



***ФГОС ВО***  
***(версия 3++)***

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ  
«ЭКОНОМИКА КУЛЬТУРЫ»**

**ЧЕЛЯБИНСК 2023**

**МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ**  
**УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**  
**«ЧЕЛЯБИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ КУЛЬТУРЫ»**

**Кафедра социально-культурной деятельности**

**Фонд оценочных средств**  
**по дисциплине**  
**«Экономика культуры»**

**программа бакалавриата**  
**«Музейное проектирование и индустрия туризма»**  
**по направлению подготовки**  
**51.03.04 Музеология и охрана объектов**  
**культурного и природного наследия**  
**квалификация: бакалавр**

**Челябинск2023**

Фонд оценочных средств по дисциплине «Экономика культуры» составлен в соответствии с требованиями ФГОСВО по направлению подготовки 51.03.04 Музеология и охрана объектов культурного и природного наследия.

Автор-составитель: Е. В. Семенова, зав. кафедрой социально-культурной деятельности, к.п.н., доцент

Фонд оценочных средств по дисциплине «Экономика культуры» как составная часть ОПОП на заседании совета факультета документальных коммуникаций и туризма рекомендован к рассмотрению экспертной комиссией, протокол № 7 от 17.04.2023.

Экспертиза проведена 15.05.2023, акт № 2023 / МПИТ

Фонд оценочных средств по дисциплине «Экономика культуры» как составная часть ОПОП утвержден на заседании Ученого совета института протокол № 08 от 29.05.2023.

Срок действия фонда оценочных средств по дисциплине «Экономика культуры» продлен на заседании Ученого совета института:

| <b>Учебный год</b> | <b>№ протокола, дата утверждения</b> |
|--------------------|--------------------------------------|
| 2024/25            | протокол № 11 от 27.05.2024          |
| 2025/26            | протокол № 8 от 26.05.2025           |
| 2026/27            |                                      |
| 2027/28            |                                      |

## 1. СОСТАВНЫЕ ЧАСТИ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Фонд оценочных средств (далее – ФОС) представлен:

- ФОС в составе рабочей программы дисциплины;
- комплектом аттестационных педагогических измерительных материалов;
- материалами, необходимыми для оценки умений и владений (практико-ориентированные задания, используемые в период проведения промежуточной аттестации).

## 2. ФОС В СОСТАВЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

ФОС в соответствии с Положением «О порядке разработки и утверждении основных профессиональных образовательных программ – программ бакалавриата, специалитета и магистратуры» (утв. Ученым советом, протокол № 7 от 22.04.2019, приказ 83-п от 24.04.2019) входит в состав рабочей программы дисциплины (раздел № 6) и включает следующие пункты и подпункты:

### 6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Таблица 6, 7.

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.

6.2.1. Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования Таблицы 8, 9

6.2.2. Описание шкал оценивания.

6.2.2.1. Описание шкалы оценивания ответа на экзамене (зачете) (пятибалльная система). Таблица 10.

6.2.2.2. Описание шкалы оценивания Таблица 11.

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и владений, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.

6.3.1. Материалы для подготовки к зачету. Таблица 12, 13.

6.3.2. Темы и методические указания по подготовке рефератов, эссе и творческих заданий по дисциплине.

6.3.3. Методические указания по выполнению курсовой работы.

6.3.4. Типовые задания для проведения текущего контроля формирования компетенций.

6.3.4.1. Планы семинарских занятий.

6.3.4.2. Задания для практических занятий.

6.3.4.3. Темы и задания для мелкогрупповых/индивидуальных занятий.

6.3.4.4. Типовые темы и задания контрольных работ (контрольного урока).

6.3.4.5. Тестовые задания.

6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и владений, характеризующих этапы формирования компетенций.

## 3. КОМПЛЕКТ АТТЕСТАЦИОННЫХ ПЕДАГОГИЧЕСКИХ ИЗМЕРИТЕЛЬНЫХ МАТЕРИАЛОВ

### Спецификация АПИМ

|              |                                                          |
|--------------|----------------------------------------------------------|
| Цель АПИМ    | Оценка учебных достижений                                |
| Функция АПИМ | Контроль, диагностика                                    |
| Вид контроля | Текущий контроль знаний обучающихся. Возможно применение |

|                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|---------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                     | ние в рамках промежуточной аттестации и проверки остаточных знаний                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Модель АПИМ                                                         | <p><b>Уровневая модель</b> представлена в трех взаимосвязанных блоках заданий:</p> <p>– Блок 1. Задания <b>на уровне «знать»</b> в форме «выбор одного, двух и более правильных ответов из предложенных» выявляют в основном знаниевый компонент по дисциплине и оцениваются по бинарной шкале «правильно-неправильно»;</p> <p>– Блок 2. Задания <b>на уровне «знать» и «уметь» в форме «установление соответствия (последовательности)»</b>, в которых нет явного указания на способ выполнения, для их решения обучающийся самостоятельно выбирает один из изученных способов. Задания данного блока позволяют оценить не только знания по дисциплине, но и умения пользоваться ими при решении стандартных, типовых задач.</p> <p>– Блок 3. Задания <b>на уровне «знать», «уметь», «владеть»</b> представлены в форме кейс-задания, содержание которого предполагает использование комплекса умений и навыков, для того чтобы обучающийся мог самостоятельно сконструировать способ решения, комбинируя известные ему способы и привлекая междисциплинарные знания. Кейс-задание представляет собой учебное задание, состоящее из описания реальной ситуации и совокупности сформулированных к ней вопросов. Выполнение обучающимся кейс-заданий требует решения поставленной проблемы (ситуации) в целом и проявления умения анализировать конкретную информацию, проследивать причинно-следственные связи, выделять ключевые проблемы и методы их решения.</p> <p>– Блок 4. Задания <b>на уровне «знать», «уметь», «владеть»</b> представлены в форме открытых вопросов, предполагающих <b>краткий свободный ответ</b>.</p> |
| Время тестирования (мин)                                            | 90 мин. при выборе 20 вопросов                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Планируемые результаты освоения                                     | УК-2; УК-9; УК-10                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Перечень документов, используемых при планировании содержания теста | ФГОС ВО по направлению подготовки 51.03.04 Музеология и охрана объектов культурного и природного наследия, рабочая программа дисциплины                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Разработчики                                                        | Е. В. Семенова, зав. кафедрой социально-культурной деятельности, к.п.н., доцент                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Экспертиза тестовых заданий                                         | Проведена в рамках общей экспертизы ОПОП                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |

### ***Банк заданий с ответами***

**УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений**

| Код задания | Задание                                                                                                                                                         | Ключ правильного ответа |
|-------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
| Блок 1      | Выберите правильный ответ(ы)                                                                                                                                    |                         |
| 1.1         | <p><i>Профессиональной задачей руководителя является получение экономических результатов для...</i></p> <p>1) организация деятельности учреждения культуры;</p> | 4                       |

