

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Тобольский педагогический институт им. Д.И.Менделеева (филиал)
Тюменского государственного университета

УТВЕРЖДАЮ

Директор

Шилов С.П.



ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ
СОБЫТИЙНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В МУЗЕЙНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
44.03.05 Педагогическое образование, (с двумя профилями подготовки),
Профили история; менеджмент в образовании

1. Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине (модулю), практике

№ п/п	Темы дисциплины (модуля) / Разделы (этапы) практики* в ходе текущего контроля, вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен, с указанием семестра)	Код и содержание контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства (количество вариантов, заданий и т.п.)
1	2	3	4
1.	Музей как организация. Организационные модели и структура.	(УК-1) Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач. (ПК-1) способностью осуществлять обучение учебному предмету на основе использования предметных методик с учетом возрастных и индивидуальных особенностей обучающихся. (ПК-2) способен применять современные информационно-коммуникационные технологии в учебном процессе.	Усвоение теоретического материала (работа с текстом лекции, включенность в работу на лекции, участие в обсуждении вопросов). Подготовка сообщений к выступлению на семинаре. Выполнение заданий по теме. Составление и рассказ тезауруса
2.	Сущность и значение маркетинга в социально-культурной сфере. Принципы, методы, виды музейного маркетинга.	(УК-1) Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач. (ПК-1) способностью осуществлять обучение учебному предмету на основе использования предметных методик с учетом возрастных и индивидуальных особенностей обучающихся. (ПК-2) способен применять современные информационно-коммуникационные технологии в учебном процессе.	Усвоение теоретического материала (работа с текстом лекции, включенность в работу на лекции, участие в обсуждении вопросов). Подготовка сообщений к выступлению на семинаре. Выполнение заданий по теме. Составление и рассказ тезауруса
3.	Комплекс музейного маркетинга: музейные услуги, маркетинговые коммуникации.	(УК-1) Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять	Усвоение теоретического материала (работа с текстом лекции, включенность в работу на

		<p>системный подход для решения поставленных задач. (ПК-1) способностью осуществлять обучение учебному предмету на основе использования предметных методик с учетом возрастных и индивидуальных особенностей обучающихся. (ПК-2) способен применять современные информационно-коммуникационные технологии в учебном процессе.</p>	<p>лекции, участие в обсуждении вопросов). Подготовка сообщений к выступлению на семинаре. Выполнение заданий по теме. Составление и рассказ тезауруса</p>
4.	Событийные технологии. Музейная деятельность.	<p>(УК-1) Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач. (ПК-1) способностью осуществлять обучение учебному предмету на основе использования предметных методик с учетом возрастных и индивидуальных особенностей обучающихся. (ПК-2) способен применять современные информационно-коммуникационные технологии в учебном процессе.</p>	<p>Усвоение теоретического материала (работа с текстом лекции, включенность в работу на лекции, участие в обсуждении вопросов). Подготовка сообщений к выступлению на семинаре. Выполнение заданий по теме. Составление и рассказ тезауруса</p>
5.	Экзамен	<p>(УК-1) Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач. (ПК-1) способностью осуществлять обучение учебному предмету на основе использования предметных методик с учетом возрастных и индивидуальных особенностей обучающихся. (ПК-2) способен применять современные информационно-коммуникационные технологии в учебном</p>	<p>Устный ответ. Собеседование по вопросам.</p>

		процессе.	
--	--	-----------	--

2. Виды и характеристика оценочных средств

1. Работа на семинаре (устный ответ), обсуждение рекомендованной литературы, составление опорных конспектов.

2. Составление и рассказ тезауруса

Студент формирует тезаурус в процессе лекционных и практических занятий, а также чтения рекомендованной литературы, работы со словарями и энциклопедиями в форме таблицы:

Образец 1

№ п/п	Термин	Определение (дефиниция)	Полное библиографич. описание источника (автор, заглавие, место, изд-во, год, страница)

Критерием оценивания является полнота раскрытия понятий.

3. Задания по темам:

1. Составление конспекта статьи и собеседование по нему.

Конспект – это краткая письменная запись содержания статьи, предназначенная для последующего восстановления информации с различной степенью полноты.

При написании конспекта рекомендуется следующая последовательность:

1. проанализировать содержание каждого фрагмента текста, выделяя относительно самостоятельные по смыслу;

2. выделить из каждой части основную информацию, убрав избыточную;

3. записать всю важную для последующего восстановления информацию своими словами или цитируя, используя сокращения.

При оценивании учитываются логичность, последовательность, точность изложения материала, умение обобщить, переработать информацию.

2. Подготовка эссе.

Эссе – это вид свободного сочинения, которое выражает личные впечатления автора и его взгляд на конкретную тему или вопрос. Этот взгляд не позиционируется, как единственный верный, в эссе главная задача – грамотно его показать и объяснить.

При подготовке эссе студент должен выбрать свой путь рассуждения, сформулировав тезисы, которые предстоит аргументированно раскрыть. Важна стройность и целостность композиции эссе: вступление, тезисно-доказательная часть, заключение. При оценивании эссе учитываются самостоятельность и доказательность позиции автора.

Схема написания эссе:

1. Вступление (актуализация заявленной темы эссе): вводит в тему, дает предварительные, общие сведения о проблеме, которая стоит за предложенной темой. Во вступлении может содержаться ответ на заданный по теме вопрос. Как правило, вступительная часть занимает не более 20% от общего объема работы.

