

КРАЕВОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
«НОРИЛЬСКИЙ КОЛЛЕДЖ ИСКУССТВ»

Рассмотрена
на заседании педагогического совета
колледжа протокол № 4 от 15 марта 2021 г.

УТВЕРЖДЕНО
и.о.директора КГБПОУ
«Норильский колледж искусств»
Приказ № 01-04/53
от «16» марта 2021 г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.03 ОРГАНИЗАЦИОННО-ТВОРЧЕСКАЯ
ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ
53.02.08 МУЗЫКАЛЬНОЕ ЗВУКООПЕРАТОРСКОЕ МАСТЕРСТВО

Фонд оценочных средств профессионального модуля ПМ.03 Организационно-творческая деятельность по специальности 53.02.08 Музыкальное звукооператорское мастерство разработан на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 53.02.08 Музыкальное звукооператорское мастерство, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 13.08.2014 № 997.

РАЗРАБОТЧИКИ:
Сулейманова А.А.
Софрыгин Е.В.

1. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Фонд оценочных средств (ФОС) предназначен для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, осваивающих программу профессионального модуля ПМ.03 Организационно-творческая деятельность основной профессиональной образовательной программы среднего профессионального образования – программы подготовки специалистов среднего звена 53.02.08 Музыкальное звукооператорское мастерство (Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 13.08.2014 №997 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 53.02.08 Музыкальное звукооператорское мастерство»)

ФОС включает контрольные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации. ФОС разработан в соответствии с программой профессионального модуля ПМ.03 Организационно-творческая деятельность по специальности 53.02.08 Музыкальное звукооператорское мастерство.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ, ПОДЛЕЖАЩИЕ ПРОВЕРКЕ

Результаты обучения	Показатели оценки результата
ПК 3.1. Применять базовые знания принципов организации труда с учетом специфики творческого коллектива.	Применение базовых знаний нормативно-правовых материалов по организационной работе в учреждениях образования и культуры; Применение принципов организации и разработка системы мотивации труда в творческих коллективах с учетом специфики их работы; Использование в профессиональной деятельности современных компьютерных технологий, основ MIDI-технологий, программ для записи музыкальных произведений, набора нотного текста.
ПК 3.2. Исполнять обязанности руководителя творческого коллектива, включая организацию его работы, планирование деятельности и анализ ее результатов.	Применение на практике знаний основ организации работы творческого коллектива, ведения делопроизводства, теории принятия управленческих решений, принципов делового общения в коллективе; Демонстрация умения анализировать альтернативы в развитии творческого коллектива и ориентироваться в выборе правильных и эффективных управленческих решений, создавать условия для нововведений; Демонстрация умения поддерживать свою деловую репутацию, формируя свой персональный имидж, имидж всего творческого коллектива; Планирование и организация репетиционно-концертной работы в творческом коллективе на основе анализа результатов деятельности.
ПК 3.3. Использовать базовые нормативно-правовые знания в деятельности специалиста в учреждениях и организациях образования и культуры.	Применение базовых знаний нормативно-правовых материалов в деятельности специалиста в учреждениях и организациях образования и культуры; Демонстрация знаний основ правового регулирования в сфере профессиональной деятельности и основных нормативно-правовых документов, регламентирующих профессиональную деятельность; Применение на практике знаний основных положений теории менеджмента (функции, виды и психологию менеджмента) в области культуры и искусства; Демонстрация умения рассчитывать по принятой методологии основных технико-экономических показателей деятельности организации, экономической эффективности внедрения новой техники и технологий; Применение в

	<p>профессиональной деятельности законодательных актов и документации правового регулирования.</p>
<p>ПК 3.4. Использовать различные приемы сбора и распространения информации с целью популяризации и рекламы деятельности учреждений (организация) образования и культуры.</p>	<p>Применение в профессиональной деятельности методики исследования потребностей, запросов и интересов людей и технологий их формирования средствами массовой информации; Использование современных методов информирования, убеждения, внушения, основных путей и средств сохранения и повышения репутации для формирования общественного мнения; Демонстрация навыков грамотного размещения газетно-журнальных сообщений, формирования информационных сообщений, информационных пакетов; Применение в профессиональной деятельности практики публичных выступлений в аудитории, по радио, на телевидении;</p>
<p>ПК 3.5. Осуществлять управление процессом эксплуатации звукотехнического оборудования.</p>	<p>Техническая эксплуатация звуковой техники, звуковоспроизводящей аппаратуры, усилительных, акустических систем в соответствии с существующими требованиями техники безопасности; Техническая эксплуатация современной компьютерной техники и оборудования для обработки звука соответствии с существующими требованиями техники безопасности; Подготовка, хранение и воспроизведение фонограмм в соответствии с техническими условиями; Применение теоретических знаний о принципах работы звукотехники, системы пространственного звуковоспроизведения, основ электротехники для правильного функционирования необходимого технического оборудования для конкретного концертного зала, студии; Знание основных составляющих звуковоспроизводящей аппаратуры, усилительные, акустические системы и принципы их работы; Демонстрация способностей анализировать функционирование систем звуковоспроизведения и звукозаписи концертного и студийного исполнения;</p>
<p>ПК 3.6. Разрабатывать комплекс мероприятий по организации и управлению рабочим процессом звукозаписи в условиях открытых и закрытых помещений</p>	<p>Демонстрация навыков организации и руководства рабочим процессом звукозаписи и монтажа фонограмм, управления средствами озвучивания студий звукозаписи, концертных залов, в условиях открытых и закрытых помещений; Выбор и размещение необходимого звукового технического оборудования для конкретного концертного зала, студий, аппаратных; Озвучивание музыкальных программ и концертных номеров в закрытых помещениях и открытых площадках, учитывая акустические характеристики помещения, Применение основных видов технологических процессов производства фонограмм и звуковых программ для сопровождения мероприятий; Применение на практике самостоятельной записи и озвучивание музыкальных программ и концертных номеров, используя моно, стерео и многомикрофонные системы, основы цифровой многоканальной компьютерной записи.</p>
<p>ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.</p>	<p>Демонстрация интереса к будущей профессии. Проявление инициативы в аудиторной и самостоятельной работе, во время прохождения практики</p>