|                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |        |            |                |                                        |               |                                         |              |                                         |        |
|----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|------------|----------------|----------------------------------------|---------------|-----------------------------------------|--------------|-----------------------------------------|--------|
|                | 2) руководство коллективом учреждения культуры;<br>3) привлечение населения к участию в культурной жизни;<br>4) развитие локального сообщества.                                                                                                                                                                                                          |        |            |                |                                        |               |                                         |              |                                         |        |
| 1.2            | Методика экономического обоснования управленческого решения на год включает в себя...<br>1) перечень мероприятий и событий;<br>2) распределение обязанностей между работниками;<br>3) определение бюджета;<br>4) ситуативные корректировки планов                                                                                                        | 1,2,3  |            |                |                                        |               |                                         |              |                                         |        |
| 1.3            | Экономическими функциями руководителя учреждения культуры при подготовке и организации создания культурного продукта являются...<br>1) сбор первичной информации о ресурсном обеспечении задачи;<br>2) подбор участников реализации задачи;<br>3) реализация процесса достижения цели;<br>4) контроль результата                                         | 1,2    |            |                |                                        |               |                                         |              |                                         |        |
| 1.4            | К методам экономической мотивации творческого коллектива не относится ...<br>1) материальное поощрение;<br>2) моральное поощрение;<br>3) повышение квалификации;<br>4) карьерный рост                                                                                                                                                                    | 2      |            |                |                                        |               |                                         |              |                                         |        |
| 1.5            | Наименее затратными методами привлечения населения к участию в культурном продукте являются...<br>1) обеспечение доступности участия;<br>2) реклама мероприятия;<br>3) различные формы и тематики культурных продуктов;<br>4) персональное приглашение к участию                                                                                         | 1,3    |            |                |                                        |               |                                         |              |                                         |        |
| Блок 2         | Установите соответствие. Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого. Учтите, что один из элементов правого столбца лишний. Ответ к заданиям запишите в виде сочетания цифр и букв, соблюдая последовательность левого столбца, без пробелов и знаков препинания. Например, 1А2Б3В                                         |        |            |                |                                        |               |                                         |              |                                         |        |
| 2.1            | Установите соответствие между методами управления персоналом и формой стимулирования: <table><tr><td>Метод</td><td>Форма</td></tr><tr><td>1. принуждение</td><td>А) мотив</td></tr><tr><td>2. побуждение</td><td>Б) внешнее положительное стимулирование</td></tr><tr><td>3. убеждение</td><td>В) внешнее отрицательное стимулирование</td></tr></table> | Метод  | Форма      | 1. принуждение | А) мотив                               | 2. побуждение | Б) внешнее положительное стимулирование | 3. убеждение | В) внешнее отрицательное стимулирование | 1В2Б3А |
| Метод          | Форма                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |        |            |                |                                        |               |                                         |              |                                         |        |
| 1. принуждение | А) мотив                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |        |            |                |                                        |               |                                         |              |                                         |        |
| 2. побуждение  | Б) внешнее положительное стимулирование                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |        |            |                |                                        |               |                                         |              |                                         |        |
| 3. убеждение   | В) внешнее отрицательное стимулирование                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |        |            |                |                                        |               |                                         |              |                                         |        |
| 2.2            | Установите соответствие между методами управления персоналом и их содержанием: <table><tr><td>Метод</td><td>Содержание</td></tr><tr><td>1. принуждение</td><td>А) делать для получения вознаграждения</td></tr><tr><td>2. побуждение</td><td>Б) делать для достижения</td></tr><tr><td>3. убеждение</td><td>В) делать</td></tr></table>                  | Метод  | Содержание | 1. принуждение | А) делать для получения вознаграждения | 2. побуждение | Б) делать для достижения                | 3. убеждение | В) делать                               | 1В2А3Б |
| Метод          | Содержание                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |        |            |                |                                        |               |                                         |              |                                         |        |
| 1. принуждение | А) делать для получения вознаграждения                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |        |            |                |                                        |               |                                         |              |                                         |        |
| 2. побуждение  | Б) делать для достижения                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |        |            |                |                                        |               |                                         |              |                                         |        |
| 3. убеждение   | В) делать                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |        |            |                |                                        |               |                                         |              |                                         |        |
| 2.3            | Установите соответствие между методами планирования ресурсов и их содержанием:                                                                                                                                                                                                                                                                           | 1Б2А3В |            |                |                                        |               |                                         |              |                                         |        |

|               |                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                         |                                                                                                                                                                                    |
|---------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|               | <b>Метод</b>                                                                                                                                                                                                                                                                               | <b>Содержание</b>                       |                                                                                                                                                                                    |
|               | 1. диагностика                                                                                                                                                                                                                                                                             | А) распределение ресурсов по задачам    |                                                                                                                                                                                    |
|               | 2. организация                                                                                                                                                                                                                                                                             | Б) определение доступных ресурсов       |                                                                                                                                                                                    |
|               | 3. анализ                                                                                                                                                                                                                                                                                  | В) обеспечение ресурсов                 |                                                                                                                                                                                    |
| 2.4           | <i>Установите соответствие между этапами планирования личных ресурсов и их содержанием:</i>                                                                                                                                                                                                |                                         | <i>1В2А3Б4Г</i>                                                                                                                                                                    |
|               | <b>Метод</b>                                                                                                                                                                                                                                                                               | <b>Содержание</b>                       |                                                                                                                                                                                    |
|               | 1. анализ ситуации                                                                                                                                                                                                                                                                         | А) изучение доступных источников данных |                                                                                                                                                                                    |
|               | 2. сбор информации                                                                                                                                                                                                                                                                         | Б) определение доступных ресурсов       |                                                                                                                                                                                    |
|               | 3. оценка ресурсов                                                                                                                                                                                                                                                                         | В) оценка стартовых условий             |                                                                                                                                                                                    |
|               | 4. выбор стратегии                                                                                                                                                                                                                                                                         | Г) определение цели и задач             |                                                                                                                                                                                    |
| <b>Блок 2</b> | <b>Расположите следующие события (явления, процессы и т.п.) в правильной последовательности. Ответ к заданиям запишите в виде сочетания цифр, которыми обозначены события (явления, процессы и т.п.) в правильной последовательности, без пробелов и знаков препинания. Например, 3421</b> |                                         |                                                                                                                                                                                    |
| 2.5           | <i>Определите в логическом порядке этапы планирования личных ресурсов:</i><br>1. анализ ситуации;<br>2. определение целей;<br>3. выбор стратегии;<br>4. сбор информации;<br>5. оценка ресурсов                                                                                             |                                         | <i>41523</i>                                                                                                                                                                       |
| <b>Блок 3</b> | <b>Кейс-задания предполагают работу с предложенным текстом. После его прочтения необходимо ответить на поставленные вопросы или выполнить задания</b>                                                                                                                                      |                                         |                                                                                                                                                                                    |
| 3.1           | <i>Кейс «Разработка и внедрение системы мотивации для участников коллектива»</i><br>Какие стимулирующие активности Вы включите?                                                                                                                                                            |                                         | Внедрение системы мотивации, включающей конкурсы, мастер-классы, премии и другие стимулы, поможет повысить интерес участников к занятиям и улучшить их результаты                  |
| 3.2           | <i>Кейс «Организация и проведение совместных мероприятий с другими творческими студиями и организациями»</i><br>Какую цель Вы преследуете?                                                                                                                                                 |                                         | Организация совместных мероприятий, таких как выставки, фестивали или мастер-классы, позволит расширить кругозор участников, обменяться опытом и укрепить связи между коллективами |
| 3.3           | <i>Кейс «Развитие коммуникативных навыков и лидерских качеств у участников коллектива»</i><br>Какие выгоды получает при этом студия?                                                                                                                                                       |                                         | Проведение тренингов, семинаров и мастер-классов по развитию коммуникативных навыков и лидерства поможет                                                                           |

|               |                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|---------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|               |                                                                                                                                                          | участникам стать более уверенными в себе, научиться работать в команде и принимать ответственность за свои действия                                                                                                                                                                                  |
| 3.4           | <i>Кейс «Создание системы обратной связи и учёта мнений участников коллектива»</i><br>Это однозначно отнимает время у руководителя. Что это дает студии? | Регулярное проведение опросов, анкетирования и встреч с участниками коллектива позволит узнать их мнение о работе студии, выявить проблемы и предложить пути их решения для повышения эффективности работы студии                                                                                    |
| <b>Блок 4</b> |                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| 4.1           | <i>Наиболее сложным является обоснование коллегиального решения. Какие количественные методы целесообразно использовать?</i>                             | Методы коллективного принятия решений, метод Дельфи, номинальные группы и синектику                                                                                                                                                                                                                  |
| 4.2           | <i>Как применяются математические модели для распределения ресурсов и достижения компромиссов в процессе подготовки управленческих решений?</i>          | Математические модели используются для оптимизации распределения ресурсов, минимизации издержек и максимизации прибыли                                                                                                                                                                               |
| 4.3           | <i>Какие особенности деятельности топ-менеджмента компании в процессе подготовки, принятия и реализации управленческих решений?</i>                      | Высшие органы управления компанией занимаются стратегическим планированием, определением целей и задач, а также контролем исполнения принятых решений на основе экономических расчетов                                                                                                               |
| 4.4           | <i>Что такое управление проектами и как оно связано с процессом принятия управленческих решений?</i>                                                     | Управление проектами — это процесс планирования, организации, контроля и координации ресурсов для достижения поставленных целей. Оно является одним из видов процесса принятия управленческих решений. Это можно рассматривать в качестве формата тестирования эффективности управленческого решения |
| 4.5           | <i>Как применяются математические методы при решении задач управления?</i>                                                                               | Математические методы используются для анализа данных, прогнозирования, оптимизации процессов и принятия решений на                                                                                                                                                                                  |



