

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Усынин Максим Валерьевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 24.07.2025 17:25:04

Уникальный программный ключ:

f498e59e83f65dd7c3ce7bb8a25cbbabb33ebc58

**Частное образовательное учреждение высшего образования
«Международный Институт Дизайна и Сервиса»
(ЧОУВО МИДиС)**

Кафедра экономики и управления

**ФОНД
ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО
КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ
АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

**ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИЯТИЙ ИНДУСТРИИ СОБЫТИЙ
И КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ**

Направление подготовки: 43.03.01 Сервис

Направленность (профиль): Продюсирование и маркетинг мероприятий

Квалификация выпускника: Бакалавр

Год набора – 2025

Автор-составитель: Бодрова Е.Г.

Челябинск 2025

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.....	3
2. Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания	4
3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы	6
4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.....	20

1. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ С УКАЗАНИЕМ ЭТАПОВ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины «Экономика предприятий индустрии событий и креативных индустрий» направлен на формирование следующих компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенций
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Знает методики сбора, обработки и обобщения информации, методики системного подхода для решения поставленных задач УК-1.2. Умеет анализировать и систематизировать разнородные данные, осуществлять критический анализ и синтез информации, полученной из разных источников, оценивать эффективность процедур анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности УК-1.3. Владеет методами научного сбора, обработки и обобщения информации, практической работы с информационными источниками; методами системного подхода для решения поставленных задач
УК-9 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9.1. Знает базовые принципы функционирования экономики; оценивает цели и механизмы государственной социально-экономической политики и ее влияния на субъекты экономики УК-9.2. Умеет использовать методы экономического и финансового планирования для достижения поставленной цели УК-9.3. Владеет финансовыми инструментами для управления личными финансами, контролирует собственные экономические и финансовые риски
ОПК-5. Способен принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности	ОПК-5.1. Определяет, анализирует и оценивает производственно-экономические показатели предприятий сервиса ОПК-5.2. Принимает экономически обоснованные управленческие решения ОПК-5.3. Обеспечивает экономическую эффективность сервисной деятельности предприятия

№ п/п	Код компетенций	Наименование компетенций	Этапы формирования компетенций
1.	УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход	<i>1 Этап – знать:</i> методики сбора, обработки и обобщения информации; методики системного подхода для решения поставленных задач <i>2 Этап – уметь:</i> анализировать и систематизировать разнородные данные; осуществлять критический анализ и синтез информации, полученной из разных

		для решения поставленных задач	источников; оценивать эффективность процедур анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности
			<i>3 Этап – владеть:</i> методами научного сбора, обработки и обобщения информации; практической работы с информационными источниками; методами системного подхода для решения поставленных задач
2.	УК-9	Способен принимать обоснованные экономические решения различных областях жизнедеятельности	<i>1 Этап – знать:</i> базовые принципы функционирования экономики; оценивает цели и механизмы государственной социально-экономической политики и ее влияния на субъекты экономики <i>2 Этап – уметь:</i> использовать методы экономического и финансового планирования для достижения поставленной цели; <i>3 Этап – владеть:</i> финансовыми инструментами для управления личными финансами, контролирует собственные экономические и финансовые риски
3.	ОПК-5	Способен принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности	<i>1 Этап – знать:</i> инструменты анализа и оценки производственно-экономических показателей предприятий сервиса <i>2 Этап – уметь:</i> принимать экономически обоснованные управленческие решения; <i>3 Этап – владеть:</i> методами обеспечения экономической эффективность сервисной деятельности предприятия

2. ПОКАЗАТЕЛИ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ НА РАЗЛИЧНЫХ ЭТАПАХ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ

№ п/п	Код компетенций	Наименование компетенций	Этапы формирования компетенций	Шкала оценивания
1.	УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	<i>1 Этап – знать:</i> методики сбора, обработки и обобщения информации; методики системного подхода для решения поставленных задач <i>2 Этап – уметь:</i> анализировать и систематизировать разнородные данные;	<i>Оценка «Отлично»:</i> 1. Глубокое и прочное усвоение программного материала. 2. Правильная формулировка экономических категорий и закономерностей. 3. Знание классификаций, применяемых в финансовом менеджменте. 4. Знание основных

			<p>осуществлять критический анализ и синтез информации, полученной из разных источников; оценивать эффективность процедур анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности</p> <p>3 Этап – владеть: методами научного сбора, обработки и обобщения информации; практической работы с информационными источниками; методами системного подхода для решения поставленных задач</p>	<p>показателей.</p> <p>5. Точность и обоснованность выводов.</p> <p>6. Безошибочное выполнение практического задания.</p> <p>7. Точные, полные и логичные ответы на дополнительные вопросы.</p> <p><i>Оценка «Хорошо»:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Хорошее знание программного материала. 2. Недостаточно полное изложение теоретического вопроса экзаменационного билета. 3. Наличие незначительных неточностей в употреблении терминов, классификаций. 4. Знание основных показателей. 5. Неполнота представленного иллюстративного материала. <p>6. Точность и обоснованность выводов.</p> <p>7. Логичное изложение вопроса, соответствие изложения научному стилю.</p> <p>8. Негрубая ошибка при выполнении практического задания.</p> <p>9. Правильные ответы на дополнительные вопросы.</p> <p><i>Оценка «Удовлетворительно»:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Поверхностное усвоение программного материала. 2. Недостаточно полное изложение теоретического вопроса экзаменационного билета. 3. Затруднение в приведении примеров, подтверждающих теоретические положения. 4. Наличие неточностей в употреблении терминов, классификаций. 5. Неумение четко сформулировать выводы. 6. Отсутствие навыков научного стиля изложения.
2.	УК-9	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	<p>1 Этап – знать: базовые принципы функционирования экономики; оценивает цели и механизмы государственной социально-экономической политики и ее влияния на субъекты экономики</p> <p>2 Этап – уметь: использовать методы экономического и финансового планирования для достижения поставленной цели;</p> <p>3 Этап – владеть: финансовыми инструментами для управления личными финансами, контролирует собственные экономические и финансовые риски</p>	<p>1 Этап – знать: базовые принципы функционирования экономики; оценивает цели и механизмы государственной социально-экономической политики и ее влияния на субъекты экономики</p> <p>2 Этап – уметь: использовать методы экономического и финансового планирования для достижения поставленной цели;</p> <p>3 Этап – владеть: финансовыми инструментами для управления личными финансами, контролирует собственные экономические и финансовые риски</p>

