

МИНПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Волгоградский государственный социально-педагогический университет»
Институт технологии, экономики и сервиса
Кафедра философии и культурологии

*Приложение к программе
учебной дисциплины*

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации студентов
по дисциплине «**Основы современного арт-менеджмента**»

Направление 44.03.05 «Педагогическое образование (с двумя профилями
подготовки)»
Профили «Экономика», «Технология»

очная форма обучения

Заведующий кафедрой

_____ /Л.В. Щеглова

« 17 » апреля 2019 г

Волгоград
2019

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

1.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Процесс освоения дисциплины направлен на овладение следующими компетенциями:

- способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач (УК-1);
- способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах (УК-5).

Этапы формирования компетенций в процессе освоения ОПОП

Код компетенции	Этап базовой подготовки	Этап расширения и углубления подготовки	Этап профессионально-практической подготовки
УК-1	Графика, Детали машин и основы конструирования, ИКТ и медиаинформационная грамотность, Институциональная экономика, История экономики и экономических учений, Конвергентные технологии в технологическом образовании, Машиностроительное черчение, Национальная экономика, Основы бухгалтерского учета и статистики, Основы делопроизводства, Основы маркетинга, Основы материаловедения, Основы менеджмента, Основы предпринимательской деятельности, Основы стандартизации, метрологии и сертификации, Перспективные материалы и технологии, Прикладная механика,	Инновационный менеджмент, История российского предпринимательства XIX-начала XX в, Компьютерное проектирование в инженерной практике, Культурная антропология города, Маркетинг в предпринимательстве, Маркетинг образовательных услуг, Налоги и налогообложение, Налоговая политика государства, Организационная культура образовательного учреждения, Основы современного арт-менеджмента, Планирование и прогнозирование экономических показателей, Психологические основы педагогической работы с детьми с трудностями обучения, Стратегический менеджмент, Технологические и	Научно-исследовательская работа, Научно-исследовательская работа (преддипломная), Учебная (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков (технологическая)), Учебная (практика по получению первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности), Учебная практика (технологическая)

	Техническая эстетика и дизайн, Технологии нововведений, Технологии обработки конструкционных материалов, Технологии современного производства, Технологическое оборудование и бытовая техника, Философия, Экономика образования, Экономическая теория, Экономический анализ	транспортные машины, Управление качеством, Финансовая деятельность образовательных учреждений, Финансы и кредит, Экономика малых предприятий, Экономика предприятий, Экономика трудовой деятельности	
УК-5	История, История науки и техники, Философия	История российского предпринимательства XIX-начала XX в, Культурная антропология города, Основы современного арт-менеджмента, Патриотическое воспитание современных школьников, Политические отношения в современной России, Правовая защита предпринимательской деятельности	

1.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Показатели оценивания компетенций на различных этапах их формирования в процессе освоения учебной дисциплины

№	Разделы дисциплины	Формируемые компетенции	Показатели сформированности (в терминах «знать», «уметь», «владеть»)
1	Предмет и задачи курса «Основы современного арт-менеджмента и арт-маркетинга»	УК-1, УК-5	знать: – место «Основ современного арт-менеджмента» как теоретической и прикладной дисциплины в системе социокультурного менеджмента; – сущность понятий «арт-менеджмента», «арт-индустрии»,

			«арт-рынок»; принципы, функции и задачи арт-маркетинга;
2	Менеджмент и маркетинговая политика аукционных домов	УК-1, УК-5	знать: – механизмы функционирования коммерческих организаций в сфере искусства и культуры, их маркетинговые тактики и стратегии, основы брендинга и продвижения художественного продукта;
3	Управление и организация работы художественной галереи	УК-1, УК-5	знать: – типологию галерей; – специфику маркетинговых и рекламных стратегий и тактик в деятельности художественной галереи;
4	Арт-ярмарки в системе современной художественной индустрии	УК-1, УК-5	уметь: – применять теоретические навыки управления и организации работы художественных галерей, музеев, арт-ярмарок и прочих институтов мира искусства;
5	Коллекционеры как системообразующий сегмент арт-рынка	УК-1, УК-5	знать: – отличия таких видов коллекционеров, как «коллекционер-инвестор», «коллекционер-куратор», «коллекционер-просветитель»;
6	Инвестиции в искусство	УК-1, УК-5	знать: – основы культурной экономики; – формы взаимодействия финансово-экономической жизни общества и сферы искусства; владеть: – навыками арт-банкинга, консалтинга, оценки и экспертизы в области современного искусства;
7	Основы музейного менеджмента	УК-1, УК-5	знать: – основные направления работы музейного менеджера; – сущность и механизмы музейного фандрайзинга и франчайзинга;
8	Организация некоммерческих фестивалей и выставок. Биеннале. Основы кураторской работы	УК-1, УК-5	знать: – функции и обязанности агентов мира искусства: кураторов, дилеров, арт-менеджеров и пр; – функции и структуру работы некоммерческих организаций в сфере искусства; владеть: – навыками кураторской работы;
9	Художественные премии и фонды. Фандрайзинг и основы социального	УК-1, УК-5	уметь: – оформлять грантовые заявки и работать с донорами и спонсорами;

