



Принято
Решением Педагогического совета
АНПОО «МАНО»
Протокол № 01-01/35 от 30.08.2024

Утверждено
Ректор АНПОО «МАНО»



В.И. Гам

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«Маркетинг в сфере культуры и искусства»

для реализации дополнительной профессиональной программы
профессиональной переподготовки
«Менеджмент в сфере культуры и искусства»

СОДЕРЖАНИЕ

1. Паспорт рабочей программы учебной дисциплины
2. Требования к уровню освоения содержания учебной дисциплины
3. Структура и содержание дисциплины (модуля)
4. Методические указания для организации самостоятельной работы
5. Условия реализации программы
6. Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины
7. Приложения

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа учебной дисциплины является частью дополнительной профессиональной программы профессиональной переподготовки «Менеджмент в сфере культуры и искусства»

1.2. Место учебной дисциплины в структуре профессиональной образовательной программы

Данная учебная дисциплина относится к блоку профессиональных и специальных дисциплин.

1.3. Цели и задачи учебной дисциплины

Цель дисциплины: является овладение слушателями теоретическими и практическими навыками в области маркетинговых исследований и маркетинговой деятельности в сфере культуры и искусства.

Задачи дисциплины:

1. Раскрыть теоретические основы и специфику проведения маркетинговых исследований.
2. Дать понятие принципов, функций и концепций маркетинга в сфере культуры и искусства.
3. Сформировать понимание особенностей маркетинга в сфере культуры и искусства.
4. Освоение круга проблем, связанных взаимодействием учреждений культуры и внешней средой.
5. Изучение понятий рекламы, социально-психологических основ рекламы, правового регулирования рекламной деятельности, организации рекламных кампаний.

1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение примерной программы учебной дисциплины

Количество часов на освоение программы дисциплины: максимальной учебной нагрузки обучающегося – 18 часов, включая: обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 14 часов, самостоятельной работы обучающегося – 4 часа.

2. ТРЕБОВАНИЯ К УРОВНЮ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Компетенции, формируемые в рамках данной дисциплины:

- владеть культурой мышления, быть способным к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);

- быть способным находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готов нести за них ответственность (ОК-4);
- стремиться к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства (ОК-6);
- использовать основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, быть способным анализировать социально значимые проблемы и процессы (ОК-9);
- владением навыками, связанными с информационно-коммуникационными технологиями в образовании (ПК-8).

В результате освоения дисциплины слушатель должен **знать:**

- сущность, функции маркетинга и направления его использования в условиях рыночной экономики; организацию служб маркетинга в области культуры и искусства;
- необходимость проведения маркетинговых исследований для информационного обеспечения управления фирмой с целью доведения параметров товара до уровня требований потенциальных покупателей целевого рынка и создания должной степени его конкурентоспособности;
- основные направления в технологии маркетинга;
- основные понятия рекламы, ее сущность, цели, функции и задачи.

уметь:

- определять цели и задачи рекламы; определять задачи исследования рекламного рынка;
- анализировать данные исследования рекламного рынка; сегментировать и позиционировать рекламный рынок;
- использовать методы воздействия рекламы на потребителей; учитывать потребительские мотивы и факторы, влияющие на покупку;
- применять знания ФЗ «О рекламе», кодексов в практической деятельности; распознавать и применять приемлемые для фирмы рекламные средства; работать со СМИ и другими средствами распространения рекламы;

владеть:

- навыками по исследованию и анализу рекламного рынка;
- навыками поиска, сбора, систематизации, анализа и использования вторичной и первичной (оперативной) маркетинговой информации.

3. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

Объем часов (по наличию видов занятий)										Форма итогового контроля
Общая трудоемкость	Аудиторные занятия					Самостоятельная работа				
	Всего	Лекции	Семинарские (практические занятия)	Консультации	Другие виды занятий	Всего	Курсовая работа	Реферат	Другие виды самостоятель	
18	14	8	6			4			4	зачёт

ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Раздел дисциплины, содержание	Всего	Аудиторные			Самостоятельная работа слушателей	Формы межсессионного контроля
		Лекции	Семинарские (практические занятия)	Лабораторный практикум		
Тема 1. Маркетинговая стратегия управления	6	2	2		2	
Тема 2. Реклама и ее функционирование в сфере культуры	8	4	2		2	
Тема 3. Информационные технологии как средство продвижения услуг в сфере культуры и искусства	4	2	2			
Всего по дисциплине	18	8	6		4	зачёт

Основное содержание дисциплины:

Тема 1. Маркетинговая стратегия управления

Маркетинг. История возникновения маркетинга. Внешние элементы комплекса маркетинга. Конъюнктура рынка и ее основные элементы. Конкуренты. Товар в системе социокультурного маркетинга. Группы услуг. Фандрайзинг.

Тема 2. Реклама и ее функционирование в сфере культуры

Реклама: определение и историческое развитие. Особенности рекламы в сфере культуры. Различие сущности рекламы, прямого маркетинга и

общественных отношений. Особенности организации рекламной деятельности в организации.

Тема 3. Информационные технологии как средство продвижения услуг в сфере культуры и искусства

Электронная коммерция. Программа развития электронной торговли. Инструменты интернет-маркетинга. Интернет как маркетинговая поддержка компании. Использование сети Интернет в маркетинговой деятельности. Стратегии продвижения услуг.

4. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся. Ознакомиться с рабочей программой дисциплины можно на вводной лекции из её представления преподавателем или самостоятельно на официальном Интернет-сайте Академии. Следует обратить внимание на список основной и дополнительной литературы, которая имеется в электронной библиотечной системе на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения. Подготовка к учебному занятию лекционного типа.

Обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса:

- 1) знакомит с новым учебным материалом;
- 2) разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- 3) систематизирует учебный материал;
- 4) ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу. Подготовка к занятию семинарского типа.

При подготовке и работе во время проведения занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: процесс

предварительной подготовки, работа во время занятия, обработка полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического занятия, техники безопасности при работе в аудитории.

Для более углубленного изучения темы предлагаются задания для самостоятельной работы, их рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

5.1. Организационно-педагогические требования, обеспечивающие реализацию Программы

Условия реализации Программы в АНПОО «МАНО» обеспечивают реализацию ППО в полном объеме, соответствие качества подготовки слушателей установленным требованиям.

Продолжительность учебного часа теоретических и практических занятий составляет один академический час (45 минут).

5.2. Кадровые требования, обеспечивающие реализацию Программы

Реализация Программы обеспечивается высококвалифицированными педагогическими и научно-педагогическими кадрами, имеющими достаточный опыт работы в области профессиональной деятельности, соответствующей преподаваемому учебному предмету, курсу, дисциплине (модулю), состоящими в штате АНПОО «МАНО» или привлекаемыми.

5.3. Материально-технические условия реализации Программы

Программа реализуется в заочной (без отрыва от производства)/очно-заочной форме с использованием в соответствии с частью 2 статьи 13 Федерального закона от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» электронного обучения, а также дистанционных образовательных технологий.

Под дистанционными образовательными технологиями понимаются образовательные технологии, реализуемые с применением информационно-телекоммуникационных сетей при опосредованном (на расстоянии) взаимодействии слушателей и педагогических работников.

Для реализации учебной дисциплины с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий созданы условия для функционирования электронной информационно-образовательной среды, включающей в себя электронные информационные ресурсы, электронные образовательные ресурсы, совокупность информационных технологий, телекоммуникационных технологий, соответствующих технологических

средств, которые обеспечивают освоение слушателями ППО в полном объеме, независимо от места нахождения.

Дистанционный курс проходит на виртуальной образовательной платформе CMS (LMS) Moodle (по лицензии GNU GPL). Система расположена на сервере организации под управлением ОС Linux Debian 9 с СУБД MYSQL.

Идентификация пользователей осуществляется с помощью уникального логина и пароля. Работа организована на широкополосных высокочастотных каналах передачи данных. Предусматривается организация дистанционной поддержки преподавателям и обучающимся.

