

Государственное образовательное учреждение
«Приднестровский государственный университет им. Т.Г. Шевченко»
Рыбницкий филиал

Кафедра социально-культурной деятельности

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой разработчика



Лозан Т.А.

протокол №2 от «22» сентября 2023 г.

Фонд оценочных средств
по дисциплине Б1.В.17 «Управленческая имиджелогия»

Направление подготовки:
8.51.03.03 «Социально-культурная деятельность»

Профиль подготовки:
«Менеджмент социально-культурной деятельности»

Квалификация (степень) выпускника
Бакалавр

Форма обучения
очная

Год набора: 2022

Разработчик: доцент



Лозан Т.А.

«22» сентября 2023 г.

Рыбница, 2023 г.

Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине «Управленческая имиджология»

1. В результате изучения дисциплины «Управленческая имиджология» у обучающихся должны быть сформированы следующие компетенции:

Категория (группа) компетенций	Код и наименование	Код и наименование индикатора достижения компетенции
<i>Обязательные профессиональные компетенции и индикаторы их достижения</i>		
	<p>ПКО-4. Способен к реализации технологий менеджмента и маркетинга в сфере социально культурной деятельности.</p>	<p>ИД-1_{ПКО-4}</p> <p>Знать: общую теорию и технологии менеджмента и маркетинга в социально-культурной сфере; нормативно-правовую документацию, регламентирующую деятельность учреждений культуры; особенности организации планирования, учета и отчетности в учреждениях культуры, технологию проведения маркетинговых исследований, их виды и требования к организации; основы работы с персоналом учреждений культуры.</p> <p>ИД-2_{ПКО-4}</p> <p>Уметь: осуществлять организацию деятельности учреждения культуры в целом и его подразделений на основе базовых технологий менеджмента и маркетинга в сфере социально культурной деятельности; принимать обоснованные управленческие решения по преодолению проблемных ситуаций в деятельности учреждения культуры; применять действующие отечественные и международные нормативные документы при решении задач профессиональной деятельности; проводить маркетинговые исследования и использовать маркетинговые коммуникации для продвижения продуктов и услуг учреждений культуры.</p> <p>ИД-3_{ПКО-4}</p> <p>Владеть: современными методами менеджмента профессиональной деятельности в социальнокультурной сфере; технологиями поиска нормативно-правовых документов, регламентирующих профессиональную деятельность в сфере культуры; навыками применения на практике технологий менеджмента и маркетинга применительно к решению задач творческо-производственной деятельности учреждений культуры.</p>
	<p>ПКО-5. Готов к выявлению изучению культурных потребностей и запросов участников социально-</p>	<p>ИД-1_{ПКО-5}</p> <p>Знать: методологию и методику</p>

	<p>культурной деятельности, определению основных тенденции её развития; осуществлять прикладные научные исследования социально культурной деятельности и делать на этой основе продуктивные прогнозы, принимать правильные управленческие решения.</p>	<p>прикладного научного исследования; технологии изучения потребностей и запросов участников социально-культурной деятельности. ИД-2_{ПКО-5} Уметь: выявлять основные тенденции социального, культурного и духовного развития общества; изучать культурные потребности участников социально-культурной деятельности с помощью различных методов. ИД-3_{ПКО-5} Владеть: методикой исследования, диагностики и оценки социально-культурной деятельности, основных тенденций социального, культурного и духовного развития общества, выявления изменений на рынке социокультурных услуг для успешного прогнозирования и принятия управленческих решений.</p>
--	--	---

Рекомендуемые профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

	<p>ПК-4. Готов к участию в проектировании, создании и организации эффективной работы многофункциональных культурных центров.</p>	<p>ИД-1_{ПК-4} Знать: базовые нормативно-правовые документы о создании и деятельности многофункциональных культурных центров; специфику их организации, содержания деятельности. ИД-2_{ПК-4} Уметь: выявлять целевые группы населения и их культурные потребности; принимать решения по выбору обеспечивающих средств создания и модернизации многофункциональных культурных центров. ИД-3_{ПК-4} Владеть: методикой создания и организации деятельности многофункциональных культурных центров с применением инновационных форм социально-культурной деятельности.</p>
--	--	---

