

Областное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Смоленский государственный институт искусств»


Кафедра: гуманитарных и социально-экономических наук

УТВЕРЖДЕН

на заседании кафедры

«29» мая 2025 г., протокол № 10

Заведующий кафедрой

 / Ю.В. Иванова

**ФОНД  
ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ  
ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ**

**ФАНДРАЙЗИНГОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ**

по направлению подготовки: **51.04.03 «Социально-культурная  
деятельность»**

направленность (профиль): **Управление креативными индустриями**

форма обучения: **заочная**

квалификация: **магистр**

Смоленск 2025

## Паспорт

### фонда оценочных средств по дисциплине **ФАНДРАЙЗИНГОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ**

#### 1. Модели контролируемых компетенций:

ПК-2. Способен к обеспечению процесса реализации государственной культурной политики и формированию систем экономики, менеджмента и маркетинга креативных индустрий

##### - требования к результатам освоения дисциплины:

Знать:

- методов взаимодействия с потребителями, партнерами и другими заинтересованными сторонами
- представителями разных культур,
- методов проведения фандрайзинговых кампаний.

Уметь:

- проводить встречи, переговоры и презентации гостиничного продукта потребителям, партнерам и другим заинтересованным лицам,
- проводить кампании разных типов и видов с использованием инструментов комплекса фандрайзинга.

Владеть:

- навыками организации устных и письменных коммуникаций с потребителями, партнерами и другими заинтересованными лицами,
- навыком формирования предложений по улучшению системы сбора финансовых ресурсов.

#### 2. Программа оценивания контролируемой компетенции:

№ п/п	Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или её части)	Наименование оценочного средства
1	Фандрайзинговые технологии креативных индустрий	ПК - 2	<b>Опрос</b>
			<b>Зачет</b>

### **Вопросы для устных опросов**

1. Какие ключевые характеристики отличают стартап от традиционного бизнеса?
2. Как вы проверяете жизнеспособность бизнес-идеи перед запуском стартапа?
3. Какие методы (опросы, MVP, A/B-тестирование) вы считаете наиболее эффективными для валидации продукта?
4. Какие источники финансирования (бутстрэппинг, ангелы, венчурные фонды) вы использовали или планируете использовать?
5. Как вы оцениваете готовность стартапа к привлечению инвестиций?
6. Какие ключевые роли должны быть в команде стартапа на ранней стадии?
7. Как вы мотивируете команду в условиях нестабильности и высокой нагрузки?
8. Какие стратегии роста (organic, paid, партнерства) вы считаете наиболее эффективными для стартапа?
9. С какими основными трудностями сталкиваются стартапы при масштабировании?
10. Как вы управляете основными рисками стартапа (финансовыми, рыночными, операционными)?

**Вопросы к зачету**  
**по дисциплине: ФАНДРАЙЗИНГОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КРЕАТИВНЫХ**  
**ИНДУСТРИЙ**

**Примерный перечень вопросов:**

1. Что такое фандрайзинг?
2. Какие основные виды фандрайзинга существуют?
3. Какие различия между краудфандингом и грантовым фандрайзингом?
4. Какие особенности фандрайзинга среди частных лиц и корпоративных доноров?
5. Как фандрайзинг появился в сфере культуры?
6. Какие были первые примеры успешного фандрайзинга для культурных проектов?
7. Как изменились методы фандрайзинга с течением времени?
8. Какие исторические события повлияли на развитие фандрайзинга в культуре?
9. Какова роль филантропии в развитии культурного фандрайзинга?
10. Какие основные этапы включает процесс разработки фандрайзинговой стратегии?
11. Какие принципы лежат в основе успешной фандрайзинговой стратегии?
12. Как определить целевую аудиторию для фандрайзинговой кампании?
13. Как учитываются культурные, социальные и экономические особенности аудитории?
14. Какие цели ставятся перед фандрайзинговой кампанией (финансовые, количественные, качественные)?
15. Какие ключевые элементы должны быть включены в презентацию культурного проекта?
16. Как определить целевую аудиторию для презентации культурного проекта?
17. Что такое контент-маркетинг и как он может быть использован для продвижения культурных проектов?
18. Какие форматы контента наиболее эффективны для культурных организаций (например, статьи, видео, подкасты)?
19. Какие уникальные особенности фандрайзинга характерны для музеев и галерей?
20. Как музеи и галереи могут привлекать частных доноров?
21. Какие стратегии фандрайзинга наиболее эффективны для театров и музыкальных проектов?
22. Как театры и музыкальные коллективы могут привлекать корпоративных спонсоров?
23. Какую роль играет краудфандинг в поддержке театральных и музыкальных проектов?
24. Какие особенности фандрайзинга характерны для литературных проектов (например, издание книг, поддержка писателей)?
25. Как кинопроекты могут привлекать финансирование через краудфандинговые платформы?

