

ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

**«ЛЕНИНГРАДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ А.С. ПУШКИНА»**

Кафедра экономики и управления

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА
для промежуточной аттестации по дисциплине

ФТД.01 МУЗЕЙНЫЙ МАРКЕТИНГ

Направление подготовки **51.03.04 Музеология и охрана объектов культурного и
природного наследия**

Направленность (профиль) **«Экскурсионная и экспозиционно-выставочная
деятельность»**

Санкт-Петербург
2024

1. Перечень компетенций, формируемых на текущем этапе, с указанием индикаторов и запланированных результатов обучения по дисциплине с учетом специфики профессиональных задач для конкретных областей, сфер и типов деятельности, в том числе в рамках профессионального стандарта

В результате освоения дисциплины обучающиеся должны достичь определенных результатов обучения по дисциплине в рамках текущего этапа формирования установленных компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
УК-9	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	<p>УК-9.1. Понимает базовые принципы экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике.</p> <p>УК-9.2. Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей.</p> <p>УК-9.3. Использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), контролирует собственные экономические и финансовые риски. Гражданская позиция</p>
ПК-5	Способен к участию в разработке культурно-образовательных программ в системе музейных учреждений, культурных центров, экскурсионных и туристических фирм	<p>ПК-5.1. Знать формы культурно-образовательной деятельности и их характеристики;</p> <p>ПК-5.2. Знать методы презентации наследия в рамках различных форм культурно-образовательной деятельности;</p> <p>ПК-5.3. Уметь разрабатывать культурно-образовательные мероприятия (в том числе экскурсии);</p> <p>ПК-5.7. Владеть техникой реализации различных форм культурно-образовательной деятельности.</p>

и показать готовность решать профессиональные задачи конкретных областей, сфер и типов деятельности, в том числе в рамках профессионального стандарта, примененного в данной основной профессиональной образовательной программе в целях определения необходимых профессиональных компетенций:

Области профессиональной деятельности	04 Культура, искусство
Сферы профессиональной деятельности	Деятельность по хранению музейных предметов и музейных коллекций в музеях; деятельность по учету музейных предметов в музеях; экскурсионная деятельность
Конкретный тип профессиональной деятельности	Технологический Проектный Культурно-просветительский
Применяемый профессиональный стандарт	04.003 Хранитель музейных ценностей 04.004 Специалист по учёту музейных предметов 04.005 Экскурсовод (гид)

2. Описание показателей, шкал и критериев оценивания степени достижения уровня планируемых результатов обучения по дисциплине на текущем этапе формирования компетенций

Критерии оценивания степени достижения уровня планируемых результатов обучения по дисциплине в ходе формирования компетенций представлены в таблице:

Планируемые результаты обучения по дисциплине	Показатели достижения заданного уровня результатов обучения по дисциплине как этапа формирования компетенций			
	Неудовлетворительно (не зачтено)	Удовлетворительно (зачтено)	Хорошо (зачтено)	Отлично (зачтено)
	недостаточный	Достаточный		
	Критерии оценивания результатов обучения по дисциплине			
ЗНАТЬ:	отсутствие знаний или фрагментарные знания	общие, но не структурированные знания	в целом сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	сформированные в рамках данного этапа систематические знания
УМЕТЬ:	отсутствие умений или частично освоенные умения	сформированные, но содержащие отдельные пробелы умения	в целом сформированные, но содержащее отдельные мало-значительные пробелы умения	полностью сформированные в рамках данного этапа умения
ВЛАДЕТЬ:	отсутствие владений или фрагментарные владения	сформированные, но содержащие отдельные	в целом сформированные, но содержащее отдельные мало-значительные	полностью сформированные в рамках данного этапа владения

		пробелы владения	пробелы владения	
--	--	---------------------	---------------------	--

3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, владений и (или) опыта деятельности, характеризующие достижение результатов обучения по дисциплине как этапа формирования установленных компетенций

3.1. Вопросы и задания для промежуточной аттестации (зачет) (Приложение 1).

3.2. Тестовые задания для промежуточной аттестации (зачет) (Приложение 2).