При реализации Программы с применением электронного обучения и дистанционных технологий местом осуществления образовательной деятельности является место нахождения АНПОО «МАНО» независимо от места нахождения слушателя.

Для организации самостоятельного продвижения слушателей в программе: лекционные материалы, дополнительные материалы, методические рекомендации по организации индивидуальной работы слушателей, задания для самопроверки, требования к оформлению итоговых работ, задания для итоговой аттестации. Сопровождение самостоятельной работы слушателей предполагает согласование индивидуальных планов работы (виды и темы заданий, сроки представления результатов); проведение индивидуальных и групповых консультаций; промежуточный контроль хода выполнения заданий; оценка результатов выполнения заданий.

Эффективное использование электронных образовательных ресурсов возможно при условии наличия качественного доступа слушателей к информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Слушатели, выполняя задания, предусмотренные программой при необходимости, имеют возможность обратиться к педагогическим работникам за помощью.

5.4. Информационно-методическое обеспечение реализации Программы

Образовательный процесс в АНПОО «МАНО» в полном объеме обеспечен электронными учебниками, учебно-методической литературой и материалами по всем учебным дисциплинам Программы, имеется доступ к печатным и электронным образовательным ресурсам (ЭОР), в том числе к электронным образовательным ресурсам, размещенным в федеральных и региональных базах данных ЭОР. Подключение библиотеки к Интернету обеспечивает удаленный доступ к электронным каталогам и полнотекстовым базам. Перечень используемых источников, учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы предоставляется слушателям.

Используются следующие информационные технологии и информационные справочные системы:

- проведение онлайн занятий через ПО BigBlueButton с использованием слайд-презентаций, демонстрации видео и графических материалов;
- проведение занятий и проверка знаний с использованием СДО Moodle;
- офисные программы Windows; Linux, Microsoft Office; LibreOffice, Adobe Reader, Mozilla Firefox;

По всем темам дисциплины разработаны:

- электронные презентации для проведения лекционных и практических занятий;
- используется составленная фильмотека по отдельным темам учебного курса;
- имеется комплект видеороликов для наглядного представления вопросов при изучении ряда тем учебной дисциплины.

5.5. Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Друкер П. Ф. Менеджмент в некоммерческой организации: принципы и практика. — М.: Изд. Дом «Вильямс», 2007.
2. Дымникова А. И. Философия и технология маркетинга в культуре // Справочник руководителя учреждения культуры. — 2008. №11. — С. 28-41.
3. Колбер Ф. и др. Маркетинг культуры и искусства / под ред. М. Наймарк. — СПб.: изд. А. И. Васина, 2004.
4. Котлер Ф., ШеффДж. Все билеты проданы. Стратегии маркетинга исполнительских искусств. — М., 2004.
5. Кузьмина Н. Б. Эндаументы как долгосрочный инструмент развития вуза. В сб.: Бирюков Е. С., Дегтерев Д. А., Стельмах А. В. (ред.-сост.). Теория и практика функционирования фондов целевого капитала в высшем образовании России. — М., 2010. — С. 7-16.
6. Лаврова С. Н. Распределение доходов от целевого капитала. В сб.: Рубашкина С. А. (ред.-сост.). Актуальные вопросы внедрения целевого капитала некоммерческих организаций в российскую практику. — М., 2008. — С. 106-117.
7. МакальскаяМ.Л., ПирожковаМ.П. Некоммерческие организации в России. Создание. Права. Налоги. Учет. Отчетность. — М.: Дело и сервис, 2011.
8. Маслов В. Л. Спонсорство как инструмент коммуникаций // Маркетинг в России и за рубежом. — 1998. — № 3.
9. Михеева Н. А., Галенская Л. Н. Менеджмент в СКС: Учебное пособие. — СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2000.
10. Морозова Е. Я., Тихонова Э. Д. Экономика и организация предприятий социально-культурной сферы: Учебное пособие. — СПб.: Изд-во Михайлова, 2002.
11. Тульчинский Г. Л., Шекова Е. Л. Менеджмент в сфере культуры. — СПб.: Планета Музыки, 2009.