**Критерии оценки:**

<b>ОЦЕНКА</b>	<b>ТРЕБОВАНИЯ</b>
<b>ЗАЧТЕНО</b>	Выставляется если студент твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допускает существенных

	неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий.
<b>НЕЗАЧТЕНО</b>	Выставляется если студент не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания.

Зачет может проводится как в устной, так и в письменной форме на усмотрение преподавателя.

**Комплект заданий для тестов**  
по дисциплине **ФАНДРАЙЗИНГОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ**

**Вопросы итогового теста по компетенциям**

ПК-2. Способен к обеспечению процесса реализации государственной культурной политики и формированию систем экономики, менеджмента и маркетинга креативных индустрий

№ п/п	Вопрос (полностью, как в тесте ОМ)	Ответы	Правильный ответ
1	Лучший показатель надежности, легальности, финансового благополучия, заботы о городе и его жителей...	А) недвижимость в данном городе, Б) широкая рекламная компания, В) благотворительность	благотворительность
2	Целенаправленный систематический поиск спонсорских (или иных) средств для осуществления социально значимых проектов (программ, акций) и поддержки социально значимых институтов...		фандрайзинг
3	Что из перечисленного не является формой фандрайзинга?	А) благотворительные мероприятия по сбору средств, Б) пожертвования, В) гранты, Г) public relations, Д) сбор членских взносов.	public relations,
4	Кто занимается фандрайзингом?	А) фонды, Б) общественные организации, В) предприниматели, Г) государственные организации.	общественные организации государственные организации
5	Привлечение средств компании-спонсора к какому-либо проекту или акции с целью достижения нужного рекламного эффекта - это ...		спонсоринг,
6	Полный набор юридических, программных, финансовых, творческих и нормативных документов, обеспечивающих необходимый эффект спонсируемой акции – это...		спонсорский пакет
7	Что такое «прогноз спонсорского эффекта»?	А) сценарий, Б) расчет воздействия рекламы на целевую аудиторию, В) оценка	расчет воздействия рекламы на целевую аудиторию важная часть спонсорского пакета

		стоимости проекта, Г) важная часть спонсорского пакета	
8	Краткое изложение проекта, содержащее ясную информацию о задачах, ожидаемых результатах, методах и стоимости выполнения проекта, а также описание заявителя, достижения и квалификацию организации – это...		письмо-запрос.
9	Процент капиталовложений от стоимости проекта, который берет на себя генеральный спонсор....		50%,
10	Средства, безвозмездно передаваемые дарителем (фондом, корпорацией, правительственным учреждением) некоммерческой организации или частному лицу для выполнения конкретной работы – это...		гранты,
11	Некоммерческая организация, которая распределяет частные средства в общественных интересах. Это неправительственная организация, финансируемая из частных источников.	А) общественная организация, Б) фирма, В) фонд, Г) государственный орган.	фонд
12	Что такое «теплый список»?	А) список организаций, которые ответили категорическим отказом, Б) список доноров, которые уже оказывали поддержку, В) список организаций, которые выразили заинтересованность, но по каким-то причинам не оказал вам материальной поддержки.	список доноров, которые уже оказывали поддержку
13	Кто занимается фандрайзингом?	А) фонды, Б) предприниматели, В) государственные организации, Г) общественные организации.	государственные организации, общественные организации
14	Привлечение средств компании-спонсора к какому-либо проекту или акции с целью достижения нужного рекламного эффекта -это ...		спонсоринг
15	Полный набор юридических, программных, финансовых, творческих и нормативных документов, обеспечивающих необходимый эффект спонсируемой акции – это...	А) спонсорский пакет, Б) проект акции, В) техническое задание, Г) письмо-запрос.	спонсорский пакет
16	Что является услугой на рынке культуры?	а) спектакль б) нотные издания с) DVD-диск книга	Спектакль
17	К привлеченному государственному финансированию входят:	а) субсидии государства б) гранты фондов с) спонсорские средства	субсидии государства

		членские взносы	
18	После формулировки миссии каждая организация должна разработать:	а) цели и задачи на будущее б) план внедрения продукта (услуги) на рынок в) комплекс услуг информацию об организации для спонсоров	цели и задачи на будущее
19	ФАНДРАЙЗИНГ Правильный ответ:	1) жизнеописание 2) активный поиск дополнительных средств, выделяемых на безвозмездной основе 3) написание проектов для получения денежных субсидий 4) искусство написания заявки на грант	активный поиск дополнительных средств, выделяемых на безвозмездной основе
20	ГРАНТРАЙТИНГ	1) жизнеописание 2) активный поиск дополнительных средств, выделяемых на безвозмездной основе 3) написание проектов для получения денежных субсидий 4) искусство написания заявки на грант	написание проектов для получения денежных субсидий

Критерии оценивания теста:

«2» - менее 50%

«3» - 50% - 65%,

«4» - 65% - 85%

«5» - 85% - 100%