2. Программа оценивания контролируемой компетенции

Текущая аттестация	Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины и их наименование	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
	<p>Теоретические основы и проблемы имиджелогии.</p>	<p>ИД-1_{ПКО-4} ИД-2_{ПКО-4} ИД-3_{ПКО-4} ИД-1_{ПКО-5} ИД-2_{ПКО-5} ИД-3_{ПКО-5} ИД-1_{ПК-4} ИД-2_{ПК-4} ИД-3_{ПК-4}</p>	<p>Доклад, практическая работа №1, участие в дискуссии, реферат</p>

	Методика и технологии формирования и поддержания имиджа руководителя.	ИД-1 _{ПКО-4} ИД-2 _{ПКО-4} ИД-3 _{ПКО-4} ИД-1 _{ПКО-5} ИД-2 _{ПКО-5} ИД-3 _{ПКО-5} ИД-1 _{ПК-4} ИД-2 _{ПК-4} ИД-3 _{ПК-4}	Доклад, практическая работа №2, участие в дискуссии, реферат
Промежуточная аттестация		Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
		ИД-1 _{ПКО-4} ИД-2 _{ПКО-4} ИД-3 _{ПКО-4} ИД-1 _{ПКО-5} ИД-2 _{ПКО-5} ИД-3 _{ПКО-5} ИД-1 _{ПК-4} ИД-2 _{ПК-4} ИД-3 _{ПК-4}	собеседование (по вопросам к зачету)

3. Оценочные средства

Блок А

А. Фонд тем для докладов разработанный и утвержденный в соответствии с программой дисциплины «Управленческая имиджелогия»

А1. Комплект тем для докладов

1. Определение понятия имиджелогии, образа, облика. Имидж и маска.
2. Компоненты имиджа личности.
3. Основные условия формирования имиджа.
4. Имидж как одаренность. "Я- концепция".
5. Имидж-эффект. Имидж и символ. Разновидности имиджа.
6. Приоритетные функции имиджа (ценностные, технологические).
7. Социально-психологические закономерности формирования и функционирования имиджа.
8. Роль механизмов социально-психологического влияния в процессе формирования имиджа.
9. Этические проблемы деятельности имиджмейкера по формированию имиджа клиента.
10. Формирование имиджа как субъект - субъектное взаимодействие.
11. Формирование имиджа как создание социальной реальности в сознании людей.
12. Общественное мнение общественное сознание.
13. Когнитивные процессы в основе формирования имиджа.
14. Социальные стереотипы и установки
15. Формирование имиджа в среде массовой коммуникации.
16. Роль средств массовой информации в формировании социальной реальности.

17. Методы преподавания имиджелогии как учебного предмета.
18. Технология имиджирования: позиционное представление презентации.
19. Стратегии и тактики построения имиджа. Виды имиджирующей информации.
20. Направления использования формирования имиджа (оказание индивидуальных услуг, VIP, участие в рекламной деятельности, работа в системе связей с общественностью, политическое консультирование).
21. Стихийность и целенаправленность в формировании имиджа.
22. Характеристика этапов формирования имиджа: изучение объекта, оценка аудитории, коррекция характеристик объекта, символизация, позиционирование, презентация имиджа.

Критерии оценки:

Оценка **«отлично»** (5 баллов) ставится, если учебный материал освоен студентом в полном объеме, легко ориентируется в материале, полно и аргументировано отвечает на дополнительные вопросы, излагает материал логически последовательно, делает самостоятельные выводы, умозаключения, демонстрирует кругозор, использует материал из дополнительных источников, интернет ресурсы. Доклад носит исследовательский характер. Речь характеризуется эмоциональной выразительностью, четкой дикцией, стилистической и орфоэпической грамотностью. Использует наглядный материал (презентация).

Оценка **«хорошо»** (4 баллов) ставится, если по своим характеристикам доклад студента соответствует характеристикам отличного ответа, но студент может испытывать некоторые затруднения в ответах на дополнительные вопросы, допускать некоторые погрешности в речи. Отсутствует исследовательский компонент в сообщении.

Оценка **«удовлетворительно»** (3 балла) ставится, если студент испытывал трудности в подборе материала, его структурировании. Пользовался, в основном, учебной литературой, не использовал дополнительные источники информации. Не может ответить на дополнительные вопросы по теме сообщения. Материал излагает не последовательно, не устанавливает логические связи, затрудняется в формулировке выводов. Допускает стилистические и орфоэпические ошибки.

Оценка **«неудовлетворительно»** ставится, если сообщение студентом не подготовлено либо подготовлено по одному источнику информации либо не соответствует теме.