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений и (или) опыта деятельности, характеризующие достижение результатов обучения по дисциплине как этапа формирования установленных компетенций

Оценочные средства для промежуточной аттестации по дисциплине (далее ОС) являются компонентом ОПОП ВО и предназначены для осуществления контроля за этапами формирования компетенций. Достоверность результата сформированности компетенции обеспечивается при условии целостности ОС, используемой на этапе контроля.

Для промежуточной аттестации (зачёт) формируется перечень теоретических вопросов и практических задач. Каждое задание носит комплексный характер и контролирует все компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины.

В билет входят 2 теоретических вопроса и 1 практический (задача). Время на подготовку к ответу не более 40 минут. Обучающийся получает задание, готовится к ответу на вопросы и решает задачу, затем беседует с преподавателем.

Краткая характеристика оценочных средств промежуточного контроля для оценки сформированности компетенций на текущем этапе у обучающихся представлена в таблице:

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика процедуры оценивания	Представление оценочного средства в фонде
<i>зачет</i>			
1	Теоретические вопросы	Позволяют оценить теоретический уровень знаний по дисциплине у обучающегося	Вопросы к зачёту
2	Практические задания	Позволяют оценить практический уровень знаний, умений, владений обучающегося по дисциплине	Задачи к зачёту
3	Компьютерные тесты	Позволяют оценить общий уровень знаний, умений, владений обучающегося по дисциплине	Примерные тестовые задания

Процедуры промежуточной аттестации по дисциплине (зачет) могут проводиться в формате тестирования.

Процедура компьютерного тестирования проходит на платформе Moodle в соответствии с установленным расписанием и порядком автоконтроля. Тесты включают тестовые задания 1 типа (теоретические элементы компетенций - знания), тестовые задания

2 типа (практические элементы компетенций - умения), тестовые задания 3 типа (практические элементы компетенций - владения), автоматически располагаемые в свободном порядке.

Тест для проведения промежуточной аттестации по дисциплине включает не менее 25 тестовых заданий. Каждый правильный ответ оценивается автоматически в соответствии с установленной при загрузке тестов степенью сложности вопроса. Полученное количество баллов при тестировании учитывается в итоговой оценке по дисциплине в соответствии со шкалой балльно-рейтинговой оценки как оценка промежуточного аттестационного испытания.

Максимальное количество баллов промежуточного аттестационного испытания (в любом формате) в рамках балльно-рейтинговой системы университета составляет 30 баллов.

По результатам ответов на вопросы и задания билета и оценки за текущую работу в семестре преподаватель выставляет зачёт по дисциплине. Элементы оценивания при использовании балльно-рейтинговой системы (БРС) оценки для осуществления контроля по дисциплине представлены в таблице:

№	Наименование контрольных элементов	Количество баллов
1.	Текущий контроль (выполнение практических заданий и самостоятельных работ по программе дисциплины, посещаемость занятий)	0-70 баллов
2.	Промежуточный контроль (зачёт)	0-30 баллов

Итоговая оценка уровня освоения обучающимся дисциплины как совокупности освоенных компетенций, проявленных в достигнутой степени результата обучения по дисциплине, определяется путем суммирования баллов, полученных обучающимся по итогам текущего и промежуточного контроля, по шкале:

Установленный в ходе промежуточной аттестации уровень результатов обучения по дисциплине обучающегося	Формат итоговой оценки по дисциплине		
	Балльный формат	Текстовый формат	Цифровой формат
достаточный (высокая степень)	86 – 100	Зачтено (отлично)	5
достаточный (средняя степень)	71 – 85	Зачтено (хорошо)	4
достаточный (низкая степень)	61 – 70	Зачтено (удовлетворительно)	3
недостаточный (отсутствует)	< 61	Незачтено (неудовлетворительно)	1; 2

Итоговая оценка по дисциплине выставляется преподавателем в соответствующие графы зачетно-экзаменационной ведомости (в цифровом или текстовом формате, в том

числе с указанием баллов по 100-балльной шкале) и зачетную книжку студента (в цифровом или текстовом формате).