Дополнительные источники:

1. Багиев Г.Л. и др. Маркетинг: Учебник для вузов/ Г.Л. Багиев, В.М. Тарасевич, Х.А. Анн: Под общ. ред. Г.Л. Багиева. — М.: «Экономика», 1999. С. 69.
2. Белецкий А. Маркетинг и логистика: конфликт или взаимодействие. www.e-executive.ru или www.advertology.ru/article50656.htm
3. Бурцева Т.А., Сизов В.С., Цень О.А. Управление маркетингом: Учебное пособие. — М.: Экономика.
4. Волкова Л.А. Стимулирование сбыта. Более подробно на авторском сайте: http://m-arket.narod.ru/Promo/S_Promo.html.
5. Гольдштейн Г.Я., Катаев А.В. Маркетинг: Учебное пособие для магистрантов. — Таганрог: Изд-во ТРТУ, 1999.
6. Маркетинг /Под ред. М.Бейкера. — СПб: Питер, 2002. С. 115.
7. Маркетинг: Учеб. Для студентов, обучающихся по специальности 061500 «Маркетинг»/ А.П. Панкрухин; Гильдия маркетологов. — 5-е изд. — М.: Омега-Л Панкрухин А.П. Маркетинг территорий// Рекламодатель: теория и практика, № 1 за 2002 год, или: www.marketologi.ru/lib/m_arkterr.html
8. Марченко Т.А. Потребность как социальное явление. — М.: Высшая школа, 1990. С. 235.
9. Наумов В.Н. Развитие методов и моделей управления стратегиями в вертикально-интегрированных маркетинговых системах. Монография. - СПб.: Издательство СПбГУЭФ, 2008. С. 177.

6. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение программы, в том числе отдельной части (модуля) или всего объема темы, сопровождается текущим контролем успеваемости, промежуточной и итоговой аттестацией слушателей. Формы и порядок текущего контроля, промежуточной и итоговой аттестации определяются при разработке программы целесообразно ее целевым установкам и доводятся до сведения слушателей в начале обучения.

Текущий контроль - процесс определения степени владения и/или усвоения слушателями изучаемого учебного материала в ходе семинарских (практических) занятий в соответствии с содержанием программы. Цель текущего контроля - обеспечение обратной связи между актуальными знаниями и умениями обучающихся и планируемыми результатами обучения в рамках изучения определенной темы, модуля программы для реализации преподавателем контрольно-корректировочной деятельности.

Система текущего контроля включает: контроль знаний, умений, навыков, усвоенных в данном курсе в форме контрольной работы, индивидуального собеседования; выполнения заданий в ходе практических работ; исследовательского, творческого проекта; решения кейсов.

Показатели и шкала оценивания формы контроля – устное сообщение, собеседование, решение кейса, тестирование в Приложении 3. Формы, виды, средства осуществления текущего контроля ориентированы на реализацию компетентностного подхода, определяются посредством учета планируемых результатов обучения, структуры и логики программы.

Промежуточная аттестация - процесс определения уровня достижения слушателями планируемых результатов обучения в завершении освоения структурно-логического компонента. Цель промежуточной аттестации - обеспечение обратной связи между образовательными результатами, достигнутыми слушателями, и планируемыми результатами обучения по отдельной части курса (модуля) для установления фактического уровня ее освоения слушателями. Система промежуточной аттестации предполагает: зачет, зачет с оценкой или экзамен. Показатели и шкала оценивания форм контроля в Приложении 3.

Формы, виды, средства осуществления промежуточной аттестации ориентированы на реализацию компетентностного подхода, определяются посредством учета планируемых результатов обучения, структуры и логики программы*.

