.
	E (60-66%)	Доклад не отвечает целям/задачам обучения по данной дисциплине. Тема доклада не раскрыта. Проанализировано менее 3 актуальных источников. Доклад представлен без помощи презентации. Дополнительные вопросы вызвали затруднение.
Решение кейсов	A (90-100%)	Обучающийся проявил активное участие в решении задания. Обучающийся активно сотрудничал с коллегами в процессе поиска и выбора решения. Было найдено несколько решений, из которых выбрано наиболее эффективное. Выбор оптимального решения четко аргументирован.
	B (82-89%)	Обучающийся проявил достаточно активное участие в решении задания. Обучающийся довольно активно сотрудничал с коллегами в процессе поиска и выбора решения. Было найдено несколько решений, из которых выбрано наиболее эффективное. Выбор оптимального решения в целом четко аргументирован.
	С (75-81%)	Обучающийся сотрудничал с коллегами в процессе поиска и выбора решения, однако инициативы не проявлял. Было найдено минимальное количество (2-3) решений, из которых выбрано оптимальное без четкой аргументации.
	D (67-74%)	Обучающийся сотрудничал с коллегами в процессе поиска и выбора решения, однако инициативы не проявлял. Было сформулировано одно решение, эффективность которого не была подтверждена четкими аргументами.
	E (60-66%)	Обучающийся пассивно отнесся к заданию. Было сформулировано одно решение, эффективность которого не была подтверждена никакими аргументами.

1.2. Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация осуществляется в форме экзамена

Письменная работа, состоящая из ответов на 2 экзаменационных вопроса, отражающих знание терминологии, концепций и проявляющих их понимание на учебно-практических примерах.

1.3. Типовые задания для проведения промежуточной аттестации

1. 7 характеристик для классификации индустрии как креативной по Ричарду Кейвсу. Приведите пример российской организации креативной индустрии и проиллюстрируйте их на выбранном примере.
2. Список креативных индустрий по Джону Хоукинсу. Приведите примеры российских организаций для как минимум 5 разных индустрий.
3. Основные бизнес-модели (не менее 5) и примеры компаний.
4. Бизнес-модель Александра Остервальдера и Ива Пинье.
5. Определения маркетинга. Основные функции и задачи маркетинга.
6. Маркетинг микс.
7. Каналы продвижения.
8. SWOT.
9. Этические проблемы при проведении маркетинговых исследований.
10. Этические проблемы в рекламе.
11. Понятие деловая этика.

2. Критерии оценки по дисциплине

Шкала соответствия оценок		
5-ти бальная оценка	Рейтинговая оценка	Европейская оценка
Отлично	90-100%	A
Хорошо	82-89%	B
	75-81%	C
Удовлетворительно	67-74%	D
	60-66%	E
Неудовлетворительно	Менее 60%	F

Виды работы	Знания и компетенции, проверяемые в процессе выполнения данного вида работы	Доля вида работы в итоговой оценке
Индивидуальный доклад	Все компетенции и темы дисциплины	40%
Экзамен (итоговое мероприятие, промежуточная аттестация)	Билеты - 2 вопроса в каждом (все темы дисциплины)	60%

Итог	Итоговым результатом по курсу считается оценка, полученная студентом по результатам работы в семестре (выставляется на основании результатов текущей аттестации, 40% и итогового тестирования 60%), поставленная преподавателем в зачетной ведомости.	100%
------	---	------