<p>ОК 2. Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.</p>	<p>Выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач в области звукооператорского мастерства; Оценка эффективности и качества выполнения работ. Систематическое планирование собственной учебной деятельности и действие в соответствии с планом. Структурирование объема работы и выделение приоритетов. Грамотное определение методов и способов выполнения учебных задач. Осуществление самоконтроля в процессе выполнения работы и ее результатов. Анализ результативности использованных методов и способов выполнения учебных задач. Адекватная реакция на внешнюю оценку выполненной работы.</p>
<p>ОК 3. Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.</p>	<p>Решение стандартных и нестандартных профессиональных задач. Признание наличия проблемы и адекватная реакция на нее. Выстраивание вариантов альтернативных действий в случае возникновения нестандартных ситуаций. Грамотная оценка ресурсов, необходимых для выполнения заданий. Расчет возможных рисков и определение методов и способов их снижения при выполнении профессиональных задач.</p>
<p>ОК 4. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.</p>	<p>Эффективный поиск необходимой информации. Грамотное определение типа и формы необходимой информации. Нахождение и использование разнообразных источников информации, включая электронные. Получение нужной информации и сохранение ее в удобном для работы формате. Определение степени достоверности и актуальности информации. Упрощение подачи информации для ясности понимания и представления.</p>
<p>ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности.</p>	<p>Использование различных источников информации, включая электронные. Применение современных технических средств обучения в процессе преподавания. Эффективное применение возможностей мультимедиа в профессиональной деятельности. Грамотное применение специализированного программного обеспечения для сбора, хранения и обработки информации.</p>
<p>ОК 6. Работать в коллективе, обеспечивать его сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством.</p>	<p>Взаимодействие с обучающимися, преподавателями. Положительная оценка вклада членов команды в общеконандную работу. Передача информации, идей и опыта членам команды. Использование знания сильных сторон, интересов и качеств, которые необходимо развивать у членов команды, для определения персональных задач в общеконандной работе. Формирование понимания членами команды личной и коллективной ответственности. Регулярное представление обратной связи членам команды. Демонстрация навыков эффективного общения.</p>
<p>ОК 7. Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за</p>	<p>Грамотная постановка целей. Самоанализ и коррекция результатов собственной работы. Точное установление критериев успеха и оценки деятельности. Гибкая адаптация целей к изменяющимся условиям. Обеспечение выполнения поставленных задач. Демонстрация способности контролировать и корректировать работу коллектива. Демонстрация самостоятельности и ответственности в принятии ответственных решений.</p>

3.1. ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, ПРАКТИЧЕСКОГО ОПЫТА И ОСВОЕННЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ В ФОРМЕ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ

Текущий контроль успеваемости осуществляется в виде устного опроса студентов на занятиях, в виде письменных проверочных работ по текущему материалу, а также в виде тестирования в рамках контрольных точек, проводимых в соответствии с графиками учебного процесса. Устные ответы и письменные работы студентов оцениваются и отражаются в рабочем журнале преподавателя. Оценки доводятся до сведения студентов.

РАЗДЕЛ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Текущий контроль

Контрольная работа №1

Терминологический диктант

I. Подберите предложенные термины к данным определениям понятий

Термин - Определение понятия

Что это?

_____ - область социально-культурной активности, проявляемой в сфере свободного времени.

_____ - совокупность основанных на концептуальном представлении о роли и месте культуры в жизни общества организационно-управленческих принципов, материально-технических, финансовых, информационных, кадровых ресурсов, правового обеспечения и практических мер.

_____ - человек, социальные группы, общество.

_____ - процесс хоминизации, социализации и индивидуализации личности; внедрения культурных начал во все сферы жизнедеятельности.

_____ - развитие личности средствами культуры.

_____ - процесс и результат включения человека в социум, освоения и воспроизводства им социального опыта, принятия требований норм и принципов общественных отношений, формирование и реализация детерминированных обществом гражданских, нравственных, профессиональных, семейных и иных значимых функций.

_____ - создание благоприятных условий для развития творческих потенций личности, ее способностей и дарований; стимулирование процесса реализации единичных и особенных природных и социальных свойств человека, общественное признание его уникального вклада в социально-культурное творчество.

_____ - это обусловленная нравственно-интеллектуальными мотивами общественно-целесообразная деятельность по созданию, освоению, сохранению, распространению и дальнейшему развитию ценностей культуры.

_____ - совокупность интересов, духовных и материальных ценностей, норм и стилей жизни, характерных для определенных возрастных, профессиональных и иных социальных общностей.

_____ - совокупность процессов, явлений и результатов духовно-практической деятельности по созданию, распространению и освоению произведений искусства или материальных предметов, обладающих эстетической ценностью.

- целенаправленная и осознанная активность человека, обеспечивающая создание, освоение, сохранение, распространение и дальнейшее развитие духовных и материальных ценностей.

- вещественные памятники достижений человечества в производственной, духовной и общественной жизни, способные удовлетворять духовные и эстетические потребности человека и одновременно содержащие в себе художественную, мемориальную или иную ценность.

- непреходящие ценности культуры, закрепленные идеалах, языке, искусстве, традициях, памятниках истории и др. передаваемых из поколения в поколение атрибутах совокупного духовного опыта человечества.

- система единых ценностей, образцов духовной жизни и миропонимания, которые выработало человечество не протяжении своего развития.

- процесс и результат развития и функционирования совокупности форм общественного сознания (нравственного, эстетического, политического, правового, религиозного и т.д.), проявившегося в науке, искусстве, просвещении, образовании и иных сферах бытия и реализации интеллектуально-сущностных сил человека.

- система духовных ценностей, отражающая идеалы современного человека и определяющих нравственность личности на добровольное, осознанное служение обществу, это совокупность способов и результатов конструктивной, созидательной деятельности людей, в которой воплощается, утверждается и развивается человеческая духовность.

- культура, порожденная противоречивостью урбанизации, разрушением локальных сущностей и др. последствиями научно-технической революции. Эта культура определяется стихийными реакциями населения, стандартизованным характером производства и потребления, широким тиражированием произведений искусства, которые утрачивают свою уникальность.

- специфический способ организации и развития человеческой жизнедеятельности, представленный в процессе и результатах материального и духовного производства, в системе социальных норм и учреждений, в духовных ценностях, в совокупности отношений людей к природе, между собой и к самим себе.

- интегральное качество личности, отражающее ее жизненную позицию и находящее свое выражение в нравственно мотивированном стремлении и готовности участвовать и проявлять инициативу в деятельности, связанной с созданием, освоением, сохранением и дальнейшим развитием ценностей культуры.

- часть общего бюджета времени, свободная от выполнения профессиональных, гражданских, семейных, физиологических функций и иных непреложных дел, в которой личность выбирает вариант действий с учетом своих склонностей, материальных возможностей, физического состояния и уровня культуры.

