**Тест дифференцированного зачета по разделу**

**«Экономика и менеджмент библиотечного дела»**

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

 ФИО студента, курс

**1. Вставьте пропущенное слово в предложение:**

*\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*— важнейшая составная часть системы хозяйствова­ния, включающая разработку, реализацию планов и контроль их выпол­нения.

2.Соотнесите виды планов со сроками их планирования (соедините стрелочками):

Долгосрочные планы на срок до года включительно

Среднесрочное планирование от года до 5 лет

Краткосрочные планы свыше 5 лет

**3.Предложите структуру плана работы на год:**

1.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

2.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

3.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

4.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

5.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

6.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**4.Социокультурное проектирование – это** (подчеркните правильный ответ):

 а) целенаправленно организуемый процесс социокультурной коммуникации субъектов, ориентированный на совместное конструирование способов и образцов решения, значимых для личности и общества проблем;

 б) специфическая технология, представляющая собой конструктивную, творческую деятельность, сущность которой заключается в анализе проблем и выявлении причин их возникновения, выработке целей и задач, характеризующих желаемое состояние объекта, разработке путей и средств достижения поставленных целей.

**5. С каким продолжением фразы вы согласны** (подчеркните правильный ответ):

Проект – это:

а) составная часть программ, представляющая собой форму конкретизации и содержательного наполнения приоритетных направлений развития социокультурной жизни территории;

б) самостоятельный вариант решения локальной проблемы, адресованный конкретной аудитории.

**6.Определите порядок пошаговой технологии написания проекта** (отметьте цифрами от 1 до 6):

– цели и задачи проекта;

– постановка проблемы;

– планирование заявки;

– методы выполнения проекта;

– дальнейшее финансирования проекта;

– оценка эффективности или оценка результатов.

**7.С каким определением вы согласны** (подчеркните правильный ответ):

Маркетинг – это:

- совокупность культурных ценностей, а также организации, учреждения, предприятии культуры, имеющие общенациональное, общероссийское значение;

- один из инструментов комплекса продвижения продукта; представляет собой любую оплачиваемую форму неперсональной презентации и продвижения идей, товаров и услуг, осуществляемую конкретным заказчиком;

- система управления производственно-сбытовой деятельностью организации, направленная на достижение конечных результатов посредством учета и активного влияния на рыночные условия.

**8.Выберите из предложенного пять основных концепций, на базе которых организации ведут свою маркетинговую деятельность** (подчеркните правильный ответ):

- совершенствование производства;

- образ мышления;

- совершенствование товара;

- стиль поведения;

- интенсификация коммерческих усилий;

- наличие конкретных функций;

- общий маркетинг;

- социально-этический маркетинг.

**9.Впишите критерии (проявления) маркетинга, по которым можно определить его специфику в качестве разновидности некоммерческой деятельности:**

*\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_-* обеспечение соответствия уровня социокультурной деятельности потребностям и запросам социальных групп населения;

*\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_-* социальные слои, целевые группы населения, охватываемые различными формами социокультурной деятельности;

*\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_-* услуги, идеи, приоритеты, относящиеся к общественным, коллективным благам;

*\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_-* нерыночный (обмен опосредован);

*\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_-* достижение максимально благоприятных социальных результатов, включая широкий социальный внешний эффект при фиксированной величине ресурсного обеспечения;

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (существования и развития) - налоги, льготы, взносы, сборы, пожертвования;

*\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_-* строго ограничены и контролируются общественностью

(проявления маркетинга:***потребители, цели, характер отношений, ресурсы, продукция, источник, эффективность***)

**10. Внутренний маркетинг в библиотеке предполагает** (подчеркните правильный ответ):

а) рекламу деятельности;

б) создание условий для эффективной работы персонала;

в) развитие общественных структур управления.

##### **11.Что подразумевается под PR (паблик рилейшнз):**

 **в библиотеках** (подчеркните правильный ответ):

а) презентация библиотеки;

б) размещение информации о библиотеке в СМИ;

в) реклама библиотечных услуг и продукции;

г) планируемая система мероприятий, направленных на создание и поддержание продолжительных отношений и взаимопонимания между библиотекой и общественностью.