|      |                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|      |                                                                                                      | основе статистических и математических моделей                                                                                                                                                                                                                                                 |
| 4.6  | <i>Как строится математическая модель проблемной ситуации?</i>                                       | Математическая модель строится на основе анализа данных, выявления зависимостей между переменными и определения ограничений и критериев оптимальности                                                                                                                                          |
| 4.7  | <i>Как строятся социально-экономические прогнозы?</i>                                                | Социально-экономические прогнозы строятся на основе анализа исторических данных, текущих тенденций и предположений о будущих событиях и изменениях                                                                                                                                             |
| 4.8  | <i>Что такое блиц-опрос и как он применяется в экономическом обосновании управленческих решений?</i> | Блиц-опрос — это быстрый опрос респондентов с помощью анкет или интервью для сбора информации и получения обратной связи. Он применяется для оценки удовлетворённости клиентов, сотрудников и партнёров, но оценить его релевантность можно лишь в сопоставлении с экономическими показателями |
| 4.9  | <i>Что такое экономическая оценка риска?</i>                                                         | Экономическая оценка риска — это процесс анализа и прогнозирования вероятности наступления событий, которые могут повлиять на экономическую деятельность компании                                                                                                                              |
| 4.10 | <i>Какие этапы включает в себя экономическая оценка риска?</i>                                       | основные этапы экономической оценки риска: определение сферы, идентификация рисков, выявление опасных факторов, оценка возможного ущерба и оценка рисков                                                                                                                                       |
| 4.11 | <i>Какие виды рисков существуют в финансовой сфере компаний?</i>                                     | В финансовой сфере компаний существуют риски уменьшения выручки, снижения прибыли, кассового разрыва, воровства материальных ценностей и коррупционные риски                                                                                                                                   |
| 4.12 | <i>Что такое допущение в оценке рисков?</i>                                                          | Допущение — это ситуа-                                                                                                                                                                                                                                                                         |

|      |                                                                     |                                                                                                                                                                                                                   |
|------|---------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|      |                                                                     | ция, когда риск не оказывает негативного воздействия на компанию, так как вероятность его наступления мала или последствия незначительны                                                                          |
| 4.13 | <i>Как определяется степень риска?</i>                              | Степень риска определяется на основе вероятности его наступления и размера возможного ущерба. Риски могут быть критическими, высокими, средними и низкими                                                         |
| 4.14 | <i>Зачем нужна экономическая оценка риска?</i>                      | Экономическая оценка риска позволяет компаниям определить возможные угрозы, оценить их влияние на бизнес и разработать стратегии для снижения вероятности наступления рисков событий и минимизации их последствий |
| 4.15 | <i>Почему важно учитывать стоимость управленческой информации?</i>  | Стоимость управленческой информации важна, потому что она помогает определить полезность информации для принятия управленческих решений и позволяет избежать ненужных затрат на сбор и обработку данных           |
| 4.16 | <i>Какие факторы влияют на стоимость управленческой информации?</i> | Стоимость управленческой информации зависит от её актуальности, сложности сбора и обработки, а также от качества первичных данных и алгоритмов бизнес-логики                                                      |

**УК-9 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности**

| Код задания   | Задание                                                                                                                                                                                                                                                               | Ключ правильного ответа |
|---------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
| <b>Блок 1</b> | <b>Выберите правильный ответ(ы)</b>                                                                                                                                                                                                                                   |                         |
| 1.1           | <p><i>Производя культурное благо, следует учитывать, что его основной чертой НЕ является...</i></p> <p>1) Универсальность и доступность<br/> 2) Непреemptственность и непереносимость<br/> 3) Преemptственность и переносимость<br/> 4) Отсутствие материальности</p> | 3                       |

| 1.2            | <i>При производстве в отрасли культура, следует учитывать, что товар как экономическую форму культурного блага характеризует...</i><br>1) Отсутствие спроса<br>2) Отсутствие материальности<br>3) Субъективность ценности<br>4) Переносимость                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 3           |             |          |                                                        |                |                                                                                 |            |                                                                        |            |                                                                                 |               |                                                           |           |
|----------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|----------|--------------------------------------------------------|----------------|---------------------------------------------------------------------------------|------------|------------------------------------------------------------------------|------------|---------------------------------------------------------------------------------|---------------|-----------------------------------------------------------|-----------|
| 1.3            | <i>Особенностью спроса на культурную продукцию считается...</i><br>1) Низкая эластичность спроса<br>2) Зависимость от цен на нее<br>3) Отсутствие социокультурных факторов<br>4) Высокая эластичность спроса                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | 4           |             |          |                                                        |                |                                                                                 |            |                                                                        |            |                                                                                 |               |                                                           |           |
| 1.4            | <i>На динамику платежеспособного спроса на продукцию культуры влияют факторы...</i><br>1) бюджетная политика<br>2) актуальная ситуация<br>3) доходы граждан<br>4) уровень цен                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 2           |             |          |                                                        |                |                                                                                 |            |                                                                        |            |                                                                                 |               |                                                           |           |
| 1.5            | <i>Особенностью конкуренции на рынках культуры и искусства является...</i><br>1) Низкая дифференциация продукта<br>2) Формирование монопольных и олигополистических структур<br>3) Полная однородность рынка<br>4) Отсутствие конкуренции                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 2           |             |          |                                                        |                |                                                                                 |            |                                                                        |            |                                                                                 |               |                                                           |           |
| Блок 2         | Установите соответствие. Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого. Учтите, что один из элементов правого столбца лишний. Ответ к заданиям запишите в виде сочетания цифр и букв, соблюдая последовательность левого столбца, без пробелов и знаков препинания. Например, 1А2Б3В                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |             |             |          |                                                        |                |                                                                                 |            |                                                                        |            |                                                                                 |               |                                                           |           |
| 2.1            | <i>Правильное применение терминов в обосновании экономического решения важно. Установите соответствие между терминами и их определениями</i> <table><tr><th>Термины</th><th>Определение</th></tr><tr><td>1) Спрос</td><td>А) Желание и способность потребителей приобрести товар</td></tr><tr><td>2) Предложение</td><td>Б) Количество товара, которое производители готовы продать по определенной цене</td></tr><tr><td>3) Дефицит</td><td>В) Состояние, когда количество спроса превышает количество предложения</td></tr><tr><td>4) Избыток</td><td>Г) Состояние, когда количество предлагаемого товара превышает количество спроса</td></tr><tr><td>5) Равновесие</td><td>Д) Состояние, когда количество спроса и предложения равно</td></tr></table> | Термины     | Определение | 1) Спрос | А) Желание и способность потребителей приобрести товар | 2) Предложение | Б) Количество товара, которое производители готовы продать по определенной цене | 3) Дефицит | В) Состояние, когда количество спроса превышает количество предложения | 4) Избыток | Г) Состояние, когда количество предлагаемого товара превышает количество спроса | 5) Равновесие | Д) Состояние, когда количество спроса и предложения равно | 1Б2А3В45Д |
| Термины        | Определение                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |             |             |          |                                                        |                |                                                                                 |            |                                                                        |            |                                                                                 |               |                                                           |           |
| 1) Спрос       | А) Желание и способность потребителей приобрести товар                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |             |             |          |                                                        |                |                                                                                 |            |                                                                        |            |                                                                                 |               |                                                           |           |
| 2) Предложение | Б) Количество товара, которое производители готовы продать по определенной цене                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |             |             |          |                                                        |                |                                                                                 |            |                                                                        |            |                                                                                 |               |                                                           |           |
| 3) Дефицит     | В) Состояние, когда количество спроса превышает количество предложения                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |             |             |          |                                                        |                |                                                                                 |            |                                                                        |            |                                                                                 |               |                                                           |           |
| 4) Избыток     | Г) Состояние, когда количество предлагаемого товара превышает количество спроса                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |             |             |          |                                                        |                |                                                                                 |            |                                                                        |            |                                                                                 |               |                                                           |           |
| 5) Равновесие  | Д) Состояние, когда количество спроса и предложения равно                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |             |             |          |                                                        |                |                                                                                 |            |                                                                        |            |                                                                                 |               |                                                           |           |
| 2.2            | <i>Правильное применение терминов в обосновании</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 1Г2А34Б5Д6В |             |          |                                                        |                |                                                                                 |            |                                                                        |            |                                                                                 |               |                                                           |           |