Блок Б

Б.1 Комплект заданий для практической работы

Практическая работа №1.

Раздел 1. Теоретические основы и проблемы имиджелогии.

Содержание задания. Представьте в виде отчета (письменно) результаты изучения литературы (учебников, монографий, статей и др.), раскрывающих следующие вопросы.

1. Проанализируйте подходы к определению понятия «имидж»?
2. В русском языке слово «образ» имеет разные значения (внешний вид, облик; наглядное представление о ком-либо, о чём-либо; способ, средство и т.д.). Выпишите из литературных источников предложения с различным употреблением слова «образ». Подставьте вместо него слово «имидж». Проанализируйте, всегда ли это возможно. Прокомментируйте данную ситуацию.
3. Какие новые направления профессиональной деятельности появились в связи с популяризацией знаний по имиджелогии?
4. Приведите примеры из практики, какое значение имеет владение техниками имиджелогии для современного человека?

Практическая работа №2.

Раздел 2. Методика и технологии формирования и поддержания имиджа руководителя.

1. Раскройте технологические этапы имиджа организации на конкретном примере. (Характеристика этапов формирования имиджа: изучение объекта, оценка аудитории, коррекция характеристик объекта, символизация, позиционирование, презентация имиджа. Выявление имиджевых качеств объекта. Обеспечение постоянства имиджа. Использование методов активного социально-психологического обучения в формировании имиджа. Оптимизация общения с клиентом). Проанализируйте цели, задачи, методы и предполагаемые результаты каждого этапа.
2. Разработайте проект: Личностный имидж:
 - А) руководителя организации (по выбору);
 - Б) сотрудника организации (по выбору).
3. Попытайтесь проанализировать персонально-деловой имидж известной персоны в социально-культурной сфере. На основе анализа дайте рекомендации.
4. Приведите примеры имиджевой рекламы, имиджевой статьи, имиджевого интервью для учреждений культуры в Приднестровье.
5. Попытайтесь проанализировать внутренний и внешний корпоративный имидж действующего учреждения культуры на территории г. Рыбницы.

Критерии оценки:

Оценка «отлично» (9-10 баллов) ставится в том случае, если студент:

- свободно применяет полученные знания при выполнении практических заданий;
- выполнил работу в полном объеме с соблюдением необходимой последовательности действий;
- при ответах на вопросы правильно понимает их сущность, дает точное определение и истолкование основных понятий, использует специальную терминологию дисциплины, не затрудняется при ответах на видоизмененные вопросы, сопровождает ответ примерами.

Оценка «хорошо» (7-8 баллов) ставится, если:

- выполнены требования к оценке «отлично», но допущены 2-3 недочета при выполнении практических заданий и студент может их исправить самостоятельно или при небольшой помощи преподавателя;
- при ответах на вопросы не допускает серьезных ошибок, легко устраняет отдельные неточности, но затрудняется в применении знаний в новой ситуации, приведении примеров.

Оценка «удовлетворительно» (5-6 баллов) ставится, если:

- практическая работа выполнена не полностью, но объем выполненной части позволяет получить правильные результаты и выводы;
- в ходе выполнения работы студент продемонстрировал слабые практические навыки, были допущены ошибки;
- студент умеет применять полученные знания при решении простых задач по готовому алгоритму;
- при ответах на вопросы правильно понимает их сущность, но в ответе имеются отдельные пробелы и при самостоятельном воспроизведении материала требует дополнительных и уточняющих вопросов преподавателя.

Оценка «неудовлетворительно» (менее 5 баллов) ставится, если:

- практическая работа выполнена не полностью и объем выполненной работы не позволяет сделать правильных выводов, у студента имеются лишь отдельные представления об изученном материале, большая часть материала не усвоена;
- на вопросы студент не может дать ответов, так как не овладел основными знаниями и умениями в соответствии с требованиями программы.

Блок В

В 1. Комплект вопросов для групповой дискуссии

1. Что такое имидж с точки зрения социальной психологии?
2. Охарактеризуйте понятия: «образ», «репутация», «авторитет».