3.	ОПК-5	Способен принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности	<i>1 Этап – знать:</i> инструменты анализа и оценки производственно-экономических показателей предприятий сервиса	<i>7. Грубая ошибка в практическом задании.</i> <i>8. Неточные ответы на дополнительные вопросы.</i> <i>Оценка «Неудовлетворительно»:</i> 1. Незнание значительной части программного материала. 2. Неспособность объяснить основные статистические категории и закономерности. 3. Неумение выделить главное, сделать выводы и обобщения. 4. Грубые ошибки при выполнении практического задания. <i>Неправильные ответы на дополнительные вопросы.</i>
			<i>2 Этап – уметь:</i> принимать экономически обоснованные управленические решения;	
			<i>3 Этап – владеть:</i> методами обеспечения экономической эффективность сервисной деятельности предприятия	

3. ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1 ЭТАП – ЗНАТЬ:

Темы докладов с презентацией:

Тема 1. Принципы организации экономики предприятий индустрии событий и креативных индустрий

1. Особенности экономической модели предприятий в индустрии событий: ключевые принципы и подходы.
2. Роль творческого капитала в организации экономики креативных индустрий.
3. Цифровизация как основной принцип оптимизации экономики предприятий индустрии событий.
4. Баланс между коммерческой выгодой и культурной значимостью в деятельности креативных предприятий.
5. Эффективные стратегии управления затратами в организациях индустрии событий.
6. Принципы формирования устойчивой бизнес-модели в креативных индустриях.
7. Влияние глобализации на организацию экономики предприятий индустрии событий.
8. Особенности ценообразования в креативных индустриях: принципы и методы.
9. Инновационные подходы к привлечению инвестиций в предприятия индустрии событий.
10. Роль маркетинговых принципов в повышении экономической эффективности креативных проектов.

Тема 5. Трудовые ресурсы на рынке креативных услуг

1. Особенности труда в креативных индустриях: гибкость, инновации и эмоциональный капитал.
2. Роль профессиональной квалификации и портфолио при трудоустройстве в креативной сфере.
3. Фриланс как основная форма занятости на рынке креативных услуг: преимущества

и вызовы.

4. Мотивация трудовых ресурсов в креативных индустриях: финансовые и нематериальные стимулы.

5. Влияние цифровизации на формирование и развитие трудовых ресурсов в креативной экономике.

6. Проблемы привлечения и удержания талантов в условиях высокой конкуренции на рынке креативных услуг.

7. Гибкие форматы работы в креативных индустриях: удалённая работа, аутсорсинг и проектная занятость.

8. Роль гибких навыков (soft skills) для успешной карьеры в креативной сфере.

9. Образование и переподготовка трудовых ресурсов в условиях быстрого изменения трендов креативных индустрий.

10. Креативные профессии будущего: какие компетенции будут востребованы?

11. Специфика управления трудовыми ресурсами в малых и средних предприятиях креативной индустрии.

12. Эмоциональное выгорание в творческих профессиях: причины, последствия и методы профилактики.

13. Роль коллaborаций и командной работы в развитии трудовых ресурсов креативных индустрий.

Тема 7. Цифровая экономика и креативные индустрии

1. Влияние цифровых технологий на трансформацию креативных индустрий: новые возможности и вызовы.

2. Роль искусственного интеллекта в автоматизации процессов и повышении эффективности креативных услуг.

3. NFT и блокчейн как драйверы развития искусства и медиа в цифровой экономике.

4. Цифровые платформы как основной инструмент монетизации креативных продуктов и услуг.

5. Особенности работы фрилансеров в условиях цифровой экономики: глобальные рынки и удалённое взаимодействие.

6. Использование больших данных (Big Data) для анализа тенденций и прогнозирования спроса в креативных индустриях.

7. Гибридные форматы мероприятий (онлайн + офлайн): роль технологий в их организации и продвижении.

8. Цифровизация образования в креативных индустриях: онлайн-курсы, мастер-классы и обучающие платформы.

9. Социальные сети как ключевой канал продвижения креативных услуг в цифровой экономике.

10. Экономика контента: создание, распространение и монетизация цифрового контента в креативных индустриях.

11. Роль виртуальной и дополненной реальности (VR/AR) в развитии новых форматов развлечений и искусства.

12. Программатик-реклама и её значение для маркетинговых стратегий в креативных индустриях.

13. Кибербезопасность и защита интеллектуальной собственности в условиях цифровой экономики.