|                               | <p>экономического решения влияет на однозначность их восприятия. Установите соответствие между терминами и их определениями</p> <table><tr><th>Термины</th><th>Определение</th></tr><tr><td>1) Спрос</td><td>А) Отношение между ценой товара и количеством, которое потребители готовы приобрести</td></tr><tr><td>2) Индивидуальный спрос</td><td>Б) Сумма индивидуального спроса всех потребителей на рынке</td></tr><tr><td>3) Рыночный спрос</td><td>В) Сдвиг кривой спроса вправо или влево из-за изменения дохода потребителей</td></tr><tr><td>4) Закон спроса</td><td>Г) Желание и способность потребителя приобрести товар</td></tr><tr><td>5) Эффект дохода</td><td>Д) Сдвиг кривой спроса вправо или влево из-за изменения цены товара</td></tr></table>                                                                                                                  | Термины | Определение | 1) Спрос       | А) Отношение между ценой товара и количеством, которое потребители готовы приобрести | 2) Индивидуальный спрос       | Б) Сумма индивидуального спроса всех потребителей на рынке        | 3) Рыночный спрос       | В) Сдвиг кривой спроса вправо или влево из-за изменения дохода потребителей       | 4) Закон спроса      | Г) Желание и способность потребителя приобрести товар                          | 5) Эффект дохода    | Д) Сдвиг кривой спроса вправо или влево из-за изменения цены товара      |            |
|-------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|-------------|----------------|--------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|-------------------------------------------------------------------|-------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------------|--------------------------------------------------------------------------------|---------------------|--------------------------------------------------------------------------|------------|
| Термины                       | Определение                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |         |             |                |                                                                                      |                               |                                                                   |                         |                                                                                   |                      |                                                                                |                     |                                                                          |            |
| 1) Спрос                      | А) Отношение между ценой товара и количеством, которое потребители готовы приобрести                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |         |             |                |                                                                                      |                               |                                                                   |                         |                                                                                   |                      |                                                                                |                     |                                                                          |            |
| 2) Индивидуальный спрос       | Б) Сумма индивидуального спроса всех потребителей на рынке                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |         |             |                |                                                                                      |                               |                                                                   |                         |                                                                                   |                      |                                                                                |                     |                                                                          |            |
| 3) Рыночный спрос             | В) Сдвиг кривой спроса вправо или влево из-за изменения дохода потребителей                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |         |             |                |                                                                                      |                               |                                                                   |                         |                                                                                   |                      |                                                                                |                     |                                                                          |            |
| 4) Закон спроса               | Г) Желание и способность потребителя приобрести товар                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |         |             |                |                                                                                      |                               |                                                                   |                         |                                                                                   |                      |                                                                                |                     |                                                                          |            |
| 5) Эффект дохода              | Д) Сдвиг кривой спроса вправо или влево из-за изменения цены товара                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |         |             |                |                                                                                      |                               |                                                                   |                         |                                                                                   |                      |                                                                                |                     |                                                                          |            |
| 2.3                           | <p>Правильное применение терминов в обосновании экономического решения влияет на однозначность их восприятия. Установите соответствие между терминами и их определениями</p> <table><tr><th>Термины</th><th>Определение</th></tr><tr><td>1) Предложение</td><td>А) Отношение между ценой товара и количеством, которое производители готовы продать</td></tr><tr><td>2) Индивидуальное предложение</td><td>Б) Сумма индивидуального предложения всех производителей на рынке</td></tr><tr><td>3) Рыночное предложение</td><td>В) Сдвиг кривой предложения вправо или влево из-за изменения цен на другие товары</td></tr><tr><td>4) Закон предложения</td><td>Г) Количество товара, которое производитель готов продать по определенной цене</td></tr><tr><td>5) Эффект замещения</td><td>Д) Сдвиг кривой предложения вправо или влево из-за изменения цены товара</td></tr></table> | Термины | Определение | 1) Предложение | А) Отношение между ценой товара и количеством, которое производители готовы продать  | 2) Индивидуальное предложение | Б) Сумма индивидуального предложения всех производителей на рынке | 3) Рыночное предложение | В) Сдвиг кривой предложения вправо или влево из-за изменения цен на другие товары | 4) Закон предложения | Г) Количество товара, которое производитель готов продать по определенной цене | 5) Эффект замещения | Д) Сдвиг кривой предложения вправо или влево из-за изменения цены товара | 1Г2А3Б4Д5В |
| Термины                       | Определение                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |         |             |                |                                                                                      |                               |                                                                   |                         |                                                                                   |                      |                                                                                |                     |                                                                          |            |
| 1) Предложение                | А) Отношение между ценой товара и количеством, которое производители готовы продать                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |         |             |                |                                                                                      |                               |                                                                   |                         |                                                                                   |                      |                                                                                |                     |                                                                          |            |
| 2) Индивидуальное предложение | Б) Сумма индивидуального предложения всех производителей на рынке                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |         |             |                |                                                                                      |                               |                                                                   |                         |                                                                                   |                      |                                                                                |                     |                                                                          |            |
| 3) Рыночное предложение       | В) Сдвиг кривой предложения вправо или влево из-за изменения цен на другие товары                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |         |             |                |                                                                                      |                               |                                                                   |                         |                                                                                   |                      |                                                                                |                     |                                                                          |            |
| 4) Закон предложения          | Г) Количество товара, которое производитель готов продать по определенной цене                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |         |             |                |                                                                                      |                               |                                                                   |                         |                                                                                   |                      |                                                                                |                     |                                                                          |            |
| 5) Эффект замещения           | Д) Сдвиг кривой предложения вправо или влево из-за изменения цены товара                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |         |             |                |                                                                                      |                               |                                                                   |                         |                                                                                   |                      |                                                                                |                     |                                                                          |            |
|                               | <p>Расположите следующие события (явления, процессы и т.п.) в правильной последовательности. Ответ к заданиям запишите в виде сочетания цифр, которыми обозначены события (явления, процессы и т.п.) в правильной последовательности, без пробелов и знаков препинания. Например, 3421</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |         |             |                |                                                                                      |                               |                                                                   |                         |                                                                                   |                      |                                                                                |                     |                                                                          |            |
| 2.4                           | <p>Проранжируйте в порядке убывания экономического эффекта преимущества модели «финансирование на основе предложения» для производителя культурного блага</p> <p>1. Поощряет художественное разнообразие и инновации.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 3142    |             |                |                                                                                      |                               |                                                                   |                         |                                                                                   |                      |                                                                                |                     |                                                                          |            |

|               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                   |
|---------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|               | <p>2. Освобождает художников от необходимости производства массового продукта рынка.</p> <p>3. Обеспечивает стабильное финансирование для культурных организаций.</p> <p>4. Позволяет создавать значимые для производителя культурные продукты</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                   |
| 2.5           | <p><i>Проранжируйте в порядке убывания экономического эффекта недостатки модели «финансирование на основе предложения» для производителя культурного блага</i></p> <p>1. Может привести к элитарности</p> <p>2. Может привести к отчуждению массового потребителя.</p> <p>3. Может быть подвержено государственному регулированию.</p> <p>4. Не отражает реальный спрос на культурные товары и услуги.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 3412                                                                                                                              |
| <b>Блок 3</b> | <b>Кейс-задания предполагают работу с предложенным текстом. После его прочтения необходимо ответить на поставленные вопросы или выполнить задания</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                   |
| 3.1           | <p>«По данным оператора карты Почта Банк, абсолютным лидером среди остальных регионов является Москва — на нее приходится 17,7 % всех покупок. Второе место занял Санкт-Петербург с показателем 5,8 %. В Башкортостане используют «Пушкинскую карту» примерно так же часто — 5,6 %. Татарстан и Челябинская область с 4,7 и 3,2 % соответственно определили на четвертую и пятую строчку рейтинга.</p> <p>Самыми популярными стали билеты в кинотеатры — на них приходится 36 % от всех покупок. Театры составили 23 %, выставки и музеи — 17 %, мероприятия в домах культуры — 12 %. Еще 9 % пришлось на концерты и 3 % — на мероприятия в образовательных учреждениях и библиотеках».</p> <p>[В России определили лидеров среди регионов по использованию «Пушкинской карты»: 03.03.2023 : <a href="https://lenta.ru/news/2023/03/03/pushkinskaya/">https://lenta.ru/news/2023/03/03/pushkinskaya/</a>]</p> <p>Сформулируйте региональные особенности в достижении названных показателей</p> | Челябинская область достигла названных показателей не ценой культурных благ, но существенно большим «потребленным» их количеством |
| 3.2           | <p>Экономическая эффективность отрасли культуры определяется синергетическим эффектом:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- создание рабочих мест;</li> <li>- стимулирование инноваций;</li> <li>- содействие общему благосостоянию: участие в культурных мероприятиях связано с лучшим психическим и физическим здоровьем, а также с более высоким уровнем гражданской активности.</li> </ul> <p>Что из перечисленного является для конкретного человека важнейшим экономическим фактором? Почему?</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Мы, как работники отрасли культуры, видим важнейший экономический эффект в создании рабочих мест                                  |
| 3.3           | «Если наибольшее число посетителей театров и                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Массовая культура существен-                                                                                                      |

