

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
Московский государственный институт культуры**

**УТВЕРЖДАЮ
Председатель УМС
факультета государственной
культурной политики
А.Ю. Единак**

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Б1.В.08 КРАУДФАНДИНГ

**Направление подготовки
39.03.03 Организация работы с молодежью**

**Профиль подготовки
Управление креативными проектами в сфере молодежной политики
Уровень квалификации бакалавр
Форма обучения очная**

*(РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов)*

1. Перечень компетенций

			Наименование оценочных средств
УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9.1. Знает основные законы и закономерности функционирования экономики; основы экономической теории, необходимые для решения профессиональных и социальных задач УК-9.2. Применяет экономические знания при выполнении практических задач; принимает обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности УК-9.3. Способен использовать основные положения и методы экономических наук при решении социальных и профессиональных задач	Знать: <input type="checkbox"/> Знает основные законы и закономерности функционирования экономики; <input type="checkbox"/> Выделяет основы экономической теории, необходимые для решения профессиональных и социальных задач; <input type="checkbox"/> Осознаёт базовые принципы экономической деятельности в области дизайна; <input type="checkbox"/> Перечисляет основные виды экономических расчётов в профессиональной деятельности; Уметь: <input type="checkbox"/> Применяет экономические знания при выполнении практических задач; <input type="checkbox"/> Принимает обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности; <input type="checkbox"/> Осуществляет экономические расчёты различного назначения; <input type="checkbox"/> Анализирует экономическую составляющую проектных решений;	Доклад ,тема 1. Введение в краудфандинг Конспект, тема 2. Платформы и экосистема краудфандинга

		<p>Владеть:</p> <p><input type="checkbox"/> Способен использовать основные положения и методы экономических наук при решении социальных и профессиональных задач;</p> <p><input type="checkbox"/> Владеет актуальной информацией по экономическим показателям ресурсов, используемых в профессиональной деятельности;</p> <p><input type="checkbox"/> Оптимизирует проект с целью получения наиболее экономичного варианта.</p>	
<p><i>ПК-6.</i> Способен осуществлять аналитико-исследовательскую и инновационную деятельность в сфере молодежной политики</p>	<p>ПК-6.1. Собирать и систематизировать информацию о молодежных процессах и инициативах.</p> <p>ПК-6.2. Разрабатывать методические материалы и рекомендации.</p> <p>ПК-6.3. Внедрять инновационные технологии в практику работы с молодежью.</p> <p>ПК-6.4. Проводить экспертизу и оценку эффективности молодежных программ.</p>	<p>Знать:</p> <p>-Методы анализа и диагностики социальных молодежных инициатив.</p> <p>-Основы научно-исследовательской и экспертной деятельности.</p> <p>-Принципы инновационного развития молодежной политики.</p> <p>Уметь:</p> <p>-Проводить мониторинг и анализ деятельности молодежных структур.</p> <p>-Разрабатывать методические рекомендации и инновационные решения.</p> <p>-Проводить экспертизу проектов и программ.</p> <p>Владеть:</p>	<p>Презентация. Тема 3. Подготовка и запуск кампании</p> <p>Рецензия Тема 4. Маркетинг и продвижение краудфандинговой кампании</p>