Итоговая аттестация - форма оценки степени и уровня освоения слушателями образовательной программы. Итоговая аттестация для слушателей, завершающих обучение по программе, является обязательной. Итоговая аттестация проводится с использованием ДОТ. Итоговая аттестация слушателей осуществляется аттестационной комиссией. Итоговая аттестация планируется с учетом организационной целесообразности и возможности наиболее эффективно оценить и проанализировать качество освоения (соответствие результатов освоения слушателями заявленным целям и планируемым результатам обучения). Формы, виды, средства осуществления промежуточной аттестации ориентированы на реализацию компетентностного подхода, определяются посредством учета планируемых результатов обучения, структуры и логики программы**. Итоговая аттестация проводится в форме зачета. В рамках организации работы над индивидуальной научно-методической темой слушатели выполняют по выбору одно из трех предложенных заданий, включающих теоретическую и практическую часть. Выполняется итоговая работа в соответствии с Требованиями к итоговой аттестационной работе. Конкретную тему итоговой работы слушатель формулирует самостоятельно в пределах содержания программы***.

* Примерные задания для текущего контроля в приложении 1.

** Примерные задания для итогового контроля в приложении 2.

*** Критерии оценивания заданий промежуточной и итоговой аттестации в приложении 3.

Примерные задания для промежуточной аттестации (тесты)

1. Потребность - это?

- а) количество денег, которое потребитель может использовать для удовлетворения своих нужд;
- б) нужда, воплощенная в какую-то конкретную форму;
- в) товар, который способен удовлетворить нужду потребителя;
- г) все ответы верны.

2. В маркетинге товар понимается как?

- а) продукт товара, произведенный для обмена;
- б) физический объект;
- в) набор свойств, позволяющих решить проблемы потребителя;
- г) все ответы верны.

3. Комплекс маркетинга-микс включает в себя?

- а) управление предприятием;
- б) совокупность инструментов (товар, цена, сбыт, продвижение);
- в) выбор условий реализации товара;
- г) все ответы верны.

4. К функциям маркетинга не относится:

- а) комплексное исследование рынка;
- б) разработка и планирование ассортимента;
- в) организация производства продукции;
- г) сбыт и распределение.

5. Маркетинговая среда предприятия является?

- а) частью его микросреды;
- б) частью его макросреды;
- в) совокупность микро и макросреды;
- г) все ответы верны.

6. Понятие макросреды отражает?

- а) силы, влияющие на деятельность предприятия непосредственно;
- б) силы, не влияющие на деятельность предприятия;
- в) силы, влияющие на микросреду, в которой работает производитель;
- г) все ответы верны.

7. Микросреда фирмы - это?

- а) набор свойств товара;
- б) функциональные структуры предприятия;
- в) формальные и неформальные группы;
- г) силы и субъекты, на которые фирма может влиять.

8. Макросреда фирма - это?

- а) набор свойств товара;
- б) функциональные структуры предприятия;
- в) формальные и неформальные группы;
- г) силы и субъекты, на которые фирма не может влиять;

9. К микросреде предприятия относится?

- а) средства массовой информации;
- б) население всей страны;
- в) торговые организации;
- г) все ответы верны.

Приложение 2

Примерные задания для итоговой аттестации (методическая разработка)

Составьте реферат на одну из предложенных тем:

1. Анализ конкурентоспособности продукции, анализ конкурентоспособности фирмы. Оценка конкурентных возможностей фирмы.
2. Виды проектов маркетинговых исследований.
3. Внешняя и внутренняя информация.
4. Задачи маркетинговых исследований.
5. Изучение и анализ факторов внешней макро и микросреды.
6. Изучение форм и методов коммерческой и маркетинговой работы фирмы.
7. Индивидуальные и организованные потребители и основные группы мотиваций их покупательского поведения.
8. Классификация типов рынков.
9. Комплексное изучение рынка.
10. Конъюнктурный и стратегический анализ рынка факторов внешней макро и микросреды.
11. Направления маркетингового анализа потребителей.
12. Нужды и потребности.
13. Объекты и субъекты маркетинговых исследований.
14. Основные показатели анализа условий рынка.
15. Основные цели маркетинговых исследований.
16. Первичные и вторичные источники информации.

Показатели и шкала оценивания формы контроля – устное сообщение, собеседование, решение кейса, тестирование.