14. Трансграничные операции и налоговые аспекты работы креативных предприятий в цифровой среде.

15. Стартапы в креативных индустриях: как технологии помогают развивать инновационные бизнес-идеи.

16. Устойчивое развитие и экологичность в цифровой экономике: влияние на креативные индустрии.

Мультимедийные презентации используются для того, чтобы обучающийся смог наглядно продемонстрировать визуальные (табличные, графические) материалы, освоенные в ходе самостоятельной и практической работы по определенной теме.

Общие требования к презентации:

Презентация не должна быть меньше 10 слайдов.

Первый слайд – титульный лист, на котором обязательно должны быть представлены: тема; фамилия, имя, автора, номер учебной группы;

Второй слайд – содержание, где представлены основные вопросы, разобранные в ходе изучения темы. Желательно, чтобы из содержания по гиперссылке можно было перейти на необходимую страницу и вернуться вновь на содержание.

В структуре презентации необходимо использовать: графическую и анимационную информацию: схемы, таблицы, диаграммы и т.д.

Последний слайд демонстрирует список ссылок на используемые информационные ресурсы.

Вопросы для проведения дискуссии

Тема 6. Государственное регулирование и субсидии в креативных индустриях

1. Какую роль играет государственное регулирование в развитии креативных индустрий?

2. Какие меры государственной поддержки наиболее эффективны для креативных индустрий?

3. Справедливо ли распределение субсидий между крупными компаниями и небольшими творческими коллективами?

4. Как государство может способствовать развитию молодых талантов в креативных индустриях?

5. Как влияет государственная политика на международную конкурентоспособность креативных индустрий?

6. Какие риски связаны с чрезмерным вмешательством государства в креативные индустрии?

7. Как можно улучшить механизм получения субсидий для представителей креативных индустрий?

8. Как государство может поддерживать экологическую устойчивость в креативных индустриях?

9. Какова роль местных органов власти в развитии креативных индустрий?

10. Как цифровизация и глобализация меняют подход государства к регулированию креативных индустрий?

Тема 8. Налогообложение в креативных индустриях

1. Какие особенности креативных индустрий влияют на выбор системы налогообложения?

Как творческий характер деятельности отражается на налоговых обязательствах?

Почему фрилансеры и малый бизнес часто выбирают упрощённые режимы налогообложения?

2. Как цифровизация и глобализация меняют подход к налогообложению в креативных индустриях?

Как облагаются налогом доходы, полученные через международные платформы (например, YouTube, Patreon)?

3. Как решаются вопросы налогообложения при работе с зарубежными клиентами или партнёрами?

4. Справедливо ли действующее законодательство о налогообложении представителей творческих профессий?

Достаточно ли льгот для деятелей культуры, искусства и других креативных

5. Какие сложности возникают при налогообложении авторских гонораров и лицензионных платежей?

Как правильно учитывать доходы от продажи прав на использование произведений искусства, музыки или литературы?

Какие изменения в законодательстве могли бы упростить этот процесс?

6. Как налогообложение влияет на конкурентоспособность креативных предприятий?

Может ли высокая налоговая нагрузка стать препятствием для развития малых и средних компаний в сфере креативных технологий?

Какие меры поддержки могли бы помочь таким предприятиям?

7. Какие налоговые риски возникают при использовании новых технологий (NFT, блокчейн, краудфандинг)?

Как облагается налогом доход от продажи NFT-токенов?

Как государство может регулировать налогообложение в условиях децентрализованных платформ?

8. Какие преимущества и недостатки имеют разные системы налогообложения для креативных индустрий?

Когда выгоднее использовать УСН (упрощённую систему налогообложения) или патентную систему?

Какие риски связаны с выбором ЕНВД (единого налога на вменённый доход)?

9. Как налогообложение влияет на мотивацию фрилансеров и самозанятых специалистов декларировать свои доходы?

Почему многие представители креативных профессий предпочитают не регистрироваться как самозанятые?

Как повысить прозрачность доходов в креативной сфере?

10. Какие изменения в налоговом законодательстве могли бы способствовать развитию креативных индустрий?

Какие льготы можно было бы ввести для стартапов, работающих в креативной сфере?

Как можно поддержать молодых художников, дизайнеров и других творческих специалистов?

Как налогообложение креативных индустрий отличается в разных странах?

Какие страны предлагают наиболее привлекательные условия для креативных предпринимателей?

Какие уроки можно извлечь из международного опыта?

11. Как налогообложение влияет на инвестиции в креативные индустрии?

Способствует ли текущая налоговая система привлечению инвесторов в креативные проекты?

Какие налоговые стимулы могли бы заинтересовать инвесторов?

Правила проведения дискуссии

1. Подготовьте вопросы заранее, чтобы направлять обсуждение. 2. Определите регламент выступления участников. 3. Слушайте друг друга внимательно, не перебивая. 4. Аргументируйте свою позицию фактами и примерами. 5. Будьте уважительны к мнению оппонентов. 6. Ведущий контролирует ход обсуждения и поддерживает конструктивный диалог. 7. Итоги дискуссии подводятся в конце занятия.

2 ЭТАП – УМЕТЬ

Решение открытых задач

Тема 2. Затраты предприятий индустрии событий и креативных индустрий

Компания «Creative Event» занимается организацией корпоративных мероприятий. Для проведения одного из проектов (фестиваля корпоративной культуры) были произведены следующие затраты:

Аренда площадки — 150 000 рублей.

Оплата работы ведущего — 30 000 рублей.