		<p>- Инструментами аналитической и исследовательской работы.</p> <p>- Методами внедрения инноваций и тиражирования лучших практик.</p> <p>- Навыками подготовки аналитических и экспертных отчетов.</p>	
<p><i>ПК-6.</i> Способен осуществлять аналитико-исследовательскую и инновационную деятельность в сфере молодежной политики</p>	<p>ПК-6.1. Собирать и систематизировать информацию о молодежных процессах и инициативах.</p> <p>ПК-6.2. Разрабатывать методические материалы и рекомендации.</p> <p>ПК-6.3. Внедрять инновационные технологии в практику работы с молодежью.</p> <p>ПК-6.4. Проводить экспертизу и оценку эффективности молодежных программ.</p>	<p>Знать:</p> <p>- Методы анализа и диагностики социальных молодежных инициатив.</p> <p>- Основы научно-исследовательской и экспертной деятельности.</p> <p>- Принципы инновационного развития молодежной политики.</p> <p>Уметь:</p> <p>- Проводить мониторинг и анализ деятельности молодежных структур.</p> <p>- Разрабатывать методические рекомендации и инновационные решения.</p> <p>- Проводить экспертизу проектов и программ.</p> <p>Владеть:</p> <p>- Инструментами аналитической и исследовательской работы.</p> <p>- Методами внедрения инноваций и тиражирования лучших практик.</p> <p>- Навыками подготовки</p>	<p>Презентация. Тема 5. Краудфандинг для бизнеса и стартапов.</p> <p>Конспект. Тема 6. Краудфандинг в социальных и культурных проектах</p> <p>Доклад. Тема 7. Анализ и оценка эффективности кампании</p> <p>Презентация. Тема 8. Тренды и будущее краудфандинга</p>

		аналитических и экспертных отчетов.	
--	--	--	--

2. Типовые и оригинальные контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки планируемых результатов обучения по дисциплине (оценочные средства). Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания.

2.3. Задания практико-ориентированного и/или исследовательского уровня

Тест

1. Что такое краудфандинг?
 - а) Сбор средств у большого числа людей через интернет
 - б) Получение кредита в банке
 - в) Продажа акций инвесторам
2. Какой вид краудфандинга НЕ существует?
 - а) Reward-based
 - б) Charity-based
 - в) Government-based
3. Краудфандинг чаще всего используется для:
 - а) Финансирования стартапов и творческих проектов
 - б) Покупки недвижимости
 - в) Оплаты налогов
4. Какая платформа специализируется на equity-краудфандинге?
 - а) Kickstarter
 - б) Indiegogo
 - в) Seedrs
5. На какой платформе чаще собирают деньги на медицинские расходы?
 - а) GoFundMe
 - б) Patreon
 - в) Boomstarter
6. Какую платформу используют в России для творческих проектов?
 - а) Planeta.ru
 - б) Kiva
 - в) Crowdcube
7. В каком типе backers получают товар или услугу?
 - а) Donation-based
 - б) Reward-based
 - в) Debt-based
8. Equity-краудфандинг — это:
 - а) Пожертвования без вознаграждения
 - б) Инвестиции в обмен на долю в компании
 - в) Займы под проценты
9. P2P-кредитование относится к:
 - а) Reward-based
 - б) Debt-based
 - в) Donation-based
10. Что важно для успешного краудфандинга?
 - а) Только яркое видео
 - б) Четкая цель, описание и вознаграждения

- в) Высокая цель сбора без объяснений
- 11. Какой срок оптимален для кампании?
 - а) 10 дней
 - б) 30-45 дней
 - в) 6 месяцев
- 12. Что такое "предкампанийная подготовка"?
 - а) Запуск без предупреждения
 - б) Сбор подписчиков до старта
 - в) Отказ от маркетинга
- 13. Какой канал НЕ подходит для продвижения?
 - а) Соцсети (Facebook, Instagram)
 - б) Личные письма спонсорам
 - в) Реклама на билбордах
- 14. Что такое "стратегия stretch goals"?
 - а) Снижение цели после старта
 - б) Дополнительные цели после достижения основной
 - в) Отказ от вознаграждений
- 15. Какой контент важнее всего?
 - а) Только текст
 - б) Только видео
 - в) Видео + текст + изображения
- 16. Нужно ли платить налоги с собранных средств?
 - а) Да, если это доход
 - б) Нет, это подарки
 - в) Только за equity-модель
- 17. Кто несет ответственность за невыполнение обязательств?
 - а) Только платформа
 - б) Автор проекта
 - в) Никто
- 18. Можно ли вернуть деньги backers при провале?
 - а) Да, всегда
 - б) Нет, если платформа не гарантирует
 - в) Только по решению суда
- 19. Какой проект собрал рекордные \$20M+ на Kickstarter?
 - а) Pebble Time
 - б) Фильм "Вернуть назад"
 - в) Игра "Star Citizen"
- 20. Почему провалился краудфандинг Coolest Cooler?
 - а) Плохое видео
 - б) Проблемы с логистикой
 - в) Низкая цель сбора
- 21. Какой российский проект успешно собрал деньги?
 - а) Картина "Черный квадрат 2.0"
 - б) Сериал "Мама, я убью тебя" (Planeta.ru)
 - в) Книга "Как разбогатеть за 1 день"
- 22. Почему люди поддерживают проекты?
 - а) Только из-за вознаграждений
 - б) Желание быть частью идеи
 - в) Страх пропустить выгоду
- 23. Что мотивирует backers чаще?