|                                                     | <p>музеев зафиксировано в регионах, в состав которых входят города-миллионеры, то массовая культура, напротив, более распространена в субъектах с высокой долей сельского населения (более 30 %). Такие регионы превосходят субъекты с городами-миллионерами и долей городского населения выше 70% по числу посещений библиотек в пересчете на численность населения региона в 1,2 раза, культурно-массовых мероприятий - в 1,4 раза, одновременно уступая им по числу посещений музеев вдвое, по численности зрителей театров - в 1,7 раза» [Рейтинг креативных индустрий регионов России : научный дайджест. – 2023. - №3. – 34 с., с. 20]</p> <p>Сделайте вывод о специфике рынка культуры в Челябинске.</p>                                                                                                                                                                                                                               | но менее востребована                                                                                                                      |                                               |                                                                            |                                                     |    |    |                                |    |    |                             |   |    |                                    |   |   |                                                                                                                                        |
|-----------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|----|----|--------------------------------|----|----|-----------------------------|---|----|------------------------------------|---|---|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 3.4                                                 | <p>Средние показатели потребления культурных благ в регионах в расчете на десять человек населения: 2022</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Категория</th> <th>Регионы с долей сельского населения более 30%</th> <th>Регионы с городами-миллионниками и долей городского населения не менее 70%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Число посещений культурно-массовых мероприятий, ед.</td> <td>53</td> <td>38</td> </tr> <tr> <td>Число посещений библиотек, ед.</td> <td>39</td> <td>32</td> </tr> <tr> <td>Число посещений музеев, ед.</td> <td>6</td> <td>13</td> </tr> <tr> <td>Численность зрителей театров, чел.</td> <td>2</td> <td>3</td> </tr> </tbody> </table> <p>Источник: ИСИЗ НИУ ВШЭ по данным Минкультуры России.</p> <p>Сделайте обобщенный вывод о специфике потребительского спроса в рамках Вашего направления подготовки</p> | Категория                                                                                                                                  | Регионы с долей сельского населения более 30% | Регионы с городами-миллионниками и долей городского населения не менее 70% | Число посещений культурно-массовых мероприятий, ед. | 53 | 38 | Число посещений библиотек, ед. | 39 | 32 | Число посещений музеев, ед. | 6 | 13 | Численность зрителей театров, чел. | 2 | 3 | Культурно-массовые мероприятия, библиотеки и музеи – многократное посещение; театры – ограниченный спрос с большой потенциальной нишей |
| Категория                                           | Регионы с долей сельского населения более 30%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Регионы с городами-миллионниками и долей городского населения не менее 70%                                                                 |                                               |                                                                            |                                                     |    |    |                                |    |    |                             |   |    |                                    |   |   |                                                                                                                                        |
| Число посещений культурно-массовых мероприятий, ед. | 53                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 38                                                                                                                                         |                                               |                                                                            |                                                     |    |    |                                |    |    |                             |   |    |                                    |   |   |                                                                                                                                        |
| Число посещений библиотек, ед.                      | 39                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 32                                                                                                                                         |                                               |                                                                            |                                                     |    |    |                                |    |    |                             |   |    |                                    |   |   |                                                                                                                                        |
| Число посещений музеев, ед.                         | 6                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | 13                                                                                                                                         |                                               |                                                                            |                                                     |    |    |                                |    |    |                             |   |    |                                    |   |   |                                                                                                                                        |
| Численность зрителей театров, чел.                  | 2                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | 3                                                                                                                                          |                                               |                                                                            |                                                     |    |    |                                |    |    |                             |   |    |                                    |   |   |                                                                                                                                        |
| <b>Блок 4</b>                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                            |                                               |                                                                            |                                                     |    |    |                                |    |    |                             |   |    |                                    |   |   |                                                                                                                                        |
| 4.1                                                 | Как может государство стимулировать потребление культурных благ?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Общественное мнение, мода, информационная поддержка, доступность, прямые и косвенные «поддерживающие» мероприятия («Пушкинская карта»)     |                                               |                                                                            |                                                     |    |    |                                |    |    |                             |   |    |                                    |   |   |                                                                                                                                        |
| 4.2                                                 | Как может государство стимулировать создание культурных благ?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Программы, проекты, субсидии, налоговые льготы и др.                                                                                       |                                               |                                                                            |                                                     |    |    |                                |    |    |                             |   |    |                                    |   |   |                                                                                                                                        |
| 4.3                                                 | В чем заключается проблема полезности культурного блага?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Полезность – субъективная категория; экономические решения - индивидуальные                                                                |                                               |                                                                            |                                                     |    |    |                                |    |    |                             |   |    |                                    |   |   |                                                                                                                                        |
| 4.4                                                 | Как экономически влияют технологические инновации на полезность культурных благ?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Дополняют или заменяют; увеличивают себестоимость                                                                                          |                                               |                                                                            |                                                     |    |    |                                |    |    |                             |   |    |                                    |   |   |                                                                                                                                        |
| 4.5                                                 | Как связаны между собой культурное и материальное благосостояние общества?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Изменения в культурном уровне стимулируют изменения потребительских потребностей и качества жизни населения (экономическое благосостояние) |                                               |                                                                            |                                                     |    |    |                                |    |    |                             |   |    |                                    |   |   |                                                                                                                                        |
| 4.6                                                 | Как соотносятся между собой полезность и ценность культурного блага?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Индивидуальное и массовое потребление                                                                                                      |                                               |                                                                            |                                                     |    |    |                                |    |    |                             |   |    |                                    |   |   |                                                                                                                                        |
| 4.7                                                 | В чем заключается основной аргумент «за»                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Мериторные блага являются                                                                                                                  |                                               |                                                                            |                                                     |    |    |                                |    |    |                             |   |    |                                    |   |   |                                                                                                                                        |

|      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|      | <i>государственное финансирование культурных благ?</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | важным инструментом для репутации государства и внешней торговли                                                                                                                                                                                                                                    |
| 4.8  | <i>В чем заключаются основной аргумент «против» государственного финансирования культурных благ?</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Не создается прагматичный продукт                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| 4.9  | <i>Что такое спрос в культуре?</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Спрос в культуре - это желание и способность людей приобретать культурные товары и услуги на основе индивидуальной оценки их ценности                                                                                                                                                               |
| 4.10 | <i>Перечислите основные причины изменения спроса в культуре</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Изменение дохода<br>Изменение цен на сопутствующие товары<br>Изменение вкусов и предпочтений<br>Изменение демографических факторов<br>Изменение технологии                                                                                                                                          |
| 4.11 | <i>Объясните, как изменение дохода влияет на спрос на культурные товары и услуги</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Изменение дохода может привести к изменению спроса на культурные товары и услуги. Например, при увеличении дохода спрос на культурные товары и услуги класса люкс может возрасти                                                                                                                    |
| 4.12 | <i>Опишите, как изменение цен на сопутствующие товары влияет на спрос на культурные товары и услуги</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Изменение цен на сопутствующие товары может повлиять на спрос на культурные товары и услуги. Например, снижение цен на билеты в кино может привести к увеличению спроса на фильмы                                                                                                                   |
| 4.13 | <i>Приведите пример того, как изменение вкусов и предпочтений может повлиять на спрос в культуре</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Изменение вкусов и предпочтений может привести к изменению спроса в культуре. Например, рост популярности потоковых сервисов может привести к снижению спроса на физические носители, такие как DVD и Blu-ray                                                                                       |
| 4.14 | <i>Причины поддержки государством спроса в культуре определяется институционально:</i><br><ul style="list-style-type: none"> <li>– социальными выгодами;</li> <li>– экономическими выгодами;</li> <li>– образовательными выгодами;</li> <li>– культурным наследием;</li> <li>– международным престижем;</li> <li>– социальной справедливостью;</li> <li>– здоровьем и благополучием;</li> <li>– инновациями и творчеством</li> </ul> <i>Представьте синергетический эффект для произ-</i> | <b>Социальные выгоды.</b><br>Культура способствует социальному сплочению, самовыражению и личностному росту. Государственная поддержка помогает сделать культуру доступной для всех.<br><b>Экономические выгоды.</b><br>Индустрия культуры создает рабочие места, стимулирует туризм и способствует |