Покупка оборудования для звука и света — 80 000 рублей.

Расходы на декорации и оформление — 50 000 рублей.

Заработка плата команды организаторов (5 человек) — 2000 рублей каждому.

Рекламная кампания в социальных сетях — 40 000 рублей.

Прочие расходы (канцелярские, транспортные, координационные) — 20 000 рублей.

Фестиваль планируется провести для 200 участников. Каждый участник платит за участие 3000 рублей.

Вопросы:

1. Рассчитайте общие затраты компании на проведение фестиваля.
2. Определите выручку от проведения мероприятия.
3. Найдите прибыль или убыток компании от проведения фестиваля.
4. Какую минимальную стоимость билета нужно установить, чтобы мероприятие окупилось при том же количестве участников?

Тема 3. Понятие эффекта и эффективности деятельности предприятия в индустрии событий и креативных индустрий

Компания «Creative Event» занимается организацией корпоративных мероприятий.

Для проведения одного из проектов (фестиваля корпоративной культуры) были произведены следующие затраты:

Затраты на организацию выставки:

Аренда помещения: 200 000 рублей.

Оплата работы художников и кураторов: 150 000 рублей.

Рекламная кампания: 50 000 рублей.

Декорации и оформление: 80 000 рублей.

Прочие расходы (логистика, координация): 20 000 рублей.

Результаты выставки:

Количество посетителей: 500 человек.

Средний чек на билет: 1000 рублей.

Продажи сувенирной продукции: 70 000 рублей.

Уровень удовлетворённости посетителей (по опросу): 90%.

Дополнительные показатели:

Выставка получила освещение в СМИ, что увеличило узнаваем

Организаторы планируют провести подобную выставку через год, ожидая роста посещаемости на 20%.

Вопросы: Рассчитайте общие затраты на организацию выставки. Определите общий доход от проведения мероприятия (билеты + продажа сувенирной продукции). Найдите финансовую эффективность мероприятия (чистую прибыль или убыток). Оцените общий эффект от выставки, учитывая медиа-эффект. Как изменится финансовая эффективность мероприятия, если посещаемость увеличится на 20% при сохранении всех остальных параметров?

Решение кейсов

Тема 4. Ценообразование на рынке креативных услуг

Описание ситуации: компания «ArtVision» планирует провести выставку современного искусства под названием «Границы будущего». Выставка будет включать работы молодых художников, а также интерактивные инсталляции и мастер-классы. Для успешного проведения мероприятия необходимо определить стоимость билетов, учитывая затраты, целевую аудиторию и конкурентную среду.

Исходные данные:

Затраты на организацию выставки:

Аренда галереи: 250000 рублей

Оплата работы художников

Техническое оснащение (звук, свет, проекторы): 100 000 рублей.

Рекламная кампания: 80 000 рублей.

Декорации и оформление: 70 000 рублей.

Прочие расходы: 50 000 рублей.

Общие затраты:

$250000+150000+100000+80000+70000+50000=700000$ рублей.

План посещаемости:

Ожидаемое количество посетителей: 1000 человек.

Ценовые стратегии конкурентов:

Билеты на аналогичные выставки в городе стоят от 600 до 1200 рублей.

Средняя цена билета на выставки современного искусства: 900 рублей.

Целевая аудитория:

Молодёжь (18-35 лет), студенты, творческие профессионалы.

Целевая аудитория чувствительна к цене, но готова платить за уникальный опыт.

Дополнительные источники дохода:

Продажа сувенирной продукции: ожидается доход в размере 100 000 рублей.

Проведение мастер-классов: дополнительный доход – 5000 рублей.

Задачи для анализа:

Рассчитайте минимальную стоимость билета, которая покроет все затраты на организацию выставки (без учёта дополнительных доходов).

Рассчитайте минимальную стоимость билета, чтобы покрыть все затраты.

Проанализируйте, как изменится финансовый результат, если цена билета будет установлена на уровне: 800 рублей; 1000 рублей; 1200 рублей.

Предложите стратегию ценообразования, которая позволит привлечь максимальное количество посетителей.

3 ЭТАП – ВЛАДЕТЬ

Тест для самоконтроля

1. Какое из перечисленных направлений НЕ относится к креативным индустриям?

а) Дизайн и архитектура

б) Сельское хозяйство

в) Медиа и реклама

г) Искусство и музыка

2. Что является ключевым фактором цифровых преобразований в индустрии мероприятий?

а) Использование традиционных методов продвижения

б) Внедрение технологий виртуальной и дополненной реальности

в) Отказ от онлайн-форматов мероприятий

г) Увеличение затрат на логистику

3. Какую роль играют региональные креативные кластеры в развитии местной экономики?

а) Увеличивают безработицу

б) Привлекают инвестиции и создают рабочие места

в) Снижают культурное разнообразие региона

г) Ограничивают доступ к современным технологиям

4. Какая бизнес-модель основана на предоставлении доступа к продукту вместо его продажи?

а) Розничная продажа

б) Подписка (модель на основе подписки)

в) Единовременная оплата

г) Бартер

5. Что из перечисленного является примером цифровой платформы для креативных индустрий?

а) Промышленное предприятие

б) Behance или Dribbble

в) Местный рынок

г) Почтовое отделение

6. Какой фактор НЕ влияет на развитие новых бизнес-моделей в креативных индустриях?