- а) Дешевые вознаграждения
 - б) Эксклюзивные предложения
 - в) Отсутствие выбора
24. Какой фактор НЕ влияет на доверие?
- а) Открытость автора
 - б) Анонимность
25. Как блокчейн влияет на краудфандинг?
- а) Позволяет токенизировать активы
 - б) Увеличивает комиссии
 - в) Замедляет сбор средств
26. Что такое ICO?
- а) Краудфандинг на блокчейне
 - б) Банковский кредит
 - в) Государственная субсидия
27. Как AI помогает в краудфандинге?
- а) Автоматизирует маркетинг
 - б) Заменяет backers
 - в) Удаляет платформы
28. Что делать, если кампания идет неэффективно?
- а) Увеличить цель
 - б) Добавить новые вознаграждения
 - в) Ничего
29. Можно ли продлить срок кампании?
- а) Да, на всех платформах
 - б) Нет, никогда
 - в) Зависит от платформы
30. Когда лучше запускать кампанию?
- а) В праздники
 - б) В начале месяца
 - в) После теста аудитории

Практические задания

1. Разработка краудфандинговой кампании

Задание:

Придумайте проект (стартап, творческий или социальный) и разработайте для него:

- Название и краткое описание (1-2 предложения).
- Цель сбора (сумма и на что пойдут деньги).
- 3 уровня вознаграждений для backers.

Формат: Презентация или текстовая заявка.

2. Анализ успешной кампании

Задание:

Выберите 1 успешный проект на Kickstarter/Planeta.ru и проанализируйте:

- Почему он собрал больше цели?
- Какие вознаграждения были самыми популярными?
- Как авторы общались с backers?

Формат: Эссе (1-2 страницы) или разбор в таблице.

3. Создание промоматериалов

Задание:

Для вашего проекта из задания 1 сделайте:

- Пост для соцсетей (текст + изображение).

- Сценарий 1-минутного видео (набросок).
 - Пример email-рассылки для подписчиков.
- Формат: Файлы в PowerPoint или Google Docs.

4. Расчет бюджета

Задание:

Допустим, вы собираете 500 000 руб. на выпуск настольной игры. Распределите:

- Производство (тираж, упаковка).
- Логистика (доставка по РФ).
- Маркетинг (реклама, комиссия платформы).
- Налоги (13% от прибыли).

Формат: Таблица в Excel с комментариями.

5. Питч-дебаты

Задание:

Разделитесь на группы:

- 1 группа защищает краудфандинг как лучший способ финансирования.
- 2 группа критикует его, предлагая альтернативы (кредиты, инвесторы).

Формат: Дискуссия (10-15 минут) с аргументами «за» и «против».

6. Правовой кейс

Задание:

Разберите ситуацию:

*«Проект собрал 2 млн руб., но автор не выполнил обязательства. Backers требуют вернуть деньги. Каковы их права в РФ?»

Формат: Ответ в виде тезисов со ссылками на законы.

7. А/В тестирование заголовка

Задание:

Придумайте 3 варианта заголовка для одного проекта (например, есо-сумки). Проведите опрос в группе: какой вариант привлекательнее и почему?

Формат: Голосование + краткий отчет.