|  |                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <p>водителя или потребителя (по Вашему выбору) от интегративных выгод любых трех факторов</p> | <p>экономическому росту. Государственные субсидии помогают предприятиям культуры развиваться и создавать новые возможности.</p> <p><b>Образовательные выгоды.</b> Культура играет важную роль в образовании и развитии критического мышления. Государственная поддержка обеспечивает доступ к культурным программам для студентов и учащихся всех возрастов.</p> <p><b>Культурное наследие.</b> Культура является неотъемлемой частью национальной идентичности и наследия. Государственная поддержка помогает сохранять и защищать культурные артефакты, исторические памятники и традиционные практики.</p> <p><b>Международный престиж.</b> Сильная культурная сфера может повысить международный престиж страны и привлечь туристов и инвестиции. Государственная поддержка развивает и продвигает национальную культуру на международной арене.</p> <p><b>Социальная справедливость.</b> Культура способствует социальной справедливости, давая голос всему населению для выражения. Государственная поддержка делает культуру более инклюзивной и представительной.</p> <p><b>Здоровье и благополучие.</b> Культурные мероприятия способствуют физическому и психическому здоровью и благополучию. Государственная поддержка обеспечивает доступ к культурным программам для людей с ограниченными возможностями.</p> <p><b>Инновации и творчество.</b> Культура является двигателем инноваций и творчества.</p> |
|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|



|      |                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                   |
|------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|      |                                                                                                                                                                                                                     | Государственная поддержка создает среду, благоприятную для творческого самовыражения и развития новых идей                                                        |
| 4.15 | Смоделируйте ситуацию, когда спрос на культурное благо, производимое Вашим направлением подготовки, резко возрастет. Почему это может случиться? Какая реакция со стороны производителя позволит его удовлетворить? | Например. Изменение моды/общественного мнения. Онлайн-технологии и/или обучение новых производителей позволят удовлетворить спрос.                                |
| 4.16 | Каким образом без объемного бизнес-плана можно определить необходимое количество персонала конкретной квалификации?                                                                                                 | Плановый объем производимого культурного продукта : производительность сотрудника (без выгорания или с учетом времени восстановления). Расчет через человека/часы |

**УК-10. Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности**

| Код задания   | Задание                                                                                                                                                                        | Ключ правильного ответа |
|---------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
| <b>Блок 1</b> | <b>Выберите правильный ответ(ы)</b>                                                                                                                                            |                         |
| 1.1           | Какой принцип госзакупок снижает коррупционные риски?<br>а) Закрытые торги<br>б) Конкурсные процедуры<br>в) Устные договоренности                                              | б                       |
| 1.2           | Что помогает выявить нецелевое использование средств в учреждении культуры?<br>а) Внутренний аудит<br>б) Уменьшение отчетности<br>в) Отказ от публикации финансовых документов | а                       |
| 1.3           | Какой документ подтверждает чистоту источников финансирования?<br>а) Устные заверения<br>б) Рекламный буклет<br>в) Справка из налоговой                                        | в                       |
| 1.4           | Что должно быть в бюджете для противодействия терроризму?<br>а) Статья на систему безопасности<br>б) Премияльный фонд<br>в) Неучтенные расходы                                 | а                       |
| 1.5           | Как экономически ограничить экстремистские организации?<br>а) Увеличение финансирования<br>б) Замораживание счетов<br>в) Отмена отчетности                                     | б                       |
| 1.6           | Что включает антикоррупционный комплаенс?<br>а) Политику подарков<br>б) Соккрытие доходов<br>в) Неформальные выплаты                                                           | а                       |
| 1.7           | Какой механизм предотвращает коррупцию при найме?<br>а) Устные договоренности                                                                                                  | в                       |

|                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                              |  |                     |                                       |                                     |                                 |                                         |                                          |                         |                                           |                    |
|------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|--|---------------------|---------------------------------------|-------------------------------------|---------------------------------|-----------------------------------------|------------------------------------------|-------------------------|-------------------------------------------|--------------------|
|                                                                              | б) Рекомендации родственников<br>в) Конкурсный отбор                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                              |  |                     |                                       |                                     |                                 |                                         |                                          |                         |                                           |                    |
| 1.8                                                                          | Что проверяют при антитеррористическом бюджетировании?<br>а) Соответствие требованиям ФЗ №115<br>б) Личные предпочтения руководства<br>в) Неофициальные соглашения                                                                                                                                                                                                                                                                            | а                                                                            |  |                     |                                       |                                     |                                 |                                         |                                          |                         |                                           |                    |
| Блок 2                                                                       | Установите соответствие. Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого. Учтите, что один из элементов правого столбца лишний. Ответ к заданиям запишите в виде сочетания цифр и букв, соблюдая последовательность левого столбца, без пробелов и знаков препинания. Например, 1А2Б3В                                                                                                                              |                                                                              |  |                     |                                       |                                     |                                 |                                         |                                          |                         |                                           |                    |
| 2.1                                                                          | <table><tr><td colspan="2">Соотнесите экономическое понятие и его применение в противодействии угрозам:</td></tr><tr><td>1. Бюджетирование</td><td>а) Контроль источников финансирования</td></tr><tr><td>2. Фандрайзинг</td><td>б) Выявление коррупционных схем</td></tr><tr><td>3. Аудит</td><td>в) Планирование расходов на безопасность</td></tr><tr><td>4. Маркетинг</td><td>г) Формирование антиэкстремистского имидж</td></tr></table> | Соотнесите экономическое понятие и его применение в противодействии угрозам: |  | 1. Бюджетирование   | а) Контроль источников финансирования | 2. Фандрайзинг                      | б) Выявление коррупционных схем | 3. Аудит                                | в) Планирование расходов на безопасность | 4. Маркетинг            | г) Формирование антиэкстремистского имидж | 1-в, 2-а, 3-б, 4-г |
| Соотнесите экономическое понятие и его применение в противодействии угрозам: |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                              |  |                     |                                       |                                     |                                 |                                         |                                          |                         |                                           |                    |
| 1. Бюджетирование                                                            | а) Контроль источников финансирования                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                              |  |                     |                                       |                                     |                                 |                                         |                                          |                         |                                           |                    |
| 2. Фандрайзинг                                                               | б) Выявление коррупционных схем                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                              |  |                     |                                       |                                     |                                 |                                         |                                          |                         |                                           |                    |
| 3. Аудит                                                                     | в) Планирование расходов на безопасность                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                              |  |                     |                                       |                                     |                                 |                                         |                                          |                         |                                           |                    |
| 4. Маркетинг                                                                 | г) Формирование антиэкстремистского имидж                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                              |  |                     |                                       |                                     |                                 |                                         |                                          |                         |                                           |                    |
| 2.2                                                                          | <table><tr><td colspan="2">Соотнесите документ и его значение для экономической безопасности:</td></tr><tr><td>1. Финансовый отчет</td><td>а) Профилактика коррупции</td></tr><tr><td>2. Декларация о конфликте интересов</td><td>б) Прозрачность расходов</td></tr><tr><td>3. Антитеррористический паспорт объекта</td><td>в) Оценка рисков</td></tr><tr><td>4. Положение о закупках</td><td>г) Конкурсные процедуры</td></tr></table>       | Соотнесите документ и его значение для экономической безопасности:           |  | 1. Финансовый отчет | а) Профилактика коррупции             | 2. Декларация о конфликте интересов | б) Прозрачность расходов        | 3. Антитеррористический паспорт объекта | в) Оценка рисков                         | 4. Положение о закупках | г) Конкурсные процедуры                   | 1-б, 2-а, 3-в, 4-г |
| Соотнесите документ и его значение для экономической безопасности:           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                              |  |                     |                                       |                                     |                                 |                                         |                                          |                         |                                           |                    |
| 1. Финансовый отчет                                                          | а) Профилактика коррупции                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                              |  |                     |                                       |                                     |                                 |                                         |                                          |                         |                                           |                    |
| 2. Декларация о конфликте интересов                                          | б) Прозрачность расходов                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                              |  |                     |                                       |                                     |                                 |                                         |                                          |                         |                                           |                    |
| 3. Антитеррористический паспорт объекта                                      | в) Оценка рисков                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                              |  |                     |                                       |                                     |                                 |                                         |                                          |                         |                                           |                    |
| 4. Положение о закупках                                                      | г) Конкурсные процедуры                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                              |  |                     |                                       |                                     |                                 |                                         |                                          |                         |                                           |                    |
|                                                                              | Расположите следующие события (явления, процессы и т.п.) в правильной последовательности. Ответ к заданиям запишите в виде сочетания цифр, которыми обозначены события (явления, процессы и т.п.) в правильной последовательности, без пробелов и знаков препинания. Например, 3421                                                                                                                                                           |                                                                              |  |                     |                                       |                                     |                                 |                                         |                                          |                         |                                           |                    |
| 2.3                                                                          | Этапы проверки источников финансирования культурного проекта:<br>1. Регулярный мониторинг<br>2. Изучение финансовой истории<br>3. Анализ учредительных документов<br>4. Проверка по списку Росфинмониторинга<br>5. Подписание договора с условием возврата средств при нарушениях                                                                                                                                                             | 3,4,2,5,1                                                                    |  |                     |                                       |                                     |                                 |                                         |                                          |                         |                                           |                    |
| 2.4                                                                          | Алгоритм действий при выявлении коррупции в закупках:<br>1. Обращение в контрольно-ревизионный отдел<br>2. Приостановка процедуры<br>3. Передача материалов в правоохранительные органы<br>4. Фиксация факта<br>5. Внедрение корректирующих мер                                                                                                                                                                                               | 4,2,1,3,5                                                                    |  |                     |                                       |                                     |                                 |                                         |                                          |                         |                                           |                    |
| Блок 3                                                                       | Кейс-задания предполагают работу с предложенным тек-                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                              |  |                     |                                       |                                     |                                 |                                         |                                          |                         |                                           |                    |