а) Цифровизация

б) Глобализация

в) Традиционные методы производства

г) Потребительские тренды

7. Какой термин описывает процесс внедрения цифровых технологий в индустрию событий? Цифровизация

8. Как называется явление, при котором региональные креативные кластеры укрепляют экономику и культуру территорий? Синергия

9. Заполните пропуск: Ключевым элементом новой бизнес-модели в креативных индустриях является _____, который позволяет компаниям адаптироваться к меняющимся потребностям клиентов.

а) жёсткий контроль затрат

б) персонализированный подход

в) отказ от инноваций

г) стандартизация услуг

10. Заполните пропуск: региональные креативные кластеры способствуют развитию _____, что повышает культурную и экономическую привлекательность территории.

а) монокультуры

б) туризма и творческих индустрий

в) централизации производства

г) ограничения международных связей

11. Какая категория затрат включает оплату аренды площадки для проведения мероприятия?

а) Персонал

б) Материальные затраты

в) Организационные расходы

г) Маркетинг

12. Что НЕ является методом анализа затрат при подготовке мероприятий?

а) SWOT-анализ

б) ABC-анализ

в) Анализ чувствительности

г) Калькуляция затрат

13. Какой инструмент оптимизации затрат предполагает передачу части функций сторонним компаниям?

а) Аутсорсинг

б) Автоматизация

в) Цифровизация

г) Аренда

14. Какие затраты относятся к переменным?

а) Аренда офиса

б) Закупка материалов для декораций

в) Заработка плата постоянных сотрудников

г) Ежемесячные коммунальные платежи

15. Какую роль играют цифровые платформы в оптимизации затрат?

а) Увеличивают расходы на рекламу

б) Снижают затраты на логистику и координацию

в) Усложняют процесс управления проектами

г) Не влияют на затраты

16. Какой метод прогнозирования расходов основан на анализе прошлых данных?

а) Экспертный метод

б) Метод аналогий

в) Статистический метод

г) Интуитивный метод

Открытые вопросы (2 шт.)

17. Как называется метод снижения затрат, при котором используются современные технологии для автоматизации рутинных процессов?

Ответ: Автоматизация

18. Какой термин описывает процесс выявления и устранения неэффективных расходов? Ответ: Оптимизация

Вопросы с дополнением (2 шт.)

19. Заполните пропуск: _____ затраты остаются постоянными независимо от масштаба мероприятия.

а) Переменные

б) Постоянные

в) Прямые

г) Косвенные

20. Заполните пропуск: Использование _____ позволяет сократить расходы на маркетинг и привлечение клиентов с помощью таргетированной рекламы.

а) Традиционных медиа

б) Социальных сетей

в) Печатной продукции

г) Радиорекламы

21. Что означает понятие «эффект» в контексте деятельности предприятия?

а) Соотношение затрат и результатов

б) Конкретный результат, достигнутый предприятием

в) Уровень удовлетворённости клиентов

г) Скорость выполнения задач

22. Какой показатель НЕ используется

а) ROI (возврат инвестиций)

б) NPS (индекс потребительской лояльности)

в) Количество сотрудников

г) ROE (рентабельность собственного капитала)

23. Какой метод оценки эффективности основан на сравнении фактических и плановых показателей?

а) SWOT-анализ

б) Анализ отклонений

в) ABC-анализ

г) Метод экспертных оценок

24. Какой фактор НЕ влияет на результативность и эффективность деятельности предприятия?

а) Качество управления

б) Внешняя экономическая ситуация

в) Цвет логотипа компании

г) Уровень конкуренции

25. Какой критерий оценки эффективности наиболее важен в индустрии мероприятий?

- а) Количество участников мероприятия**
- б) Размер офиса компании
- в) Количество закупленного оборудования
- г) Частота совещаний

26. Что из перечисленного является качественным показателем эффективности?

- а) Общий доход от мероприятия
- б) Уровень удовлетворённости клиентов**
- в) Затраты на аренду площадки
- г) К

Открытые вопросы (2 шт.)

27. Как называется показатель, который измеряет соотношение полученных результатов и затраченных ресурсов?

Ответ: Эффективность

28. Какой термин описывает процесс анализа достижения целей предприятия?

Ответ: Оценка эффекта

Вопросы с дополнением (2 шт.)

29. Заполните пропуск: _____ — это количественный показатель, отражающий финансовую отдачу от вложенных средств.

- а) ROI**
- б) NPS
- в) ROE
- г) KPI

30. Заполните пропуск: для повышения _____ предприятия важно оптимизировать использование ресурсов и улучшать качество услуг.

- а) прибыли
- б) эффективности**
- в) популярности
- г) узнаваемости

31. Что является основой затратного метода ценообразования?

- а) Спрос клиентов
- б) Конкуренция на рынке
- в) Себестоимость услуги**
- г) Уникальность продукта

32. Какой фактор НЕ влияет на ценообразование в креативной индустрии?

- а) Квалификация исполнителя
- б) Уровень конкуренции
- в) Цвет используемого оборудования**
- г) Экономическая ситуация

33. Какой метод ценообразования учитывает воспринимаемую клиентом ценность услуги?

- а) Затратный
- б) Рыночный
- в) Ценность для клиента**
- г) Фиксированный

34. В каком сегменте креативных услуг чаще всего

- а) Массовый дизайн
- б) Авторское искусство**
- в) Простая полиграфия
- г) Стандартная реклама

35. Какой метод ценообразования основан на анализе цен конкурентов?

- а) Затратный
- б) Рыночный**
- в) Ценность для клиента
- г) Договорной

36. Что из перечисленного НЕ является особенностью ценообразования в креативной индустрии?