Вопросы и задания для промежуточной аттестации (зачёт)***Вопросы к зачёту***

1. Маркетинг и каналы коммуникации
2. Сущность и значение маркетинга в социально-культурной сфере.
3. Принципы, методы, виды музейного маркетинга
4. Комплекс музейного маркетинга: музейные услуги, маркетинговые коммуникации
5. Критерии эффективности музейного маркетинга
6. Музейная услуга как «товар» в структуре комплекса маркетинга
7. Современная реклама и ее задачи в области музейного дела.
8. Музейная аудитория как объект изучения
9. Понятие и цели маркетингового исследования.
10. Виды и этапы маркетингового исследования
11. Современная реклама и ее задачи в области музейного дела.
12. Социальное партнёрство в музее
13. Издательская деятельность музея и её продвижение
14. Сувенирная продукция музея и её продвижение

Задачи к зачету

№	Текст задачи
1.	Художественная галерея запланировала проведение выставки, приуроченной к началу нового тысячелетия и представляющей ряд произведений живописи и скульптуры, которые столетие назад экспонировались в рамках Всемирной выставки в Париже. С точки зрения маркетинга, идея представить творения таких знаменитых художников, как Пикассо и Матисс, наряду с произведениями их современников из России, Финляндии, Америки, Японии и Австралии, возможно, намного менее известных за пределами своих стран, казалась весьма привлекательной. Однако, несмотря на то, что публика охотно идет смотреть работы таких знаменитых мастеров, как Клод Монэ, она с некоторым подозрением относится к незнакомым ей именам, а согласно результатам предварительного исследования, лишь немногочисленные искусствоведы и редкие представители широкой публики имели представление о существовании большинства художников, работы которых экспонировались на выставке. Каким образом галерея могла обеспечить возмещение затрат на организацию выставки посредством привлечения максимально возможного числа посетителей?
2.	Краеведческий музей располагается в городе с древней историей, где бурными темпами идет современное строительство: археологи имеют право в сжатые сроки провести предварительное исследование выделенного под застройку участка, прежде чем строители приступят к работам, что часто приводит к интересным находкам. Археология чрезвычайно популярна среди жителей города, а одной из

	последних находок был древнеримский саркофаг: какую же пользу из всего этого музей может извлечь для себя?
3.	Получив дополнительные ресурсы, музей местного городка коренным образом переосмыслил и расширил свою постоянную экспозицию. Как это можно использовать для привлечения новой аудитории?
4.	Краеведческий музей располагался в районе новостроек большого города: никто не знал, ни где он находится, ни о том, как до него добраться, поскольку он располагался за пределами посещаемого туристами района. В миссию музея входило проведение просветительских программ для взрослого населения, однако денежными ресурсами на это музей не располагал. Каким образом музей мог заявить о своем существовании широкой публике, осуществляя в то же время свою миссию?
5.	Предложите свой вариант рекламы-вещания для историко-литературного музея г. Пушкин
6.	Предложите свой вариант рекламы-вещания для Государственного музея истории религии
7.	В национальном музее железнодорожного транспорта падает посещаемость. Проведенные исследования показывают, что три четверти посетителей музея - мужчины в возрасте 35-54 лет; одну треть составляют дети и менее одной десятой приходят в составе школьных групп. Каким образом можно расширить аудиторию музея?
8.	Приведите пример косвенной рекламы музея. Объясните принцип работы косвенной рекламы.
9.	Приведите пример проблемной статьи, которая выступала бы как реклама музея
10.	Приведите пример интервью, которое выступало бы рекламой музея

Тестовые задания для промежуточной аттестации (зачёт)

Примерные тестовые задания

УК-9, ПК-5

ЗНАТЬ

1. Слово «реклама» дословно переводится как:
Выберите один правильный ответ
а) выкрикивать;
б) продавать;
в) обманывать;
г) выставлять на показ.

2. Благотворительность — это дело и забота:
Выберите один правильный ответ.
а) государства;
б) бизнеса;
в) граждан.

3. Фандрайзинг — это:
Выберите один правильный ответ.
а) обеспечение основных фондов;
б) обеспечение оборотных средств;
в) обеспечение зарплаты исполнителям.

4. К технологии фандрайзинга относится:
Выберите один правильный ответ.
а) организация специальных событий и социальных мероприятий;
б) договор о совместной деятельности;
в) подготовка информационных материалов о проекте.