|               |                                                                                                                       |                                                                                                                      |
|---------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|               | <i>стом. После его прочтения необходимо ответить на поставленные вопросы или выполнить задания</i>                    |                                                                                                                      |
| 3.1           | Спонсор предлагает крупное пожертвование с условием проведения мероприятия сомнительного содержания. Ваши действия    | Отказаться, проверить спонсора по базам экстремистов, сообщить в финансовый мониторинг                               |
| 3.2           | При проверке финансовой отчетности обнаружены неучтенные расходы. Как поступить?                                      | Инициировать внутреннее расследование, уведомить контролирующие органы, ввести дополнительные проверки               |
| 3.3           | Проект получил финансирование от организации, позднее включенной в экстремистский список. Что делать?                 | Заморозить средства, вернуть деньги через банк, подать уведомление в Росфинмониторинг                                |
| 3.4           | Руководство требует сократить расходы на безопасность. Ваше решение?                                                  | Обосновать необходимость затрат, предложить альтернативные источники финансирования, обратиться в вышестоящие органы |
| 3.5           | Как экономически мотивировать сотрудников сообщать о коррупции?                                                       | Ввести систему премий за информацию, гарантировать анонимность, разработать программу защиты whistleblowers          |
| <b>Блок 4</b> |                                                                                                                       |                                                                                                                      |
| 4.1           | Как экономические механизмы могут препятствовать финансированию экстремистской деятельности через культурные проекты? | Внедрение прозрачных схем финансирования, обязательная проверка источников средств, запрет на анонимные              |

|     |                                                                                                                    |                                                                                                                                                                |
|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|     |                                                                                                                    | пожертвования, мониторинг некоммерческих организаций                                                                                                           |
| 4.2 | Какие антикоррупционные меры должны быть предусмотрены при распределении государственных грантов в сфере культуры? | Публичные конкурсы, независимые экспертные советы, обязательная отчетность о расходовании средств, цифровые платформы для подачи заявок, общественный контроль |
| 4.3 | Как учреждения культуры могут экономически противодействовать террористическим угрозам?                            | Включение в бюджет расходов на системы безопасности, страхование имущества, обучение персонала, сотрудничество с правоохранительными органами                  |

#### **4. МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ УМЕНИЙ И ВЛАДЕНИЙ (ПРАКТИКО-ОРИЕНТИРОВАННЫЕ ЗАДАНИЯ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ В ПЕРИОД ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ)**

##### **Тема 1. «Культура и искусство» как отрасль национального хозяйства**

Информацию о состоянии отрасли культуры можно найти в различных источниках:

- официальные сайты министерств культуры и туризма стран, где вы хотите получить информацию;
- специализированные порталы и блоги о культуре и искусстве;
- сайты культурных организаций и учреждений: музеев, театров, филармоний, библиотек, культурных центров и т.д.;
- профессиональные издания и журналы, посвященные культуре и искусству;
- социальные сети: группы и страницы культурных учреждений, блоги и аккаунты известных культурных деятелей;
- статистические и аналитические агентства, предоставляющие информацию о культурных индустриях;
- научные статьи и исследования, в которых рассматривается состояние отрасли культуры или ее отдельных аспектов.

Но для разных задач целесообразно использовать разные источники. Обоснуйте использование не менее трех релевантных источников для:

- доклада на семинарское занятие по дисциплине «Экономика культуры»;
- проектной заявки на грант в обосновании сметы;
- анализу актуальной конкурентной ситуации в отрасли региона.

Я

Прибыльность в отрасли культура

поиск картинки видео карты товары переводчик все

**Основные показатели отрасли "Деятельность творческая..."**  
[testfirm.ru](#) > [keyrates/90\\_deyatelnost-tvorcheskaya-...](#)  
 Ключевые финансовые показатели отрасли "Деятельность творческая, деятельность в области искусства и организации развлечений". ... Как видно, норма чисто **прибыли в отрасли** по итогам 2022 выше чем в общем по РФ. Читать ещё  
 Не найдено: культура

**Эффективность деятельности в сфере культуры**  
[cyberleninka.ru](#) > [article/n/effektivnost-...](#)  
 Особенностью проводимых исследований в данной области применительно к сфере **культуры** является то, что эффективность исследуется только с содержательной стороны, что не дает возможности ее практического определения. Читать ещё

**самые прибыльные сферы 2022 года | НовостиНовости...**  
[nb-forum.ru](#) > [news/nazvali-samie-pribilnie-sferi-...](#)  
 Так, с 2022 года стал доступен налоговый вычет, который могут получить занимающиеся фитнесом и спортом люди. Одновременно в сфере **культуры** в полной мере заработал проект «Пушкинская карта». Читать ещё  
 Не найдено: отрасли

**Глава 1. ПРОДУКТЫ ОТРАСЛИ КУЛЬТУРЫ**  
[http://library.lgaki.info:404](#) > 65 ...  
 В **отрасль культуры** включают только общественно-организованное потребление благ **культуры**, т.е. удовлетворение потребностей в культурной деятельности, которое организуется производителями... Читать ещё

PDF Посмотреть

Какой из источников даст более важную информацию и почему?

## Тема 2. Производство и потребление культурных благ

## Как растет спрос на российскую культуру



- Отреставрировано более **150 объектов культурного наследия** \*\*
- Появилось более **497 тыс. волонтеров культуры** \*\*\*
- Перезапущено **1080 модельных библиотек** \*\*\*\*
- Отремонтировано, реконструировано и построено более **1 500 домов культуры** \*\*
- Капитально отремонтирован **121 музей** \*\*
- В библиотеки новых регионов поставлено **410 000 экземпляров книг**
- Детские школы искусств и училища получили более **50 000 музыкальных инструментов** \*\*

\* «Пушкинская карта» – проект, позволяющий молодежи до 22 лет бесплатно посещать театры, кинотеатры, выставки, музеи и т.д.

\*\* В рамках нацпроекта «Культура», с 2019-2020 гг.