- а) Высокая зависимость от творческого капитала
 - б) Сложность оценки уникальных услуг
 - в) Стандартизация цен**
 - г) Индивидуальный подход к каждому клиенту
- Открытые вопросы (2 шт.)

37. Как называется метод ценообразования, при котором цена формируется на основе анализа спроса и предложения?

Ответ: Рыночный

38. Какой термин описывает процесс установления цены выше среднерыночной за счёт уникальности услуги?

Ответ: Премиальное ценообразование

Вопросы с дополнением (2 шт.)

39. Заполните пропуск: _____ — это метод ценообразования, при котором цена рассчитывается как сумма всех затрат плюс наценка.

- а) Затратный**
- б) Рыночный
- в) Ценность для клиента
- г) Договорной

40. Заполните пропуск: в креативной индустрии _____ часто используется для стимулирования клиентов с помощью временных скидок или специальных предложений.

- а) фиксированное ценообразование
- б) динамическое ценообразование**
- в) премиальное ценообразование
- г) договорное ценообразование

41. Что является ключевым фактором формирования трудовых ресурсов в креативной индустрии?

- а) Квалификация и творческий потенциал сотрудников**
- б) Размер офиса компании
- в) Количество оборудования
- г) Географическое расположение

42. Какой метод НЕ используется для привлечения трудовых ресурсов в креативной индустрии?

- а) Публикация вакансий на специализированных платформах
- б) Участие в ярмарках вакансий
- в) Принудительное распределение выпускников**
- г) Сотрудничество с образовательными учреждениями

43. В каком сегменте креативной индустрии особенно важны гибкие навыки (soft skills)?

- а) Производство оборудования
- б) Дизайн и реклама**
- в) Логистика
- г) Сельское хозяйство

44. Какая форма занятости наиболее распространена среди специалистов креативной индустрии?

- а) Постоянная работа в офисе
- б) Фриланс и проектная занятость**

- в) Временная работа на производстве
- г) Сезонная работа

45. Что из перечисленного НЕ является особенностью трудовых ресурсов в креативной индустрии?

- а) Высокая конкуренция за таланты
- б) Необходимость постоянного обучения
- в) Отсутствие необходимости в креативности**
- г) Важность портфолио

46. Как называется процесс поиска и привлечения высококвалифицированных специалистов в креативную индустрию?

Ответ: Рекрутинг

47. Какой термин описывает способность сотрудников быстро адаптироваться к новым условиям работы?

Ответ: Адаптивность

48. Заполните пропуск: _____ — это совокупность знаний, навыков и личных качеств, которые работник применяет для выполнения творческих задач. а) Технические навыки
б) Hard skills
в) Soft skills
г) Профессиональные компетенции

49. Заполните пропуск: в сегменте _____ креативной индустрии особенно ценятся навыки работы с современными цифровыми инструментами.

- а) искусство
- б) дизайн и медиа**
- в) сельское хозяйство
- г) производство

50. Какую цель преследует государство, предоставляя субсидии креативным индустриям?

- а) Сокращение числа рабочих мест в отрасли
- б) Поддержка развития и стимулирование роста отрасли**
- в) Увеличение налоговой нагрузки на предприятия
- г) Ограничение творческой активности

51. Что из перечисленного НЕ является формой государственной поддержки креативных индустрий?

- а) Предоставление грантов
- б) Выдача налоговых льгот
- в) Обязательная сертификация всех услуг**
- г) Финансирование образовательных программ

52. Как налоговые льготы влияют на развитие креативных индустрий?

- а) Увеличивают затраты компаний
- б) Снижают налоговую нагрузку и стимулируют рост**
- в) Ограничивают доступ к международным рынкам
- г) Не оказывают никакого влияния

53. Какой документ чаще всего требуется для получения государственной субсидии?

- а) Бизнес-план проекта**
- б) Личное заявление руководителя
- в) Паспорт оборудования компании
- г) Справка о доходах сотрудников

54. Какая форма государственной поддержки направлена на финансирование конкретных творческих проектов?

- а) Налоговые льготы
- б) Гранты**
- в) Кредиты на общих условиях
- г) Прямое управление компанией

55. Что из перечисленного является основным условием для получения государственных субсидий?

- а) Соответствие проекта стратегическим целям развития отрасли**
 - б) Размер компании
 - в) Количество сотрудников
 - г) Цвет логотипа компании
- Открытые вопросы (2 шт.)

56. Как называется процесс анализа влияния экономической политики государства на развитие креативных индустрий?

Ответ: Экономический анализ

57. Какой термин используется для описания мер государственной поддержки, направленных на снижение налоговой нагрузки?

Ответ: Налоговые льготы

Вопросы с дополнением (2 шт.)

58. Заполните пропуск: _____ — это форма государственной поддержки, которая не требует возврата выделенных средств.

- а) Кредит
- б) Грант**
- в) Инвестиция
- г) Займ

59. Заполните пропуск: Влияние государственной политики на креативные индустрии оценивается через анализ _____, которые способствуют развитию отрасли.

- а) ограничений и запретов
- б) субсидий и налоговых льгот**
- в) административных барьеров
- г) обязательных стандартов

60. Что является основой цифровой экономики?

- а) Использование традиционных технологий
- б) Широкое применение цифровых технологий**
- в) Отказ от использования интернета
- г) Ручной труд

61. Какой фактор НЕ способствует развитию цифровой экономики?