2. Основная часть: представляет собой развернутый анализ высказывания. В основной части необходимо продемонстрировать знание материала, умение логично, аргументировано и стилистически правильно, грамотно излагать свои мысли. Основная часть – это проверка того, насколько верно понята тема. Основную часть можно начинать с тезиса – положения, которое вы будете доказывать. Затем можно привести 2-3 аргументированных доказательства (опровержения) тезиса, выражающих личное мнение (позицию) и имеющих в своей основе научный подход.

Как правило, основная часть занимает «львиную» долю текста (60-65%).

3. Заключение: подведение итога, обобщение сказанного, завершение текста, повторное обращение внимания на самое главное. Заключительная часть должна быть короткой, но емкой; органически связанной с предыдущим изложением. В заключении может быть выражено отношение пишущего к проблеме. Оно должно быть изложено корректно, без чрезмерных эмоциональных оценок, иметь четко выраженный смысл и быть подготовлено материалом основной части. Как правило, заключительная часть занимает не более 20% от общего объема работы (оптимально – 10-15%).

4. Промежуточная аттестация

Все обучающиеся допускаются к прохождению промежуточной аттестации независимо от итогов текущего контроля. При промежуточной аттестации обучающихся по экзамену применяется система оценивания: «неудовлетворительно», «удовлетворительно», «хорошо», «отлично».

Оценка может быть выставлена по итогам текущего контроля, если студент продемонстрировал на протяжении семестра совокупность осознанных и структурированных знаний по дисциплине. Студент может отказаться от выставления оценки без экзамена и сдать его.

При проведении устного экзамена обучающийся после предъявления зачетной книжки выбирает экзаменационный билет в случайном порядке. Билет состоит из двух теоретических вопросов по темам, изученных в рамках лекционных и семинарских занятий. На экзамене на подготовку отводится 30 минут. При подготовке допускается составление краткого конспекта ответа. По ходу ответа или после ответа возможны уточняющие и дополнительные вопросы экзаменатора.

3. Оценочные средства

1. Работа на семинаре (устный ответ), обсуждение рекомендованной литературы, составление опорных конспектов.

2. Составление и рассказ тезауруса

Студент формирует тезаурус в процессе лекционных и практических занятий, а также чтения рекомендованной литературы, работы со словарями и энциклопедиями в форме таблицы:

Образец

№ п/п	Термин	Определение (дефиниция)	Полное библиографич. описание источника (автор, заглавие, место, изд-во, год, страница)

3. Задания по темам

Тема: Сущность и значение маркетинга в социально-культурной сфере. Принципы, методы, виды музейного маркетинга.

Задание. Подготовка презентации в PowerPoint «Принципы, методы, виды музейного маркетинга».

Тема: Комплекс музейного маркетинга: музейные услуги, маркетинговые коммуникации.

Задание: подготовить конспект статьи «Мельникова Н.А. Событийный маркетинг в сфере культуры: анализ коммуникационного продвижения событий регионального музея. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sobytiynyy-marketing-v-sfere-kultury-analiz-kommunikatsionnogo-prodvizheniya-sobytiy-regionalnogo-muzeya>

Тема: Тема: Событийные технологии. Музейная деятельность.

Задание: подготовить эссе на тему «Событийная деятельность как инструмент развития музея».

Задания для промежуточного контроля

Вопросы к экзамену:

1. Организация: определение понятия. Виды организаций.
2. Музей как организация сложного типа.
3. Характеристика ресурсной базы музея (нормативный ресурс, фондовый, материально-технический, финансовый, кадровый, технология, информация).
4. Музей и внешняя среда: диалектика отношений.
5. Горизонтальное и вертикальное разделение труда в музейной организации.
6. Структура и организационные модели музейной организации: казенное, бюджетное, автономное учреждение культуры.
7. Сущность и значение маркетинга в социально-культурной сфере. Понятие, принципы и методы музейного маркетинга.
8. Виды маркетинга.
9. Музей и рынок: поиск конкурентных преимуществ.
10. Музейная услуга как «товар»: специфика и классификация.
11. Комплекс музейного маркетинга. Особенности ценообразования и распространения музейной услуги.
12. Маркетинговые коммуникации: определение и основные виды. Значение маркетинговых коммуникаций для создания положительного имиджа музея.
13. Основные цели, объекты и технологии «паблик рилейшнз» в музее.
14. Значение и технология медиапланирования.
15. Организация деятельности обществ «Друзей музея» и формирование международных связей.
16. Развитие социального партнерства в деятельности музеев России.
17. Развитие событийной деятельности в российском музейном менеджменте.
18. Опыт западных музеев в реализации событийных коммуникаций.
19. Музейные ассоциации и музейные сети.
20. Музей в современном мире. Электронные формы существования музеев.
21. Основные формы культурно-образовательной деятельности в музее.
22. Образовательная деятельность музеев.
23. Социально-культурные функции музея.
24. Экскурсия как основная форма культурно-образовательной деятельности в музее.
25. Коллектив музея как объект управления.
26. Учет специфики коллектива музейной организации (половозрастной, образовательной, по типу мотивации, темперамента и пр.) в организации деятельности.
27. Связи с общественностью.
28. Информационный менеджмент в музее.