3. Равнозначны ли понятия «имиджелогия» и «психология формирования имиджа».
4. Что такое имиджелогия?
5. Что такое имидж с точки зрения имиджелогии?
6. Я – концепция и имидж – охарактеризуйте понятия.
7. Что такое феномен предрасположенности в пользу собственного Я?
8. Что такое самопрезентация?
9. Объясните понятие: «периферический ключевой стимул»?
10. Чем обусловлена множественность имиджей?
11. Перечислите прикладные направления исследования имиджа. Приведите примеры исследований.
12. Опишите функции личного (персонального) имиджа?
13. Дайте определение групповому имиджу.
14. Сравните корпоративный имидж с другими типами имиджа. Что общего и в чём различия между ними?
15. Из чего складывается корпоративная культура организации?

Критерии оценки:

Оценка **«отлично» (9-10 баллов)** ставится, если студент полно усвоил учебный материал; проявляет навыки анализа, обобщения, критического осмысления, публичной речи, аргументации, ведения дискуссии и полемики, критического восприятия информации; точно использует терминологию; умеет иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами, применять их в новой ситуации; высказывать свою точку зрения. Могут быть допущены одна – две неточности при освещении второстепенных вопросов.

Оценка **«хорошо» (7-8 баллов)** ставится, если: ответ удовлетворяет в основном требованиям на оценку «5», но при этом имеется один из недостатков: в усвоении учебного материала допущены небольшие пробелы, не искажившие содержание ответа; допущены один – два недочета в формировании навыков публичной речи, аргументации, ведения дискуссии и полемики, критического восприятия информации.

Оценка **«удовлетворительно» (5-6 баллов)** ставится, если показано общее понимание вопроса и продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения материала; имелись затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии, исправленные после нескольких наводящих вопросов; при неполном знании теоретического материала выявлена недостаточная сформированность компетенций, умений и навыков, студент не может применить теорию в новой ситуации.

Оценка **«неудовлетворительно» (менее 5 баллов)** ставится, если обнаружено незнание или непонимание большей или наиболее важной части учебного материала; допущены ошибки в определении понятий, при использовании терминологии, которые не исправлены после нескольких наводящих вопросов; не сформированы компетенции, умения и навыки публичной речи, аргументации, ведения дискуссии и полемики, критического восприятия информации.

Блок Г

Г 1. Комплект тем для реферата

1. Имиджелогия как компонент науки управления.
2. Современный имидж эффективного руководителя: стратегии построения.
3. Культурно-этические проблемы формирования имиджа руководителя.
4. Теория, практика и искусство формирования имиджа эффективного руководителя.
5. Самопрезентация руководителя: методика и перспективные технологии.
6. Эффективный инструментарий современной теории и практики формирования имиджа руководителя.
7. Имидж организации как фактор эффективного управления.
8. Характеристики имиджа организации.
9. Восприятие имиджа руководителя в коллективе.
10. Принципы, подходы и факторы формирования имиджа.
11. Факторы формирования имиджа.
12. Технология создания имиджа организации.

13. Технология имиджа руководителя.
14. Внешность как фактор формирования имиджа.
15. Социально-психологический тренинг как способ формирования имиджа.
16. Саморегуляция как метод создания имиджа.
17. Роль функций имиджа в управленческой деятельности.
18. Общение как фактор формирования имиджа.
19. Речевой имидж и его диагностика.
20. Имидж мужчины - эффективного руководителя и лидера: специфика формирования.
21. Имидж женщины - эффективного руководителя и лидера: специфика формирования.
22. Организационная культура и имидж руководителя.

Критерии и показатели, используемые при оценивании реферата:

Критерии	Показатели
1. Новизна реферированного текста Макс. – 2 балла	- актуальность проблемы и темы; - новизна и самостоятельность в постановке проблемы, в формулировании нового аспекта выбранной для анализа проблемы; - наличие авторской позиции, самостоятельность суждений.
2. Степень раскрытия сущности проблемы Макс. – 2 балла	- соответствие плана теме реферата; - соответствие содержания теме и плану реферата; - полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы; - обоснованность способов и методов работы с материалом; - умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал; - умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы
3. Обоснованность выбора источников Макс. – 2 балла	- круг, полнота использования литературных источников по проблеме; - привлечение новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.).
4. Соблюдение требований к оформлению Макс. – 2 балла	- правильное оформление ссылок на используемую литературу; - грамотность и культура изложения; - владение терминологией и понятийным аппаратом проблемы; - соблюдение требований к объему реферата; - культура оформления: выделение абзацев.
5. Грамотность Макс. – 2 балла	- отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей; - отсутствие опечаток, сокращений слов, кроме общепринятых; - литературный стиль.
Всего баллов: Макс. – 10 баллов	«удовлетворительно» - 3-5 баллов, «хорошо» - 6-7 балла, «отлично» - 8-10 баллов

Блок Д

Д 1. Вопросы к зачету

1. Имиджелогия - отрасль современного человековедения.
2. Определение понятия имиджелогии, образа, облика.
3. Компоненты имиджа личности руководителя.
4. Теоретические основания имиджа.
5. Принципы имиджелогии.
6. Приоритетные функции имиджа (ценностные, технологические).