- а) Повышение доступности интернета
- б) Развитие искусственного интеллекта
- в) Увеличение числа печатных изданий**
- г) Распространение мобильных устройств

62. Какую роль играют цифровые платформы в креативных индустриях?

- а) Ограничивают доступ к ресурсам
- б) Обеспечивают возможность продвижения и монетизации услуг**
- в) Усложняют взаимодействие с клиентами
- г) Не оказывают влияния

63. Какой инструмент цифровой экономики наиболее популярен среди фрилансеров в креативных индустриях?

- а) Бумажные каталоги
- б) Социальные сети и специализированные платформы**
- в) Телефонные звонки

64. Какой сегмент креативных индустрий активно использует технологии виртуальной реальности?

- а) Полиграфия
- б) Искусство и развлечения**
- в) Производство одежды
- г) Сельское хозяйство

65. Что из перечисленного НЕ является преимуществом цифровой экономики для креативных индустрий?

- а) Глобальный охват аудитории
 - б) Снижение затрат на производство
 - в) Ограничение доступа к новым рынкам**
 - г) Ускорение процессов коммуникации
- Открытые вопросы (2 шт.)

66. Как называется процесс перехода от традиционных методов работы к использованию цифровых технологий?

Ответ: Цифровизация

67. Какой термин используется для описания экономической модели, основанной на использовании цифровых платформ?

Ответ: Платформенная экономика

Вопросы с дополнением (2 шт.)

68. Заполните пропуск: _____ — это технология, которая позволяет создавать интерактивные виртуальные пространства для пользователей.

- а) Искусственный интеллект
- б) Виртуальная реальность**
- в) Блокчейн
- г) 3D-печать

69. Что является основной целью налогообложения в креативных индустриях?

- а) Ограничение развития отрасли
- б) Формирование доходов государственного бюджета**
- в) Увеличение числа безработных
- г) Снижение популярности творческих профессий

70. Какой фактор НЕ влияет на налогообложение?

- а) Размер доходов компании
- б) Вид деятельности предприятия
- в) Цвет логотипа компании**
- г) Количество сотрудников

71. Какой налог платят физические лица?

- а) Налог на прибыль
- б) Налог на добавленную стоимость (НДС)
- в) Подоходный налог (НДФЛ)**
- г) Земельный налог

72. Какой вид налогообложения чаще всего выбирают фрилансеры в креативных индустриях?

- а) Общая система налогообложения
- б) Упрощённая система налогообложения (УСН)**
- в) Единый сельскохозяйственный налог
- г) Налог на имущество

73. Какой налог НЕ относится к основным видам налогов в креативных индустриях?

- а) Налог на прибыль
- б) Налог на добавленную стоимость (НДС)
- в) Транспортный налог**

г) Подоходный налог (НДФЛ)

74. В каком сегменте креативных индустрий часто возникают сложности с налогообложением авторских гонораров?

а) Производство одежды

б) Искусство и литература

в) Сельское хозяйство

г) Логистика

75. Как называется налоговая система, которая позволяет уменьшить налоговую нагрузку для малых предприятий?

Ответ: Упрощённая система налогообложения

76. Заполните пропуск: _____ — это налог, который взимается с добавленной стоимости товаров и услуг.

а) Налог на прибыль

б) Налог на добавленную стоимость (НДС)

в) Подоходный налог (НДФЛ)

г) Акцизный налог

Вопросы к экзамену

1. Цифровые трансформации в индустрии событий и креативных индустриях.
2. Развитие региональных креативных кластеров и их вклад в местную экономику.
3. Новые бизнес-модели в креативных индустриях.
4. Основные категории затрат при подготовке и проведении мероприятий.
5. Методы анализа и прогнозирования расходов.
6. Инструменты оптимизации затрат, такие как аутсорсинг, использование современных технологий и цифровые платформы.
7. Теоретические основы понятий «эффект» и «эффективность».
8. Критерии оценки эффекта в индустрии событий и креативных индустриях.
9. Методы оценки эффективности деятельности предприятий.
10. Факторы, влияющие на эффект и эффективность.
11. Теоретические основы ценообразования.
12. Факторы, влияющие на ценообразование в креативной индустрии.
13. Методы ценообразования в креативной индустрии.
14. Особенности ценообразования в разных сегментах креативных услуг.
15. Теоретические основы трудовых ресурсов в креативной индустрии.
16. Факторы, влияющие на формирование трудовых ресурсов.
17. Методы привлечения и управления трудовыми ресурсами.
18. Особенности трудовых ресурсов в разных сегментах креативной индустрии.
19. Анализ экономической политики государства в отношении креативных секторов.
20. Влияние субсидий и налоговых льгот на развитие отрасли.
21. Теоретические основы цифровой экономики и её связь с креативными индустриями.
22. Факторы влияния цифровой экономики на креативные индустрии.
23. Цифровые платформы и инструменты в креативных индустриях.
24. Особенности взаимодействия цифровой экономики с различными сегментами креативных индустрий.
25. Теоретические основы налогообложения и его значимость для креативных индустрий.
26. Факторы, влияющие на налогообложение в креативных индустриях.
27. Основные виды налогов и сборов в креативных индустриях.
28. Особенности налогообложения в разных сегментах креативных индустрий.

4. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ
ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ,
ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ
ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1 ЭТАП – ЗНАТЬ

Критерии оценивания ответов на вопросы дискуссии

Оценка	Правильность (ошибочность) выполнения задания
«отлично»	В содержании ответа развернуто сформулирована проблема, дано полное содержание ответа (понятия, определения, анализ) и аргументация излагаемого материала.
«хорошо»	В содержании ответа отражена формулировка проблемы, названы основные понятия и определения, краткий анализ и аргументация излагаемого материала.
«удовлетворительно»	В содержании ответа допущены практические и теоретические ошибки. Ответ раскрывает основную суть части вопросов, ответ не содержит аргументации излагаемого материала.
«неудовлетворительно»	В содержании ответа допущены практические и теоретические ошибки в большинстве случаев. В содержании ответа не представлены аргументы излагаемого материала. Ответ не раскрывает основную суть вопроса.

Правила проведения дискуссии

1. Подготовьте вопросы заранее, чтобы направлять обсуждение.
2. Определите регламент выступления участников.
3. Слушайте друг друга внимательно, не перебивая.
4. Аргументируйте свою позицию фактами и примерами.
5. Будьте уважительны к мнению оппонентов.
6. Ведущий контролирует ход обсуждения и поддерживает конструктивный диалог.
7. Итоги дискуссии подводятся в конце занятия.

Критерии оценивания выступления с докладом, сообщением по дисциплине

Оценка	Правильность (ошибочность) выполнения задания
«зачтено»	Содержание доклада соответствует теме; Правильное использование источников литературы; Соответствие оформления доклада стандартом; Знание изложенного материала (для ответа на устные вопросы); Умение грамотно и аргументировано изложить суть проблемы в тексте и устно; Тезисы и предположения аргументированы, сделаны выводы и умозаключения; В тексте отражено умение анализировать фактический материал.
«не зачтено»	Тема раскрыта недостаточно полно; Отсутствует библиографический список; Тезисы и предположения не аргументированы, не сделаны выводы и умозаключения;

	Ответы на устные вопросы не отражают умение грамотно и аргументировано изложить суть доклада.
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------

2 ЭТАП – УМЕТЬ

Алгоритм решения открытых задач

Решение открытых задач способствуют формированию аналитического мышления, умению производить расчеты основных технико-экономических показателей, использовать аналитический подход и методы научного познания в экономике. Данный тип задач предполагает поиск решения путем расчета основных технико-экономических показателей, исходя из экономических законов, теоретических положений, концепций и категорий экономической науки.

Критерии оценивания работы с открытыми задачами

Оценка	Правильность (ошибочность) выполнения задания
«решение зачтено»	Ответ задачи представляет собой полное, аргументированное решение (обосновано экономическими законами, теоретическими положениями, концепциями и категориями экономической науки). Формулировка решения отражена в письменном виде.
«решение не зачтено»	Ответ задачи представляет собой краткое, не аргументированное решение (нет обоснования экономическими законами, теоретическими положениями, концепциями и категориями экономической науки). Формулировка решения не отражена в письменном виде.

Критерии оценивания кейса

Оценка	Правильность (ошибочность) выполнения задания
«зачтено»	Ответ полный, аргументированный, приведено несколько точек зрения, высказана своя позиция по каждому вопросу кейса. Обоснование мнения по вопросу осуществляется на командной основе.
«не зачтено»	Ответ недостаточно полный, односложный мало аргументированный, не приведены ответы на все вопросы кейса. Не все участники команды участвуют в обсуждении и обосновании командных ответов

3 ЭТАП – ВЛАДЕТЬ

Критерии оценивания знаний на экзамене

Оценка «Отлично»:

1. Глубокое и прочное усвоение программного материала.
2. Правильная формулировка экономических категорий и закономерностей.
3. Знание классификаций, применяемых в финансовом менеджменте.
4. Знание основных показателей.
5. Точность и обоснованность выводов.
6. Безошибочное выполнение практического задания.
7. Точные, полные и логичные ответы на дополнительные вопросы.

Оценка «Хорошо»:

1. Хорошее знание программного материала.

2. Недостаточно полное изложение теоретического вопроса экзаменационного билета.
3. Наличие незначительных неточностей в употреблении терминов, классификаций.
4. Знание основных показателей.
5. Неполнота представленного иллюстративного материала.
6. Точность и обоснованность выводов.
7. Логичное изложение вопроса, соответствие изложения научному стилю.
8. Негрубая ошибка при выполнении практического задания.
9. Правильные ответы на дополнительные вопросы.

Оценка «Удовлетворительно»:

1. Поверхностное усвоение программного материала.
2. Недостаточно полное изложение теоретического вопроса экзаменационного билета.
3. Затруднение в приведении примеров, подтверждающих теоретические положения.
4. Наличие неточностей в употреблении терминов, классификаций.
5. Неумение четко сформулировать выводы.
6. Отсутствие навыков научного стиля изложения.
7. Грубая ошибка в практическом задании.
8. Неточные ответы на дополнительные вопросы.

Оценка «Неудовлетворительно»:

1. Незнание значительной части программного материала.
2. Неспособность объяснить основные статистические категории и закономерности.
3. Неумение выделить главное, сделать выводы и обобщения.
4. Грубые ошибки при выполнении практического задания.
5. Неправильные ответы на дополнительные вопросы.

Тест для самоконтроля (примерные вопросы итогового тестирования)

Критерии оценивания теста

Полная версия тестовых вопросов содержится в электронно-информационной системе вуза. Студенты проходят тестирование компьютерном классе. Оценка успешности прохождения теста определяется следующей сеткой: от 0% до 49% – «неудовлетворительно», от 50% до 69% – «удовлетворительно»; 70%-89% – «хорошо»; 90% -100% – «отлично».