8. Кризис-менеджмент

Задание:

Смоделируйте проблему:

«Через месяц после успешного сбора завод увеличил цены на 30%. Как сообщить backers о задержке?»

Формат: Текст официального объявления + ответы на гневные комментарии.

9. Сравнение платформ

Задание:

Сравните 2 платформы (например, Kickstarter и Planeta.ru) по критериям:

- Комиссия.
- Аудитория.

- Правила возврата средств.

Формат: Таблица или инфографика.

Итоговое экзаменационное задание

Подготовьте полную кампанию (на выбор):

- Реальная (запуск на платформе).
- Учебная (документы + презентация).

Что включить:

- Описание, бюджет, таймлайн.
- Маркетинг-план.
- План действий после сбора.

Формат: Презентация или отчет (5-10 слайдов/страниц).

Критерии оценки:

- Реалистичность идеи.
- Проработка деталей.
- Креативность вознаграждений.
- Учет рисков.

Критерии оценки студенческих краудфандинговых проектов

Проекты оцениваются по 5 ключевым блокам с градацией: «Отлично», «Хорошо», «Удовлетворительно», «Неудовлетворительно».

1. Оформление и презентация проекта

Отлично (5 баллов)

- Четкое и убедительное описание проекта: проблема, решение, уникальность.
- Профессиональное видео/изображения (если требуется).
- Грамотная структура: заголовок, лид-абзац, разделы, призыв к действию.

Хорошо (4 балла)

- Описание есть, но недостаточно яркое или есть логические пробелы.
- Видео/дизайн среднего качества, но передает суть.
- Структура соблюдена, но призыв к действию слабый.

Удовлетворительно (3 балла)

- Описание шаблонное или перегружено деталями.
- Нет видео или очень низкое качество материалов.
- Нет четкой структуры.

2. Экономическая обоснованность

Отлично (5 баллов)

- Детальный бюджет: указаны все статьи расходов (производство, логистика, маркетинг, налоги).
- Реалистичная цель сбора (подтверждена расчетами).
- План использования средств прозрачен для backers.

Хорошо (4 балла)

- Бюджет есть, но без детализации некоторых статей.
- Цель сбора завышена/занижена, но объяснена.
- Нет четкого плана распределения.

Удовлетворительно (3 балла)

- Бюджет составлен формально, без расчетов.
- Цель сбора не обоснована.
- Нет информации, как будут использованы деньги.

3. Вознаграждения (реварды)

Отлично (5 баллов)

- 3-5 уровней вознаграждений с разной ценовой категорией.
- Вознаграждения креативные, соответствуют аудитории.
- Указаны сроки доставки и условия.

Хорошо (4 балла)

- 2-3 уровня вознаграждений, но без уникальности.
- Есть риски с выполнением (например, сроки неясны).

Удовлетворительно (3 балла)

- 1-2 шаблонных вознаграждения (например, «благодарность в соцсетях»).
- Нет информации о сроках или стоимости доставки.

4. Маркетинг и продвижение

Отлично (5 баллов)

- Готовый план продвижения: соцсети, таргет, работа с медиа.
- Анализ целевой аудитории (где и как искать backers).
- Использование инструментов (e-mail-рассылки, партнеры).

Хорошо (4 балла)

- Есть базовый план, но без деталей.
- Аудитория определена обобщенно.
- Нет инструментов, кроме соцсетей.

Удовлетворительно (3 балла)

- План отсутствует или очень абстрактный.
- Аудитория не определена.

5. Управление рисками

Отлично (5 баллов)

- Список рисков (задержки, недобор, проблемы с поставщиками).
- План действий для каждого риска (альтернативные поставщики, коммуникация с backers).

Хорошо (4 балла)

- Риски названы, но без плана минимизации.

Удовлетворительно (3 балла)

- Риски не проработаны.

Дополнительные параметры для «Отлично»

✓ Инновационность идеи.

✓ Социальная значимость (если проект некоммерческий).

✓ Готовый прототип (для товаров) или дорожная карта (для стартапов).