\*\*\* Всероссийское общественное движение «Волонтеры культуры» образовано в 2021 году с целью привлечь всех желающих к культурной жизни страны и вдохновить их на оказание помощи сфере культуры

\*\*\*\* Модельные библиотеки – новый формат культурных центров для интеллектуального и творческого роста, место для встреч, общения, развлечений, занятий и чтения

Источник: Данные, представленные Министерством культуры РФ на выставке «Россия»

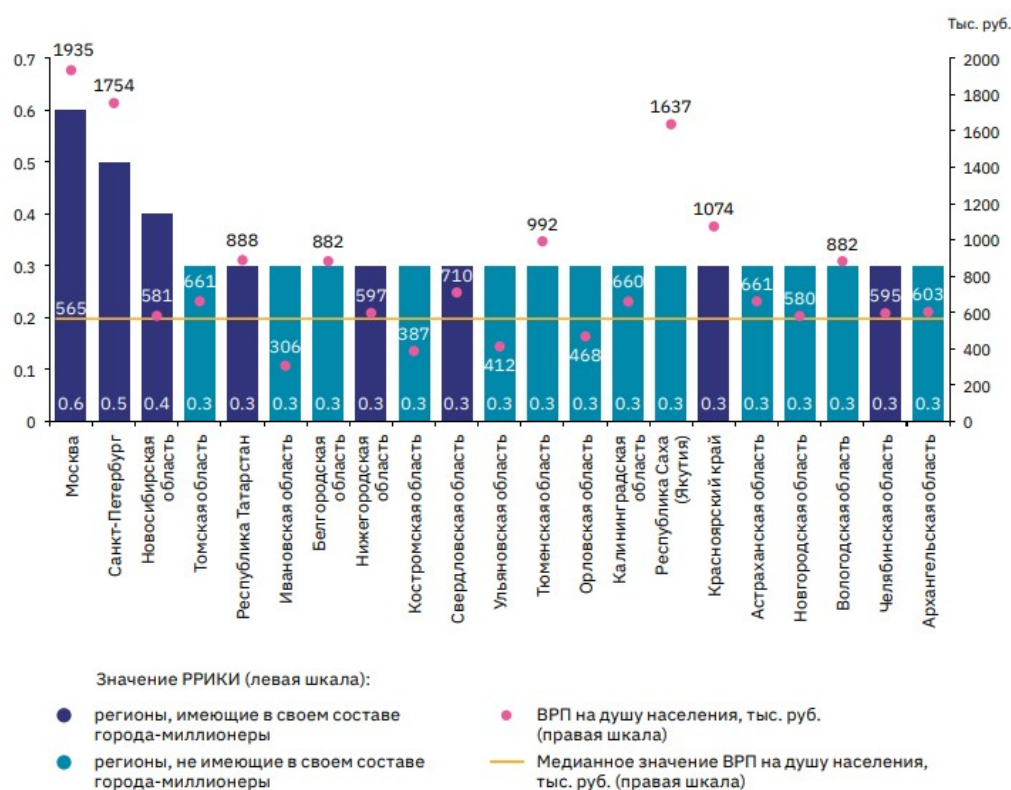


По данным деловой газеты «Взгляд» 11 марта 2024, 13:28:  
<https://vz.ru/infographics/2024/3/11/1256387.html>

Какие действия должны в этой ситуации предпринять организации, причастные к этой статистической «картине»?

Рисунок 3

### ВРП на душу населения регионов первой группы по значению РРИКИ



Примечание. ВРП на душу населения – по данным за 2021 г.

Источник: ИСИЭЗ НИУ ВШЭ по данным Росстата.

16

[Рейтинг креативных регионов России : научный дайджест. – М. : НИУ ВШЭ, РАНХиГС, МГИМО МИД России, Институт этнологии и антропологии им. Н. Н. Миклухо-Маклая РАН. – 2023. – № 3. – 34 с.; с. 16].

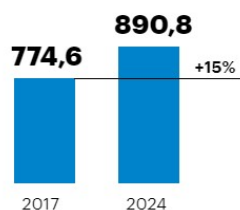
Сделайте выводы о ситуации с креативными индустриями в Челябинской области и сопоставьте ее с ситуацией в «схожих» регионах.

### Тема 3. Функционирование отрасли: тренды и перспективы

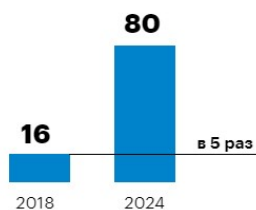
#### Задание 1.

## КРІ нацпроекта «Культура»

Увеличение посещаемости  
организаций культуры в динамике,  
млн человек



Рост числа обращений  
к цифровым ресурсам,  
млн



Более **500**  
сельских домов культуры  
будет построено и  
отресташировано к концу  
2024 года

**1200**  
кинозалов будет создано и  
модернизировано в городах  
с населением до 500 тыс.  
жителей к концу 2024 года

[Культура в «цифре». Почему растет интерес к культурному наследию и академическому искусству // М. Журавлева, В. Паньков : <https://plus.rbc.ru/specials/kultura-v-cifre>]  
Проанализировав представленные в источнике КРІ, предложите необходимые формирующие действия производителей культурных благ.

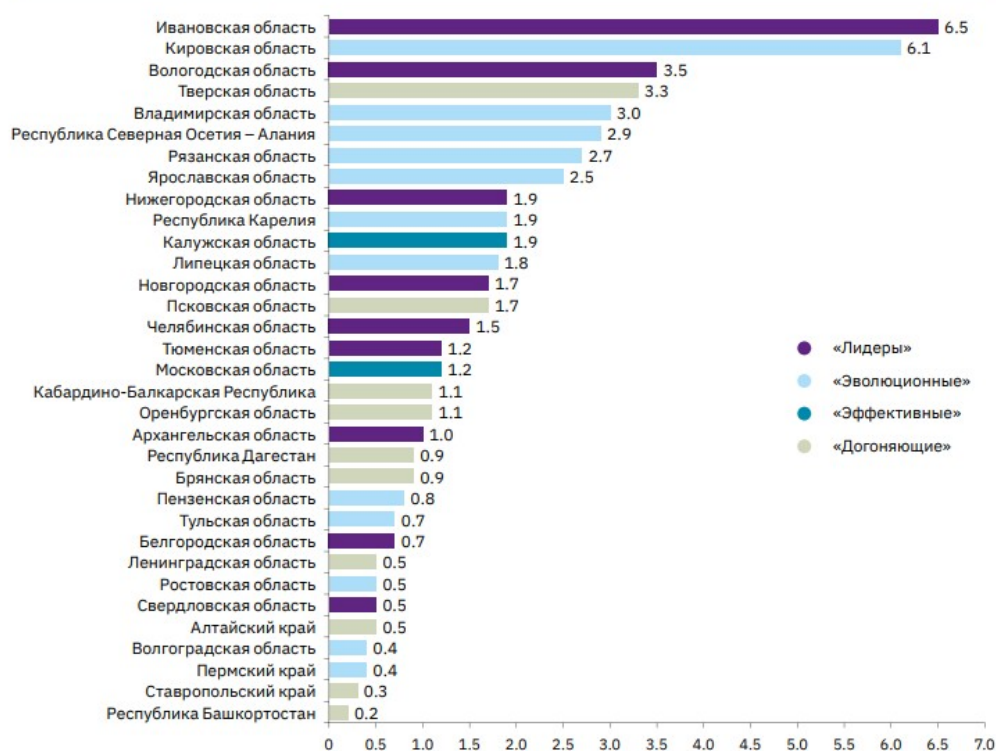


## Поддержка народных художественных промыслов в регионах с сильными традициями и культурным бэкграундом

Организации народных художественных промыслов (НХП), получающие федеральную поддержку, представлены в 33 регионах, что составляет почти 40% от их общего числа (рис. 6). Треть этих субъектов расположены в Центральном федеральном округе,

Рисунок 6

**Число организаций НХП, получающих поддержку из средств федерального бюджета, в расчете на 1 млн человек населения: 2022**



Источник: ИСИЭЗ НИУ ВШЭ по данным Минпромторга России.

25

[Рейтинг креативных регионов России : научный дайджест. – М. : НИУ ВШЭ, РАНХиГС, МГИМО МИД России, Институт этнологии и антропологии им. Н. Н. Миклухо-Маклая РАН. – 2023. – № 3. – 34 с.; с. 25].

Челябинская область – «Лидер», но число организаций НХП, получающих поддержку из средств федерального бюджета отличается в меньшую сторону от, например, «догоняющих» Тверской и даже Псковской областей. Поясните?

Задание 2. На основе лекционного курса, сформулируйте ключевые принципы корпоративной культуры, которые бы гарантировали отсутствие коррупционных ситуаций в организации.

### Лист изменений в ФОС по дисциплине

В ФОС по дисциплине внесены следующие изменения:

| Учебный год | Реквизиты протокола Ученого совета | Номер раздела, подраздела | Содержание изменений и дополнений |
|-------------|------------------------------------|---------------------------|-----------------------------------|
| 2024/25     | протокол № 11 от 27.05.2024        |                           | Без изменений                     |
| 2025/26     | протокол № 8 от 26.05.2025         |                           | Без изменений                     |
| 2026/27     | Протокол № дд.мм.гггг              |                           |                                   |
| 2027/28     | Протокол № дд.мм.гггг              |                           |                                   |