5. Набор поддающихся контролю переменных факторов маркетинга, совокупность которых фирма использует в стремлении вызвать желаемую ответную реакцию со стороны целевого рынка:
Выберите один правильный ответ
а) функция маркетинга
б) цель маркетинга
в) комплекс маркетинга

6. Маркетинг в сфере культуры:
Выберите один правильный ответ
а) принципиально иной, чем в коммерческой деятельности;
б) ничем не отличается от маркетинга других видов деятель-

в) включает в себя коммерческий маркетинг.

7. Маркетинговое исследование — это:

Выберите один правильный ответ.

- а) то же самое, что и «исследование рынка»;
- б) сбор, упорядочение, анализ и обобщение данных для обнаружения и решения различных маркетинговых проблем;
- в) постоянно действующая система сбора, классификации, анализа, оценки и распространения маркетинговой информации;
- г) исследование маркетинга текущая оценка.

8. Что из перечисленного НЕ характерно для современной ситуации в музейной сфере:

Выберите правильный ответ

- а) рынок приобретает роль арбитра, определяющего ценность и формирующего вкус текущей оценки;
- б) возникает экономика знаний;
- в) индустрия развлечений завоевывает особое положение;
- г) увеличивается роль государства.

9. Концепция «4 P» НЕ включает:

Выберите один правильный ответ

- а) продукцию;
- б) цену;
- в) время оборота товара или предоставления услуги
- г) содействие продвижению.

10. Представляет собой постоянный анализ потребностей рынка, что предшествует разработке эффективных товаров, предназначенных для конкретных покупателей и обладающих особыми свойствами, отличающими их от товаров конкурентов:

Выберите один правильный ответ

- а) Стратегический маркетинг;
- б) Практический маркетинг;
- в) Операционный маркетинг.

УМЕТЬ:

1. Маркетинг — это процесс, состоящий:

Выберите один правильный ответ

- а) из определения потребностей покупателей;
- б) из определения платежной способности покупателей;
- в) из желания покупателей

2. К задачам маркетинга относи(я)тся:

Выберите один правильный ответ.

- а) планирование товарного ассортимента и цен
- б) формирование спроса

- в) оба варианта верны
- г) нет верного ответа

3. Государственное регулирование деятельности в музейной сфере — это:

Выберите один правильный ответ

- а) принятие законодательных норм и гарантий;
- б) контроль выполнения законодательства;
- в) выделение средств государственного бюджета.

4. Маркетинг в сфере культуры:

Выберите один правильный ответ.

- а) принципиально иной, чем в коммерческой деятельности;
- б) ничем не отличается от маркетинга других видов деятельности;
- в) включает в себя коммерческий маркетинг.

5. Условием успешного фандрайзинга является:

Выберите один правильный ответ.

- а) хорошая реклама проекта;
- б) хорошая репутация и привлекательный имидж организации;
- в) большой круг личных знакомств.

6. Стратегия высоких цен применяется, как правило, к:

Выберите один правильный ответ.

- а) любому товару, находящемуся на стадии внедрения на рынок;
- б) товару, жизненный цикл которого вступил в стадию зрелости;
- в) новому, впервые появившемуся на рынке и защищенному патентом товару.

7. Согласно социологическому опросу, молодёжь получает информацию о музейных мероприятиях:

Выберите один правильный ответ.

- а) в Интернете;
- б) из периодических изданий;
- в) по радио;
- г) из наружной рекламы.

8. Форма организации музейной работы с посетителем, наиболее подходящая для тенденции геймофикации:

Выберите один правильный ответ.

- а) квест;
- б) кружок;
- в) флешмоб;
- г) конкурс.

9. Социальный маркетинг в музее проявляется в:

Выберите один правильный ответ.

- а) продаже посетителям товаров и услуг;
- б) привлечения ресурсов «извне»;
- в) оба ответа верны;
- г) оба ответа неверны.

10. Стратегии маркетинга эксклюзивных товаров и услуг строятся на:
Выберите один правильный ответ.
- а) эффекте Веблена;
 - б) эффекте сноба;
 - в) эффекте присоединения к большинству.

ВЛАДЕТЬ:

- 1. Назовите характерные особенности музейного маркетинга.
- 2. Дайте определение понятию маркетинговая стратегия музея
- 3. Какова разница между маркетингом и рекламой.
- 4. Назовите формы рекламной деятельности музеев.
- 5. Назовите источники финансирования музеев