Термины: социально-культурная активность; культура; массовая культура; духовная культура; гуманитарная культура; общечеловеческая культура; объект культурной политики; культурная политика; цель, сверхзадача культурной политики, предмет культурной политики; социально-культурная деятельность; культурная деятельность; субкультура;

культурные ценности; художественная культура; культурное наследие; свободное время; культурно-досуговая деятельность; индивидуализация; социализация.

Контрольная работа №2

Тема 1.4 Принципы и функции СКД. СКД в условиях изменения социально-экономической и политической жизни в РФ.

1. Каким понятиям соответствуют данные определения:

а). Категории, выражающие проявление ее свойств и предназначенности к определенным конструктивным действиям, реализующим культуросозидающие возможности общества и стимулирующим культурно-творческое развитие личности, это: _____

б). Наиболее общие положения, которые отражают объективно существующие, внутренне обусловленные, необходимые и устойчивые связи и отношения, складывающиеся в процессе создания, освоения, сохранения и распространения ценностей культуры, и предопределяющие ее направленность, характер, содержание и формы, это: _____

2. Охарактеризуйте важнейший принцип педагогики досуга - принцип интереса

3. Что из указанного относится к принципам социально-культурной деятельности (подчеркните правильный ответ):

- а) добровольность и общедоступность социально-культурной деятельности;
- б) развитие инициативы и самодеятельности;
- в) активизация местной культурной жизни, усиление местной самодеятельности и локального своеобразия;
- г) преемственность и последовательность вовлечения индивида в мир культуры;
- д) развертывание системы домашнего досуга.

4. Предложите социальную функцию учреждений культуры клубного типа

5. Соотнесите предложенные функции с их определениями (соедините стрелочками):

1. интегративно-коммуникативная функция

а) освоение формирующимся индивидом основ санитарно-гигиенической культуры, культуры речи и других элементарных человеческих качеств, адаптация к социуму и его культуре,

- приобретение способности к самоконтролю и саморегуляции поведения;
- 2.эколого-охранительная функция
б) освоение ценностей культуры, последовательный процесс социализации, инкультурации и индивидуализации личности;
- 3.рекреативно-игровая функция
в) вовлечение личности в процесс создания ценностей культуры, в различные формы художественного, технического, социального творчества
- 4.образовательно-развивающая функция
г) формирование экологической культуры, сохранение культурного наследия, природной и культурной среды;
- 5.информационно-просветительная функция
д) накопление, хранение и распространение информации, культурно-просветительная деятельность, формирование интеллектуальных и иных качеств, необходимых члену информационного общества XXI века;
- 6.адаптивно-нормативная функция
е) диалог культур, взаимовлияние локальных цивилизаций, раскрытие достижений национальных и региональных культур, обеспечение адекватного и гуманного восприятия субкультур, формирование культуры деловых и неформальных отношений;
- 7.преобразовательно-созидательная функция
ж) формирование празднично-обрядовой и игровой культуры, обеспечение зрелищно-развлекательного досуга и психологической разрядки.

6.Используя функции социально-культурной деятельности, заполните следующую таблицу:

Виды культуры	учреждений	Основные функции	Вспомогательные функции
Клуб			
Библиотека			
Музей			

Тема 3.2. Семья как социально-культурный институт.

Проверяемые результаты обучения: (З 2, З 3, З 4, З 5, У 2, У 3).

Задание: Предложите свою уникальную миссию, цели, задачи организации по работе с семьей учреждений культуры города Норильска, ответив на предлагаемые вопросы:

Вы - учреждение социально-культурной сферы	
Что это за учреждение?	
С какой целью оно создано?	
Для чего ваше учреждение нужно городу?	
С какими семьями вы работаете?	
Какие традиционные и новые уникальные услуги вы предлагаете?	
Координируете ли вы свою деятельность с другими организациями, проводите ли совместные проекты?	
Изучаете ли вы своих посетителей?	

Контрольная работа №4

Раздел 3. Социально-культурные институты

Тема 3.3. Государственные и муниципальные структуры - органы государственной и муниципальной власти, ведущие институты в структуре СКД, их полномочия.

1.Ознакомиться с деятельностью организации социально-культурной сферы (по программе, предложенной преподавателем)

1.Дать характеристику организации по следующим позициям:

- название организации;
- организационно-правовой вид формы собственности;
- лицензия на право осуществления деятельности;
- месторасположение и географические соседи;
- краткая историческая справка – история создания организации;
- перечень предоставляемых основных и дополнительных услуг;
- материально-техническая база;
- потребители (гости, клиенты, зрители, посетители);
- функциональное назначение подразделений в организационной структуре;
- организация рекламы;
- взаимоотношения с партнерами и поставщиками.

Контрольная работа №6

Тема 3.8. Средства массовой информации, их роль в социально-культурной деятельности.

1.Подготовьте пресс-релиз (бюллетень, содержащий материал для срочной публикации – тема на выбор).

Контрольная работа №7

Тема 4.4. Методика культурно - творческой деятельности

1.Раскройте структуру дискотечной программы

2.Какие условия следует учитывать при подборе игр для дискотеки (подчеркните правильный ответ):

- а) сочетание музыкальных произведений;
- б) тема диско-программы;
- в) интерьер помещения;
- г) время года, день недели;
- д) характер монтажа;
- е) контингент играющих;
- ж) что проводить до начала игры;
- з) цель игры;
- и) написание литературного сценария;
- к) чередование, последовательность игр.

3.Продолжите предложения:

а) Первый уровень требований, предъявляемых к ведущему дискотечной программы – предрасположенность (пригодность) – определяется качествами: _____

б)Второй _____ уровень предполагает: _____

в)Третий _____ уровень _____ – _____ имеется _____ в виду _____

4.Перечислите виды конкурсов

5.Определите порядок структурных элементов конкурсных программ:

- а) представление жюри;
- б) приветствие, разминка, домашнее задание;
- в) представление участников;
- г) вступительная часть: музыкальная или зрелищная заставка, создающая праздничное настроение;
- д) подведение общего итога и награждение победителей;
- е) игровые формы конкурсных заданий.