	проектирования		– применять теоретические основы арт-менеджмента при разработке социально значимых инициатив и проектов в образовательной и культурно-просветительской деятельности; владеть: – навыками фандрайзинга и социального проектирования;
10	Арт-критика в структуре арт-менеджмента и арт-маркетинга	УК-1, УК-5	знать: – место художественного критика в продвижении арт-брендов; владеть: – навыками художественной критики;

Критерии оценивания компетенций

Код компетенции	Пороговый (базовый) уровень	Повышенный (продвинутый) уровень	Высокий (превосходный) уровень
УК-1	Имеет теоретические представления об особенностях системного и критического мышления. Способен к анализу информации, может ориентироваться в сложившихся в науке оценках информации.	Способен к применению логических форм и процедур в процессе мыслительной деятельности. Проявляет умение анализировать источники информации с точки зрения временных и пространственных условий их возникновения демонстрирует способность к рефлексии по поводу собственной и чужой мыслительной деятельности.	Демонстрирует умение сопоставлять разные источники с целью выявления их противоречий и формирования достоверного суждения. Владеет способностью к самостоятельному принятию обоснованного решения на основе собственного суждения и оценки информации. Способен к определению практических последствий предложенного решения задачи.
УК-5	Знает основные закономерности развития общества; понимает значение культуры в развитии человечества. Демонстрирует уважительное	Применяет содержание философских категорий и понятий к анализу явлений действительности, общественной и индивидуальной	Способен к рефлексии и самоконтролю, к чёткому обоснованию и защите своей мировоззренческой позиции. Владеет моральными нормами нравственного поведения в профессиональной деятельности, навыками эстетической оценки явлений

	отношение к историческому наследию и социокультурным традициям своего Отечества.	жизни человека. Способен к анализу социокультурных различий социальных групп, опираясь на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории, социокультурных традиций мира, основных философских, религиозных и этических учений. Способен к выстраиванию конструктивного взаимодействия с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и социальной интеграции.	окружающей действительности.
--	--	---	------------------------------

**Оценочные средства и шкала оценивания
(схема рейтинговой оценки)**

№	Оценочное средство	Баллы	Оцениваемые компетенции	Семестр
1	Доклад на практическом занятии	10	УК-1, УК-5	7
2	Составление глоссария по ключевым терминам дисциплины	10	УК-1, УК-5	7
3	Написание реферата	10	УК-1, УК-5	7
4	Письменная контрольная работа	10	УК-1, УК-5	7
5	Разработка и защита итогового проекта по одному из направлений: разработка социального проекта, составление грантовой заявки; разработка маркетинговой стратегии музея в контексте туристической привлекательности; разработка концепции арт-фестиваля (биеннале, арт-ярмарки и пр.)	15	УК-1, УК-5	7
6	Тестирование	5	УК-1, УК-5	7
7	Зачет	40	УК-1, УК-5	7

Итоговая оценка по дисциплине определяется преподавателем на основании суммы баллов, набранных студентом в течение семестра и период промежуточной аттестации.

Студент, набравший в сумме 60 и менее баллов, получает отметку «незачтено». Студент, набравший 61-100 баллов, получает отметку «зачтено».

2. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

Данный раздел содержит типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Описание каждого оценочного средства содержит методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Перечень оценочных средств, материалы которых представлены в данном разделе:

1. Доклад на практическом занятии
2. Составление глоссария по ключевым терминам дисциплины
3. Написание реферата
4. Письменная контрольная работа
5. Разработка и защита итогового проекта по одному из направлений: разработка социального проекта, составление грантовой заявки; разработка маркетинговой стратегии музея в контексте туристической привлекательности; разработка концепции арт-фестиваля (биеннале, арт-ярмарки и пр.)
6. Тестирование
7. Зачет