##### **12. Распределите предложенные варианты коммуникационных элементов маркетинга по содержанию PR:**

|  |  |
| --- | --- |
| Коммуникационные элементы маркетинга | public relations |
|  | Презентации, пресс-конфе­ренции; финансирование общественно-полезных меро­приятий; спонсорство; публикация PR-материалов (пресса, ТВ, радиоэфир) |
|  | PR включает комплекс отношений: общественные, отраслевые связи; отношения с финансирующими организациями; отношения с клиентами фирмы; внутрифирменные отношения. Цель — форми­ровать доброжелательное отношение к фирме, ее деятельности (товарам) |
|  | Размеры затрат зависят от вы­бора PR-акции. В СМИ не производится непосредственная покупка времени и места для PR-сообщений, хотя косвенная плата может осуществляться в различных формах |
|  | PR стремится поддерживать политику постоянного присутствия, умело используя все благоприятные обстоятельства, играющие на пользу образу организации, отношению к ней со стороны одной или нескольких групп населения. Является эффективным средством в разрешении конфликтов |
|  | Действует понятие «корпора­тивная социальная ответст­венность». В обязанности компании входит действовать эффективно на благо своих сотрудников, акционеров, развитию экономики и т.п. Освещая свою деятельность с помощью PR, компания обес­печивает себе стабильное по­ложение на рынке |

(Используемые коммуникационные элементы маркетинга: **оценка эффективности, инструменты работы, материальные вложения, принципы выбора и воздействия на аудиторию, время и длительность действия**).

**13.Отметьте стрелочками соответствие ролей (вклада) культуры и искусства в развитие современного общества** **предложенным определениям:**

 **роли (вклад) культуры определения**

Прямое социальное влияние – Сфера культуры и искусства создает конкретные рабочие места, осуществляет непосредственный вклад в развитие экономики конкретного региона.

Прямой вклад сферы

культуры в экономику – Культура и искусство обеспечивают социально-значимые виды деятельности, организацию отдыха, позитивно влияют на сознание людей, отношения между ними, способствуют духовному развитию личности и общества в целом, раскрытию их творческого потенциала.

Косвенное социальное влияние

 – Такие современные технологии бизнеса и менеджмента, как реклама, работа с персоналом, формирование корпоративной культуры и фирменного стиля, невозможны без использования традиционных форм социально-культурной деятельности, без сотрудничества с учреждениями и организациями сферы культуры.

Косвенное экономическое влияние

 – Велика роль культуры и искусства в образовании и воспитании, особенно подрастающего поколения, влиянии на интеллектуальное и эмоциональное развитие личности.

 **14.Определите основные механизмы менеджмента:**

- организационно-административный механизм;

 - ориентация на достижение коммерческого успеха;

- экономический механизм;

- инновационный и творческий характер деятельности;

- работа с персоналом;

- информационный механизм

**15. Какие группы или отрасли включает в себя социально-культурная сфера:**

а) торговля;

б) культура, искусство и средства массовой информации;

в) общественное питание;

г) образование и профессиональная подготовка кадров;

д) здравоохранение;

е) бытовое обслуживание;

ж) физическая культура и спорт;

з) социальное обеспечение.

**16.Перечислите виды учета и отчетности библиотеки:**

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**17.Продолжите предложение:**

 Поиск денежных средств для организаций культуры из различных источников – это: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**18. Перечислите виды социального партнерства библиотек в современных условиях (не менее 5 видов):**

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**19.** **С каким определением вы согласны** (подчеркните правильный ответ):

Реклама это:

а) обусловленная нравственно-интеллектуальными мотивами общественно-целессобразная деятельность по созданию, освоению, сохранению, распространенипю, и дальнейшему развитию ценностей культуры.

б) эффективный стимулятор любого рынка, который информирует о товарах и услугах, создает образ, имидж производителей, стимулирует сбыт товара, услуг, способствуя росту прибыли.

**20. Перечислите функции рекламы:**

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 Оценка подпись преподавателя

Выполненный тест можно отправить в формате электронного документа или фото, скан преподавателю Шмытовой Е.В. на адрес электронной почты shmytova.e71@gmail.com или ВКонтакте [https://vk.com/id453050998](https://vk.com/id453050998%20%20%20%D0%B4%D0%BE%2016.00)  ДО 16.00 25 МАРТА.