6.Продолжите предложение:

Положение о конкурсе включает в себя:

Контрольная работа №8

1. Заполните карту-анализ организации социально-культурной деятельности с детьми и подростками:

Социально-психологические особенности возраста	Цели и задачи социо-культурных учреждений	Формы работы (не менее 5-ти)

Контрольная работа №9

1. Заполните карту-анализ организации социально-культурной деятельности с молодежной аудиторией):

Социально-психологические особенности возраста	Цели и задачи социо-культурных учреждений	Формы работы (не менее 5-ти)

Контрольная работа №10

1. Заполните карту-анализ организации социально-культурной деятельности с людьми среднего и пожилого возраста):

Социально-психологические особенности возраста	Цели и задачи социо-культурных учреждений	Формы работы (не менее 5-ти)

Контрольная работа №11

1. Заполните карту-анализ организации социально-культурной деятельности с инвалидами:

Социально-психологические особенности аудитории	Цели и задачи социо-культурных учреждений	Формы работы (не менее 5-ти)

Контрольная работа №12

Тема 5.1. Понятие об основных методах конкретно-социологических исследований.

1. Самостоятельно заполнить карту наблюдения (мероприятие по выбору преподавателя)

Дата, место проведения _____

Название

программы _____

Характеристика зрительской аудитории _____

Карта наблюдения за ведущим программы

Единица анализа	Ситуация		
	1	2	3
<i>Располагает к себе зрителей:</i> <ul style="list-style-type: none">• Эрудицией• Артистизмом• Чувством юмора• Доброжелательным уважительным			

<ul style="list-style-type: none"> • отношением • Элементами новизны, творческого подхода к ведению программы • Культурой речи • Организаторскими способностями • Умением снять напряжение • Умением общения с аудиторией • Умением следить за реакцией аудитории и реагировать на нее • Умением вызвать и развить интерес • Умением активизировать восприятие аудитории • Другие качества 	
--	--

Подсчет единиц анализа ведется по 3-бальной системе: 1 - "плохо", 2 - "хорошо", 3 - "очень хорошо". Ситуации: 1 - начало программы, 2 - кульминация, 3- окончание.

РАЗДЕЛ ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Контрольная работа №1

Викторина к разделу «Основы финансирования и налогообложения социально-культурной сферы»

Вопросы:

- соотношение понятий деньги, денежное обращение, инфляция
- классификация денег
- виды инфляции
 - источники финансирования скс
 - цена и её виды
 - стоимость и себестоимость
 - ценные бумаги и их виды
 - документы финансово-хозяйственной деятельности в скс
- бюджет и их виды

Контрольная работа №2

- системы налогообложения
- налоги и принципы налогообложения
- функции налогов
- нормативная базаи налоговые режимы
- виды налогов
- упрощенная система налогообложения в организациях скс
- организация бухгалтерского учета предпринимательской деятельности
- налоговая отчетность предпринимателя
- нормативные акты по бухгалтерскому учёту и аудиту учреждений социально-культурной сферы

Задания к разделу «Экономика организации социально-культурной сферы».

1. В левой части таблицы даны разделы теории организации. В правой части – элементы изложения разделов. Поставьте разделы и элементы во взаимно однозначное соответствие друг другу:

Разделы	Элементы
1. Создание организации	1. Мотив
2. Социальная организация	2. Организация как объект
3. Ресурсы организации	3. Организация как процесс
4. Жизненный цикл организации	4. Активы
5. Организация как система	5. Конкурентные преимущества
6. Внешняя среда организации	6. Выработка структуры организации
7. Внутренняя среда организации	7. Формализация и управление
8. Система управления организацией	8. Связи между элементами управления
	9. Факторный анализ организации
	10. Обеспеченность ресурсами
	11. Число профессиональных театров
	12. Обработка данных
	13. Контроль и регулирование в организации
	14. Наличие цели организации

3. К основным средствам относятся материально-вещественные ценности:

- 1) стоимостью выше 20 тыс рублей;
- 2) стоимостью выше 3000 тыс рублей;
- 3) стоимостью выше 100 минимальных размеров оплаты труда;
- 4) со сроком полезного использования более 1 года.

4. Амортизация не начисляется:

- 1) на объекты природопользования и земельные участки;
- 2) на объекты основных средств стоимостью до 20 тыс. за единицу;
- 3) на объекты основных средств, используемых в некоммерческих видах деятельности бюджетных учреждений;
- 4) на библиотечный фонд

5) К оборотным средствам организации относятся:

- 1) прибыль;
- 2) дебиторская задолженность;
- 3) денежные средства организации;
- 4) уставной капитал.

6) К постоянным затратам относятся:

- 1) заработная плата персонала;
- 2) оплата междугородних телефонных разговоров;
- 3) затраты на аренду помещения;
- 4) затраты на приобретение основных фондов.

7) К переменным затратам относятся:

- 1) затраты на материалы;
- 2) заработная плата работников;
- 3) амортизация здания офиса;
- 4) затраты на приобретение нематериальных активов

8) К косвенным затратам относятся:

- 1) зарплата административно-управленческого персонала;
- 2) амортизационные отчисления по компьютеру;
- 3) аренда помещения офиса;
- 4) заработная плата основного производственного персонала.

9) Себестоимость продукции:

- 1) это затраты на производство продукции;
- 2) может включать коммерческие и управленческие расходы;
- 3) исходная основа формирования цены произведенного продукта
- 4) является важнейшим экономическим показателем деятельности организации.

10) Под понятием «прибыль от реализации продукции» подразумевается:

- 1) выручка, полученная от реализации продукта (услуги);
- 2) денежное выражение стоимости товара(услуги);
- 3) разность между объемом реализованной продукции в стоимостном выражении (без НДС и акциза) и её себестоимостью;
- 4) чистый доход предприятия;
- 5) затраты на производство реализованной продукции.

11) В смете расходов на проведение мероприятия указывается

- 1) наименование затрат
- 2) цена аренды помещений;
- 3) стоимость презентационных материалов, сувениров, подарков, продуктов питания;
- 4) транспортные расходы;
- 5) оплата труда привлеченного персонала;
- 6) количество человек, задействованных в мероприятии и дата его проведения.
- 7) все выше перечисленное

12. При исследовании стадии функционирования бизнес-проекта выявлены следующие простые риски:

- 1) Неустойчивость спроса.
- 2) Появление альтернативного продукта.
- 3) Снижение цен конкурентами.
- 4) Увеличение производства у конкурентов.
- 5) Рост налогов.
- 6) Недостаток оборотных средств.

Поставьте в соответствие этим рискам следующие факторы, отрицательно влияющие на прибыль:

- А) Увеличение кредитование.
- Б) Падение продаж.
- В) Падение спроса с ростом цен.
- Г) Снижение спроса.
- Д) Снижен цены.
- Е) Уменьшение чистой прибыли

13) Какие пункты из перечисленных ниже необходимо включить в раздел бизнес-плана:

- 1) Характер спроса, конечные потребители, особенности сегмента рынка.
- 2) Наиболее существенные риски.
- 3) Доходы и расходы.
- 4) Воздействие на продукт технологических изменений.
- 5) Противодействие конкурентам.
- 6) Обоснование цены на продукцию.