7. Социально-психологические закономерности формирования и функционирования имиджа.
8. Роль механизмов социально-психологического влияния в процессе формирования имиджа.
9. Закономерности формирования и функционирования имиджа.
10. Механизмы влияния в процессе формирования имиджа. Понятие социально-психологического влияния. Убеждение. Внушение.
11. Роль средств массовой информации в формировании социальной реальности. Особенности применения печатных (книги, газеты, журналы) и электронных (радио, телевидение, Интернет) средств массовой информации.
12. Имидж руководителя. Компоненты имиджа руководителя: личностный, социальный, профессиональный.
13. Структура и типология имиджа. Когнитивный, аффективный и поведенческий компоненты имиджа.
14. Виды объектов имиджа: личность, организация, группа, товар (торговая марка).
15. Имидж как составная часть культуры делового общения.
16. Индивидуальный имидж. Взаимоотношения имиджа, Я-реального, Я-идеального и Образа Я у других.
17. Самопрезентация. Факторы восприятия личности в общественном сознании.
18. Использование психодиагностики для создания психологического портрета личности. Тесты, опросники, контент-анализ, биографический метод, наблюдение и особенности их применения.
19. Критерии эффективности индивидуального имиджа.
20. Корпоративный имидж. Понятие корпоративного имиджа. Роль имиджа учреждения (организации, формы) в условиях современного рынка услуг.
21. Внешний и внутренний имидж организации. Связь внутреннего имиджа с корпоративной культурой.
22. Основные мероприятия по совершенствованию имиджа.
23. Технологии совершенствования самоимиджа.
24. Технология публичного выступления как инструмент поддержания имиджа.
25. Методы самосовершенствования личности для формирования самоимиджа.
26. Особенности формирования имиджа руководителя.
27. Инструменты делового стиля руководителя.
28. Ситуационное лидерство как инструмент имиджа руководителя.
29. Имидж деловой женщины.
30. Имиджевые характеристики организации
31. Имидж персонала.
32. Социальный имидж организации.
33. Внешняя атрибутика корпоративного имиджа.
34. Инструментарий изучения имиджа.

Критерии оценки:

– оценка **«отлично»** (35-40 баллов) ставится, если студент продемонстрировал систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам дисциплины, а также по основным вопросам, выходящим за пределы учебной программы; точное использование научной терминологии систематически грамотное и логически правильное изложение ответа на вопросы; безупречное владение инструментарием учебной дисциплины; полное и глубокое усвоение основной и дополнительной литературы, рекомендованной учебной программой по дисциплине; умение ориентироваться в теориях, концепциях и направлениях дисциплины и давать им критическую оценку, используя научные достижения других дисциплин; творческая самостоятельная работа на практических занятиях, активное участие в групповых обсуждениях, высокий уровень культуры исполнения заданий; высокий уровень сформированности заявленных в рабочей программе компетенций.

– оценка **«хорошо»** (28-34 баллов) ставится, если студент продемонстрировал достаточно полные и систематизированные знания по дисциплине; умение ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях дисциплины и давать им критическую оценку; использование научной терминологии, лингвистически и логически правильное изложение ответа на вопросы, умение делать обоснованные выводы; владение инструментарием по дисциплине, умение его использовать в постановке и решении научных и профессиональных задач; усвоение основной и дополнительной

литературы, рекомендованной учебной программой по дисциплине; самостоятельная работа на практических занятиях, участие в групповых обсуждениях, высокий уровень культуры исполнения заданий; средний уровень сформированности заявленных в рабочей программе компетенций.