Шкала оценивания	Описание критерия для устного сообщения, собеседования (в т.ч. онлайн, оффлайн)	Критерии для контрольной работы, кейса, теста
5 «отлично»	-обучающийся полно излагает материал, дает правильное определение основных понятий; -обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только из учебника, но и самостоятельно составленные; -излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.	Правильный ответ не менее чем на 84% заданий
4 «хорошо»	- обучающийся дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для отметки «5», но допускает 1-2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1-2 недочета в последовательности и языковом оформлении излагаемого.	Правильный ответ не менее чем на 67% заданий
3 удовлетворительно	обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но: -излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; -не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; -излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого.	Правильный ответ не менее чем на 50% заданий
2 неудовлетворительно	-обучающийся обнаруживает незнание большей части соответствующего вопроса, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.	Правильный ответ менее чем на 50% заданий.

Показатели и шкала оценивания формы контроля – Зачет

Шкала оценивания	Описание критерия
Зачтено (выполнено более 50% заданий)	В освещении вопросов не содержится грубых ошибок, самостоятельно выполнена практическая часть заданий, выполнены требования к оформлению задания и срокам его сдачи.
Не зачтено Выполнено менее 50 % заданий	Обучающихся не справился с заданием (выполнено менее 50% задания), нераскрыто основное содержание вопросов, имеются грубые ошибки в выполнении практической части задания, а также работа выполнена несамостоятельно.

Показатели и шкала оценивания формы контроля — Зачет с оценкой:

- 2 (неудовлетворительно) – выполнено правильно меньше 50% заданий;
- 3 (удовлетворительно) – больше либо равно 50%, но меньше 70%;
- 4 (хорошо) – больше либо равно 70%, но меньше 85%;
- 5 (отлично) – не менее 85%.

Показатели и шкала оценивания формы контроля – Экзамен

Оценка	Критерии для оценивания экзамена (т.ч. онлайн, оффлайн)
5 «отлично»	Обучающийся демонстрирует: – глубокие, всесторонние и аргументированные знания программного материала; – полное понимание сущности и взаимосвязи рассматриваемых процессов и явлений, точное знание основных понятий, в рамках обсуждаемых заданий; – способность устанавливать и объяснять связь практики и теории; – логически последовательные, содержательные, конкретные и исчерпывающие ответы на все задания билета, а также дополнительные вопросы экзаменатора; – умение решать практические задания; – свободное использование в ответах на вопросы материалов рекомендованной основной и дополнительной литературы.
4 «хорошо»	Обучающийся демонстрирует: – знание и понимание основных вопросов контролируемого объема программного материала; – твердые знания теоретического материала. -способность устанавливать и объяснять связь практики и теории, выявлять противоречия, проблемы и тенденции развития; – правильные и конкретные, без грубых ошибок, ответы на поставленные вопросы; – умение решать практические задания, которые следует выполнить. – владение основной литературой, рекомендованной программой дисциплины; – наличие собственной обоснованной позиции по обсуждаемым вопросам. Возможны незначительные оговорки и неточности в раскрытии отдельных положений вопросов билета, присутствует неуверенность в ответах на дополнительные вопросы.
3 «удовлетворительно»	Обучающийся демонстрирует: – знания теоретического материала; – неполные ответы на основные вопросы, ошибки в ответе, недостаточное понимание сущности излагаемых вопросов; – неуверенные и неточные ответы на дополнительные вопросы. – недостаточное владение литературой, рекомендованной программой дисциплины;

	– умение, без грубых ошибок, решать практические задания, которые следует выполнить.
2 «неудовлетворительно»	Обучающийся демонстрирует: – существенные пробелы в знаниях учебного материала; – допускаются принципиальные ошибки при ответе на основные вопросы билета, отсутствует знание и понимание основных понятий и категорий; – непонимание сущности дополнительных вопросов в рамках заданий билета; – отсутствие умения выполнять практические задания, предусмотренные программой дисциплины; – отсутствие готовности (способности) к дискуссии и низкую степень контактности