- 7) Форма собственности.
- 8) Сырье и материалы: поставщики и цены.
- 9) Организация сбыта.
- 10) Организация рекламы.
- 11) Графическая схема производства.
- 12) Сведения о разработке новых продуктов-конкурентов.
- 13) Целевые показатели: чего надо добиваться в ближайшие три года.
- 14) Возврат кредитов.
- 15) Внутренняя норма рентабельности.
- 16) Договоры на реализацию товаров.
- 17) Обеспечение экологической безопасности.
- 18) Место размещения производства.
- 19) Сведения о менеджерах.

14) Номинальная заработная плата отличается от располагаемой:

- 1) на величину премий;
- 2) на величину индекса потребительских цен;
- 3) на величину подоходного налога;
- 4) на величину переменной части заработной платы;

15) Располагаемая заработная плата отличается от реальной:

- 1) на величину премий;
- 2) на величину индекса потребительских цен;
- 3) на величину подоходного налога;
- 4) на величину переменной части заработной платы.

16) Диапазон тарифной сетки- это:

- 1) разность между тарифными ставками двух соседних разрядов;
- 2) отношение тарифной ставки по последнему разряду к тарифной сетке о предыдущему разряду;
- 3) разность между тарифными ставками по крайним разрядам;
- 4) отношение тарифной ставки по последнему разряду к тарифной ставке по первому разряду.

17) Аккордная система оплаты труда является разновидностью:

- 1) сдельной;
- 2) повременной;
- 3) бестарифной;
- 4) комиссионной.

Контрольная работа №3

к разделу «Управление ресурсами учреждения социально-культурной сферы»

Тест

1. Определите, какие из перечисленных ниже документов составляют квартальную бухгалтерскую отчетность:

- 1) справка о состоянии оборудования;
- 2) Баланс предприятия
- 3) Приложение к письму о ценовой политике. Предприятия.
- 4) Отчёт о финансовых результатах и их использовании.
- 5) Справка к Отчёту о финансовых результатах и их использовании
- 6) Справка об уплате налогов.

2. Какие из перечисленных показателей относятся к дебету, а какие к кредиту бухгалтерского баланса?

- 1) Фонды накопления.
- 6) Убытки

- | | |
|-----------------------------------|-------------------------------|
| 2) Товары | 7) Незавершенное производство |
| 3) Прибыль. | 8) Арендные обязательства |
| 4) Нематериальные активы | 9) Резервный капитал |
| 5) Кредиты банков для работников. | 10) Касса |

3. Определите показатели баланса, характеризующие источники собственных средств:

- 1) Нераспределённая прибыль.
- 2) Готовая продукция.
- 3) Уставной капитал.
- 4) Резервный капитал.
- 5) Нематериальные активы.
- 6) Долгосрочные займы
- 7) Фонды накопления

4. Какие из приведённых требований относятся к принципам учётной политики организации:

- 1) Минимизация издержек.
- 2) Полнота
- 3) Объем.
- 4) Инициатива.
- 5) Осмотрительность.
- 6) Приоритетности.
- 7) Приоритет содержания перед формой.
- 8) Непротиворечивость.
- 9) Стабильность.
- 10) Рациональность

Деловая игра «Ресурсы учреждения социально-культурной сферы: условия и порядок использования»

Цель: научить анализировать содержание ресурсов в социально-культурной сфере и вырабатывать навык их правильного использования

Ход игры: в каждой группе назначаются игроки, играющие роль руководителя, организатора или заказчика социально-культурного мероприятия Арбитром в игре выступают эксперты-экономисты Каждый участник приводит требования правильной оценки и использования различных видов ресурсов. Остальные игроки обладают правом голоса в качестве наблюдателей. В качестве ведущего – преподаватель.

Дискуссия строится на обмене мнениями работников и работодателей по способам использования различных ресурсов учреждений социально-культурной сферы.

Выступления строятся на основе обзоров конкретных видов ресурсов, проводимых на занятии и в самостоятельной работы студентов. Итоги подводятся преподавателем.

Деловая игра «Технология планирования в учреждениях социально-культурной сферы»

Цель: научить студентов элементам планирования хозяйственной деятельности путем выбора методики и этапов планирования.

Ход игры: тема занятия направлена на рассмотрение конкретных случаев составления планов административно-хозяйственной и уставной деятельности учреждений социально-культурной сферы. До начала игры преподаватель со студентами обсуждают конкретный механизм планирования и реализации в т.ч. коммерческой деятельности учреждения. Например, имитируется процесс составления плана. Распределяется участие и ответственность за исполнение плана между участниками деловой игры Основные стадии планирования рассматриваются с участием преподавателя, принимается решение по использованию плановой документации Каждый участник игры имеет право на группу консультантов.

Итоги игры подводит преподаватель.

КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ.

1. Задания для проведения дифференцированного зачета в 8 семестре

Дифференцированный зачет проводится в виде письменного ответа на вопросы, выборочно проверяющего освоенные знания и умения студентов по дисциплине. Дифференцированный зачет проводится в счет времени, отведенного на аудиторную нагрузку обучающихся.