– оценка **«удовлетворительно»** (20-27 баллов) ставится, если студент продемонстрировал достаточный минимальный объем знаний по дисциплине; усвоение основной литературы, рекомендованной учебной программой; умение ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях по дисциплине и давать им оценку; использование научной терминологии, стилистическое и логическое изложение владение инструментарием учебной дисциплины, умение его использовать в ответах на вопросы, умение делать выводы без существенных ошибок; решении типовых заданий; работа под руководством преподавателя на практических занятиях, допустимый уровень культуры исполнения заданий; достаточный минимальный уровень сформированности заявленных в рабочей программе компетенций.

– оценка **«неудовлетворительно»** (менее 20 баллов) ставится, если студент продемонстрировал фрагментарные знания по дисциплине; отказ от ответа; знание отдельных источников, рекомендованных учебной программой по дисциплине; неумение использовать научную терминологию; наличие грубых ошибок; низкий уровень культуры исполнения заданий; низкий уровень сформированности заявленных в рабочей программе компетенций.

5. Организационно-методическое обеспечение контроля учебных достижений

Критерии оценки самостоятельной работы

- оценка **«отлично»** выставляется студенту, если студент свободно применяет знания на практике; не допускает ошибок в воспроизведении изученного материала. Студент выделяет главные положения в изученном материале и не затрудняется в ответах на видоизмененные вопросы. Студент усваивает весь объем программного материала, материал оформлен аккуратно в соответствии с требованиями;

- оценка **«хорошо»** выставляется студенту, если студент знает весь изученный материал; отвечает без особых затруднений на вопросы преподавателя. Студент умеет применять полученные знания на практике. В условных ответах не допускает серьезных ошибок, легко устраняет определенные неточности с помощью дополнительных вопросов преподавателя. Материал оформлен недостаточно аккуратно и в соответствии с требованиями;

- оценка **«удовлетворительно»** выставляется студенту, если студент обнаруживает освоение основного материала, но испытывает затруднения при его самостоятельном воспроизведении и требует дополнительных дополняющих вопросов преподавателя; предпочитает отвечать на вопросы воспроизводящего характера и испытывает затруднения при ответах на воспроизводящие вопросы. Материал оформлен не аккуратно или не в соответствии с требованиями;

- оценка **«неудовлетворительно»** выставляется студенту, если у студента имеются отдельные представления об изучаемом материале, но все, же большая часть не усвоена; Материал оформлен не в соответствии с требованиями.

Технологическая карта балльно-рейтинговой системы

Курс **II**

группы: *РФ22ДР62СКД*

семестр **IV**

Преподаватель, лектор – *доцент Лозан Т.А.*

Преподаватель, ведущий практические занятия – *доцент Лозан Т.А.*

Кафедра социально-культурной деятельности

Наименование дисциплины/курса	Уровень образования (бакалавриат, специалитет, магистратура)	Статус дисциплины в учебном плане (Б, В)	Количество ЗЕ
--------------------------------------	---	---	----------------------

Управленческая имиджология	бакалавриат	Б	2	
СМЕЖНЫЕ ДИСЦИПЛИНЫ ПО УЧЕБНОМУ ПЛАНУ:				
Экономика социально-культурной сферы, Основы менеджмента социально-культурной деятельности				
БАЗОВЫЙ МОДУЛЬ (проверка знаний и умений по дисциплине)				
Тема, задание или мероприятие текущего контроля	Виды текущей аттестации	Аудиторная или внеаудиторная	Минимальное количество баллов	Максимальное количество баллов
ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ				
Практическая работа №1	ПР1	аудиторная	5	10
Практическая работа №2	ПР2	аудиторная	5	10
Доклад №1	Д1	внеаудиторная	3	5
Доклад №2	Д2	внеаудиторная	3	5
Участие в дискуссии	УД	аудиторная	5	10
Реферат	КР	внеаудиторная	5	10
ПРОМЕЖУТОЧНЫЙ КОНТРОЛЬ				
Зачет	3	аудиторная	20	40
Итого			46	90
ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ МОДУЛЬ				
Тема, задание или мероприятие дополнительного контроля	Виды текущей аттестации	Аудиторная или неаудиторная	Минимальное количество баллов	Максимальное количество баллов
Устное собеседование с преподавателем по темам пропущенных практических занятий	УС	внеаудиторная	10	
Выполнение внеаудиторных контрольных и практических работ	КПР	аудиторная	10	
Бонусные баллы: за посещаемость			10	10
Итого максимум			76	100
Штрафные баллы: за несвоевременное выполнение элемента контроля; непосещаемость занятий по неуважительной причине			2 2	