Шкала оценивания в зависимости от уровня сформированности компетенций

Уровень сформированности компетенций

Результаты освоения	1. Недостаточный: компетенции не сформированы	2. Пороговый: компетенции сформированы	3. Продвинутый: компетенции сформированы	4. Высокий: компетенции сформированы
Знать:	Знания отсутствуют.	Сформированы базовые структуры знаний.	Знания обширные, системные.	Знания твердые, аргументированные, всесторонние.
Уметь:	Умения не сформированы	Умения фрагментарны и носят репродуктивный характер.	Умения носят репродуктивный характер применяются к решению типовых заданий.	Умения успешно применяются к решению как типовых, так и нестандартных творческих заданий.
Владеть:	Навыки не сформированы	Демонстрируется низкий уровень самостоятельности практического навыка.	Демонстрируется достаточный уровень самостоятельности устойчивого практического навыка.	Демонстрируется высокий уровень самостоятельности, высокая адаптивность практического навыка.

Критерии оценивания тестовых работ

Оценка за контроль ключевых компетенций слушателей производится по пятибалльной системе. При выполнении заданий ставится отметка:

«3» - за 50-70% правильно выполненных заданий,

- «4» - за 70-85% правильно выполненных заданий,
 «5» - за правильное выполнение более 85% заданий.

Требования, предъявляемые к методической разработке и ее оформлению

Вид	1. информационная (методическое описание, комментарий, аннотация, листовка, бюллетень, рецензия, реферат, анализ, положение, памятка, инструкция); 2. практико-ориентированная (программа, проект, разработка конкретного урока, темы программы, разработка методики преподавания предметов, разработка форм, методов или средств обучения и воспитания, тематическая подборка материалов, задачник, сборник упражнений).
Требования к содержанию	1. содержание методической разработки должно четко соответствовать теме и цели конкретного занятия, программы, методики и т. д.; 2. содержание методической разработки должно быть понятным и применимым на практике в любых условиях; 3. методические разработки не должны повторять содержание учебников, учебных программ и иных методических разработок других авторов; 4. материал должен быть систематизирован, изложен максимально просто и четко; 5. язык методической разработки должен быть лаконичным, грамотным, убедительным. Применяемая терминология должна соответствовать общепринятой в педагогике; 6. рекомендуемые методы, методические приемы, формы и средства обучения должны подкрепляться описанием педагогического опыта; 7. методическая разработка должна содержать конкретные материалы, которые может использовать педагог в своей работе (карточки задания, планы уроков, инструкции для проведения лабораторных работ, карточки схемы, тесты, уровневые задания и т.д.).
Структура	1. Вводная часть -автор разработки, должность, место работы; -название разработки. -название и форма проведения дела (урок, выставка ученических работ, педагогический совет и т. д.); -пояснительная записка: -цели и задачи проводимого дела; -целевая категория (возраст детей, группа детей, группа педагогов и пр.); -условия для проведения; -оборудование и оформление; 2. Основная часть --сценарный план, ход проведения дела. 3. Список использованной литературы; 4. Приложения (ссылки на источники дополнительного материала, подбор сопровождающих материалов, таблиц, схем).
Требования к оформлению	1. объем – не более 10 страниц машинописного текста; 2. размеры полей левое –2 см, правое –1см, нижнее - 2 см, верхнее – 2 см. 3. шрифт Times New Roman (14), интервал полуторный; 4. страницы необходимо нумеровать арабскими цифрами, соблюдая сквозную нумерацию по всему тексту. Номер страницы проставляется посередине верхнего поля без точки в конце; 5. на первой странице размещается титульный лист; 6. список использованных источников в алфавитном порядке в соответствии с требованиями, предъявляемыми к оформлению литературы.

Критерии оценки	1. Соответствие предложенной структуре 2. Четкая постановка целей и задач 3. Раскрытие темы (полнота, ясность) 4. Отражение в работе своего опыта; 5. Грамотность изложения и оформления Каждый критерий оценивается в баллах от 1 до 10. Слушатель получает отметки по системе: 0 – 29 баллов – не зачтено; 30 – 50 баллов – зачтено.
--------------------	---