Вопросы к письменному ответу на вопросы дифференцированного зачёта

1. Понятие экономики социально-культурной деятельности, её структура и функции.
2. Взаимосвязь в обществе культуры и экономики. Методы экономики социально-культурной сферы.
3. Понятие менеджмента социально-культурной деятельности, её структура и функции.
4. Методы менеджмента социально-культурной сферы.
5. Изложение основ общественного производства и роли в нём менеджмента в сфере культуры и искусства
6. Характеристики социально-культурной сферы (СКС) как объекта менеджмента
7. Содержание понятия менеджмент и его видов. Управленческие отношения в социально-культурной сфере.
8. Изложение основ общественного производства и роли в нём культуры и искусства
9. Характеристики социально-культурной сферы (СКС) как непромышленного макрокомплекса и микрокомплекса в системе национальной экономики.
10. Содержание понятия собственность и её виды. Отношения собственности в социально-культурной сфере.
11. Особенности экономических отношений по поводу интеллектуальной собственности.
12. Изложение отраслевой структуры и элементов организации социально-культурной деятельности.
13. Характеристика основных направлений социально-культурной политики государства.
14. Формы и проявления негосударственной поддержки социально-культурной сферы.
15. Механизм планирования и реализации планов в процессе функционирования субъектов социально-культурной деятельности.
16. Продукт отрасли культуры и его потребительская стоимость. Товар и услуга в социально-культурной сфере.
17. Стадии творческо-производственного процесса.
18. Понятие рынка, видов рынка и рыночных отношений в социально-культурной сфере.
19. Законы рынка и их использование в социально-культурной деятельности.
20. Характеристика организационно - правовых форм предпринимательской деятельности в социально-культурной сфере.
21. Этапы и элементы предпринимательского проекта в социально-культурной деятельности.
22. Источники и проблемы финансирования социально-культурной деятельности. Фандрейзинг.
23. Денежно-кредитная система социально-культурной деятельности.
24. Механизм ценообразования, себестоимость и стоимость социально-культурного продукта.
25. Виды производственных фондов в функционировании субъектов социально-культурной деятельности
26. Основные, оборотные средства и особенности финансирования учреждений социально-культурной деятельности и искусства.
27. Смета бюджетного учреждения культуры и социально-культурного мероприятия.
28. Бюджет учреждений социально-культурной сферы и внебюджетные фонды.
29. Оплата труда в деятельности субъектов социально-культурной сферы.
30. Характеристика доходов и особенностей заработной платы работников, занимающихся социально-культурной деятельностью.
31. Издержки и прибыль учреждений социально-культурной сферы.
32. Принципы и особенности налогообложения субъектов социально-культурной деятельности. Упрощенная система налогообложения (УСН).

33. Структура ресурсной базы и особенности ресурсного потенциала в социально-культурной сфере.
34. Принципы и порядок управления трудовыми ресурсами в процессе осуществления социально-культурной деятельности.
35. Технология контроля деятельности учреждений социально-культурной сферы
36. Особенности организации учетно-отчетной деятельности учреждения СКС

РАЗДЕЛ ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА

КР1

Вам предлагается ряд определений маркетинга, данных в отечественной литературе.

а) Маркетинг — это «такая система внутрифирменного управления, которая направлена на изучение и учет рыночного спроса... с тем, чтобы обеспечить фирме получение намеченного уровня рентабельности» (И.Н. Герчикова).

б) Маркетинг — «вид рыночной деятельности, при котором производителем используется системный подход и программно-целевой метод решения хозяйственных проблем, а рынок, его эффективности деятельности» (П.С Завьялов., В.Е. Демидов).

в) Маркетинг — это реально существующая форма конкурентной борьбы крупных капиталистических компаний за рынки сбыта (С.Н. Лавров, С.Ю. Злобин).

1. Согласны вы с ними или нет, в чем конкретно, почему?

2. Какое строгое следование им повлияло бы:

- на жизнь общества;
- на малый и средний бизнес;
- на конкуренцию и сотрудничество предпринимателей;
- на потребителей?

КР2

Тест

1. В комплекс маркетинга входит 4Р основные группы - это:

А. Товар (product)
 Цена (price)
 Программа (programme)
 Методы стимулирования (promotion)

В. Товар (product)
 Персонал (personnel)
 Методы распространения (place)
 Методы стимулирования (promotion)

С. Товар (product)
 Цена (price)
 Методы распространения (place)
 Методы стимулирования (promotion)

2. Методы распространения -это:

А. Всевозможная деятельность, благодаря которой товар становится доступным для целевых покупателей. Таким образом фирма выбирает торговых и розничных продавцов, либо сама создает сбытовую цепь, следит за поддержанием запасов товара и обеспечивает эффективную транспортировку и складирование.

В. Всевозможная деятельность фирмы, целью которой является распространить сведения о достоинствах товара и убедить покупателя приобретать именно его, оплачивать рекламу, проводить выставки и ярмарки и организовывать пропаганду товара.

3. Методы стимулирования - это:
 - А. Всевозможная деятельность, благодаря которой товар становится доступным для целевых покупателей. Таким образом фирма выбирает торговых и розничных продавцов, либо сама создает сбытовую цепь, следит за поддержанием запасов товара и обеспечивает эффективную транспортировку и складирование.
 - В. Всевозможная деятельность фирмы, целью которой является распространить сведения о достоинствах товара и убедить покупателя приобретать именно его, оплачивать рекламу, проводить выставки и ярмарки и организовывать пропаганду товара.
4. Маркетинг – микс – это:
 - А. Организация деятельности предприятия, направленной на создание ориентированного на рынок производства и сбыта товаров и услуг, удовлетворяющих потребности настоящих и потенциальных покупателей; маркетинг на уровне отдельного предприятия.
 - В. Комбинированное и координированное использование различных инструментов маркетинга и прежде всего товарной, ценовой, коммуникационной и сбытовой политики
5. Микромаркетинг - это:
 - А. Организация деятельности предприятия, направленной на создание ориентированного на рынок производства и сбыта товаров и услуг, удовлетворяющих потребности настоящих и потенциальных покупателей; маркетинг на уровне отдельного предприятия.
 - В. Маркетинг, реализуемый на уровне государства в целом и его регионов.
6. Макромаркетинг - это:
 - А. Маркетинг, реализуемый на уровне государства в целом и его регионов.
 - В. Организация деятельности предприятия, направленной на создание ориентированного на рынок производства и сбыта товаров и услуг, удовлетворяющих потребности настоящих и потенциальных покупателей; маркетинг на уровне отдельного предприятия.
 - С. Комбинированное и координированное использование различных инструментов маркетинга и прежде всего товарной, ценовой, коммуникационной и сбытовой политики.
7. Дифференцированный маркетинг - это:
 - А. Маркетинг, при котором организация стремится осваивать сразу несколько сегментов рынка со специально разработанными для них продуктами и специфической маркетинговой политикой.
 - В. Маркетинг, при котором организация сознательно игнорирует специфику отдельных сегментов рынка и выходит на весь рынок или на его крупные сегменты с одним продуктом.
 - С. Маркетинг, сосредоточивающий усилия на отдельных рынках.
8. Концентрированный маркетинг:
 - А. Маркетинг, при котором организация сознательно игнорирует специфику отдельных сегментов рынка и выходит на весь рынок или на его крупные сегменты с одним продуктом.

- В. Маркетинг, сосредоточивающий усилия на отдельных рынках.
 - С. Маркетинг, при котором организация стремится осваивать сразу несколько сегментов рынка со специально разработанными для них продуктами и специфической маркетинговой политикой.
9. Недифференцированный маркетинг:
- А. Маркетинг, при котором организация сознательно игнорирует специфику отдельных сегментов рынка и выходит на весь рынок или на его крупные сегменты с одним продуктом.
 - В. Маркетинг, сосредоточивающий усилия на отдельных рынках.
 - С. Маркетинг, при котором организация стремится осваивать сразу несколько сегментов рынка со специально разработанными для них продуктами и специфической маркетинговой политикой.
10. Массовый маркетинг:
- А. Маркетинг, при котором организация стремится осваивать сразу несколько сегментов рынка со специально разработанными для них продуктами и специфической маркетинговой политикой.
 - В. Маркетинг, сосредоточивающий усилия на отдельных рынках.
 - С. Маркетинг, осуществляемый организацией при массовом производстве одного продукта, предназначенного сразу для всех покупателей. При этом сегментация рынка и изучение потребителей не проводятся.

КРЗ

В местах многоточий вставьте пропущенные слова.

1. Социальный и управленческий процесс, с помощью которого отдельные лица и группы лиц удовлетворяют свои нужды и потребности посредством создания товаров и потребительских ценностей и взаимообмена ими —...
2. Ощущаемая человеком нехватка чего-то необходимого —...
3. Нужда, принявшая специфическую форму в соответствии с культурным уровнем и индивидуальностью человека, — ...
4. Потребность человека, подкрепленная его покупательной способностью, —...
5. Акт получения от кого-то желаемого объекта взамен другого объекта —...
6. Совокупность имеющихся и потенциальных покупателей товара или услуги — ...
7. ...-анализ позволяет выявить сильные и слабые стороны организации, возможности и угрозы при проведении стратегического аудита.
8. Отдельные личности и семьи, приобретающие товары и услуги для личного потребления, образуют рынок ...
9. Организации, предоставляющие обществу товары и услуги и пользующиеся его дотациями, образуют рынок ...
10. Маркетинговая ... — это совокупность действующих за пределами компании субъектов и сил, которые влияют на развитие и поддержание службами маркетинга выгодных взаимоотношений с целевыми группами.

РАЗДЕЛ ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Контрольные задания для текущей аттестации.

Текущая аттестация осуществляется в виде устного опроса студентов на занятиях, собеседований с преподавателем, семинарских занятий, в виде устных викторин, в виде письменных проверочных работ по текущему материалу, в том числе в форме тестирования.

Контрольная работа №1

Викторина к разделу «Правовые основы предпринимательской деятельности»

Вопросы:

- соотнесение понятий конституция, права, свободы, обязанности, гражданин
- классификация и содержание прав и свобод
- обязанности граждан РФ
- направления и задачи политики РФ в сфере предпринимательства
- нормативные акты, регулирующие отношения в сфере предпринимательства социально-культурной сферы.
- содержание правового статуса предпринимателя в социально-культурной сфере
- определение нормативной базы предпринимательства северных территорий

- порядок регистрации и оформление документов предпринимателя
- налоги как обязательные платежи предпринимателя
- принципы налогообложения предпринимателя
- особенности УСН
- доход предпринимателя и оплата труда сотрудников коммерческих предприятий
- отличие в оплате труда работников государственных и коммерческих учреждений культуры
- системы налогообложения
- организация бухгалтерского учета предпринимательской деятельности
- налоговая отчетность предпринимателя
- нормативные акты по бухгалтерскому учёту и аудиту учреждений социально-культурной сферы

Контрольная работа №2

Задания к разделу «Предпринимательское проектирование и бизнес-план».

1. В четырех предпринимательских проектах на титульных листах была представлена следующая информация.

Проект №1.

1. Название и адрес предприятия.
2. Имена и адреса учредителей.
3. Суть проекта
4. Потенциальные конкуренты
5. Фамилия директора и его телефон
6. Стоимость проекта и источники средств.
7. Описание товара.

Проект №2.

1. Торговый знак.
2. Название и адрес предприятия.
3. Суть проекта
4. Фамилия директора и его телефон.
5. Риск проекта

Проект №3

1. Имена и адреса учредителей.
2. Фамилия директора и его телефон.
3. Суть проекта.
4. Суммарная стоимость проекта и источники средств.
5. Заявление о коммерческой тайне.

Проект №4

1. Торговый знак.
2. Название и адрес производителя.
3. Фамилия и телефон директора.
4. Описание товара.
5. Суть проекта.
6. Стоимость проекта и источники средств.
7. Риск проекта.
8. Баланс доходов и расходов.

Три проекта были забракованы. Какой был выбран?

2. В левой части таблицы даны разделы обыкновенного(общего) бизнес-плана. В правой части-элементы изложения разделов. Поставьте разделы и элементы во взаимно однозначное соответствие друг другу:

Разделы	Элементы
1. Рынок	1. Реклама продукта
2. Риски	2. Качество продукта
3. Продукт	3. Оргструктура фирмы
4. Конкуренция	4. Кредиты
5. Маркетинг	5. Фото товара
6. Производство	6. Предложение контролера проекта
7. Менеджмент	

8. Финансирование 9. Обзор проекта	7. Резюме 8. Кем ещё производится продукт 9. Цена продукта
---------------------------------------	--

3. Фирма имеет следующие особенности:

- 1) Контроль в фирме принадлежит работникам.
- 2) Работник имеет право принимать критические решения, участвовать в назначении и отзыве руководителей.
- 3) Объектом присвоения выступает не прибыль, а чистая продукция.
- 4) Руководитель фирмы либо избирается из числа работников, либо приглашается в качестве наёмного менеджера со стороны.

Ответьте на вопросы:

- 1) Как называются фирмы подобного типа?
- 2) Можно ли такие фирмы считать предпринимательскими?
- 3) Существуют ли такие фирмы за рубежом и в России?

4. Выберите правильные ответы:

Выделяют четыре типа инноваций:

- 1) Появление новшества, внедрение, освоение, инвестирование
- 2) Производство нового товара, освоение нового рынка, внедрение нового метода, организационные новшества.
- 3) Производство нового товара, распределение прибыли, реализация товара на новом рынке, отраслевое лидерство.
- 4) Производство нового изделия, освоение производственных мощностей, открытие для потребителя нового рынка, распространение «ноу-хау».

5. При исследовании стадии функционирования бизнес-проекта выявлены следующие простые риски:

- 1) Неустойчивость спроса.
- 2) Появление альтернативного продукта.
- 3) Снижение цен конкурентами.
- 4) Увеличение производства у конкурентов.
- 5) Рост налогов.
- 6) Недостаток оборотных средств.

Поставьте в соответствие этим рискам следующие факторы, отрицательно влияющие на прибыль:

- А) Увеличение кредитование.
- Б) Падение продаж.
- В) Падение спроса с ростом цен.
- Г) Снижение спроса.
- Д) Снижен цены.
- Е) Уменьшение чистой прибыли

6) Какие пункты из перечисленных ниже необходимо включить в раздел бизнес-плана по маркетингу?

- 1) Характер спроса, конечные потребители, особенности сегмента рынка.

- 2) Наиболее существенные риски.
- 3) Доходы и расходы.
- 4) Воздействие на продукт технологических изменений.
- 5) Противодействие конкурентам.
- 6) Обоснование цены на продукцию.
- 7) Форма собственности.
- 8) Сырье и материалы: поставщики и цены.
- 9) Организация сбыта.
- 10) Организация рекламы.
- 11) Графическая схема производства.
- 12) Сведения о разработке новых продуктов-конкурентов.
- 13) Целевые показатели: чего надо добиваться в ближайшие три года.
- 14) Возврат кредитов.
- 15) Внутренняя норма рентабельности.
- 16) Договоры на реализацию товаров.
- 17) Обеспечение экологической безопасности.
- 18) Место размещения производства.
- 19) Сведения о менеджерах.

Контрольная работа №3

к разделу «Хозяйственные договоры в предпринимательской деятельности»

Тест

1. Хозяйственная ассоциация - это:

- 1) Договорное объединение предприятий и организаций в целях совместного осуществления одной или нескольких функций.
- 2) Финансово-промышленная группа предприятий, объединённая на основе общности технологических особенностей производства.
- 3) Компания холдингового типа, действующая в сфере производства.
- 4) Общественная организация предпринимателей, созданная для защиты их хозяйственных интересов.

2. Какая организационно-правовая форма юридического лица предусматривает обязательное личное трудовое участие членов в производственной деятельности:

- 1) Общество с ограниченной ответственностью
- 2) Закрытое акционерное общество
- 3) Производственный кооператив
- 4) Открытое акционерное общество

3. Какую ответственность несут члены товарищества на вере по его обязательствам?

- 1) Полные товарищи и коммандитисты несут полную ответственность.
- 2) Полные товарищи и коммандитисты несут ответственность в пределах своего вклада.
- 3) Полные товарищи несут полную ответственность по делам товарищества, как своим вкладом, так и всем своим имуществом, а коммандитисты – в пределах вклада в имущество товарищества.

4. Что является отличительной чертой индивидуального предпринимателя?

- 1) Имущественная ответственность лишь в пределах внесенного пая.
- 2) Ответственность по обязательствам всем принадлежащим имуществом.
- 3) Обязательность представления устава предприятия.

5. К коммерческим организациям не относятся:

- 1) Религиозные организации

- 2) Хозяйственные общества
- 3) Производственные кооперативы
- 4) Потребительские кооперативы

Деловая игра «Гражданско-правовой договор: условия и порядок заключения»

Цель: научить анализировать содержание гражданско-правового договора в социально-культурной сфере и выработать навык его правильного составления.

Ход игры: в каждой группе назначаются игроки, играющие роль исполнителя или заказчика Арбитром в игре, выступают гражданский суд. Каждый участник приводит требования правильного составления и заключения договора. Остальные игроки обладают правом голоса в качестве наблюдателей. В качестве ведущего – преподаватель.

Дискуссия строится на обмене мнениями работников и работодателей по формам гражданско-правовых договоров

Выступления строятся на основе обзоров конкретных договоров, проводимых на уроке и в самостоятельной работы студентов. Итоги подводятся преподавателем.

Деловая игра «Исполнение гражданско-правового договора»

Цель: научить студентов защищать гражданские права путем заключения и исполнения гражданско-правовых договоров.

Ход игры: тема занятия направлена на рассмотрение конкретных случаев заключения и исполнения гражданско-правовых в социально-культурной сфере. До начала игры преподаватель со студентами обсуждают ситуацию оферты и акцепта гражданского договора, обязательство сторон и наконец способ исполнения. Например, имитируется процесс заключения договора с обязательствами сторон. Распределяются роли в гражданском суде, при возникновении спора между участниками договорных отношений, Основные стадии досудебного и судебного разбирательства рассматриваются с участием преподавателя, принимается решение по конкретному гражданскому спору. Каждый участник игры имеет право на группу консультантов.

Итоги игры подводит преподаватель.

5.2. КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ.

Задания для проведения дифференцированного зачета в 8 семестре

Дифференцированный зачет проводится в виде письменного ответа на вопросы, выборочно проверяющего освоенные знания и умения студентов по дисциплине. Дифференцированный зачет проводится в счет времени, отведенного на аудиторную нагрузку обучающихся.

Вопросы к письменному ответу на вопросы дифференцированного зачёта

1. Понятие предпринимательской деятельности. Субъекты и объекты предпринимательства
2. Понятие и структура предпринимательских отношений
3. Политика государства в области предпринимательства и её принципы.
4. Экономическая политика государства в области культуры
5. Организационно-экономические основы культуры как сферы экономики.
6. Отраслевая структура культурной сферы и предпринимательство
7. Понятие и формы предпринимательской собственности.
8. Нормативно-правовые акты, регламентирующие предпринимательскую деятельность
9. Развитие предпринимательства северных территорий РФ
10. Порядок регистрации предпринимательской деятельности

11. Налогообложение предпринимательской деятельности
12. Бухгалтерская отчетность и налоговый учет в сфере предпринимательства
13. Учет результатов хозяйственной деятельности в предпринимателя социально-культурной сферы.
14. Виды налоговой отчетности предпринимателя скс: формы, порядок сдачи, налоговая декларация.
15. Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности: юридические лица
16. Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности: физические лица (индивидуальное предпринимательство)
17. Выбор организационно-правовой формы предпринимательской деятельности.
18. Расходы и себестоимость продукции: основные показатели и расчет
19. Основные средства и нематериальные активы как ресурс предпринимательской деятельности.
20. Кадровое обеспечение предпринимательской деятельности
21. Виды оплаты труда и её основные элементы.
22. Особенности предпринимательской проектной деятельности в социально-культурной сфере
23. Бизнес- план и технология его разработки в сфере социально-культурной деятельности.
24. Технология проведения маркетингового исследования в социально-культурной деятельности.
25. Инновационное предпринимательство: направления и оценка его значения в социально-культурной сфере.
26. Понятие гражданско-правового договора Сделка.
27. Форма и виды гражданско-правового договора
28. Порядок заключения и исполнения гражданско-правового договора