

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Садыкова Алёна Григорьевна
Должность: Директор Высшей школы креативных индустрий
Дата подписания: 26.08.2026 14:31:54
Уникальный программный ключ:
d72783635b7f7c872e79a746e849dcb1abc6a87a

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Северо-Кавказский федеральный университет»
Высшая школа креативных индустрий
Колледж креативных индустрий

УТВЕРЖАЮ

Директор Высшей школы

креативных индустрий

А.Г. Садыкова

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по (учебной) дисциплине ОП.08 Введение в креативные индустрии

Специальность 42.02.01 Реклама

Форма обучения очная

 очная, заочная, очно-заочная

1. Паспорт фонда оценочных средств

1.1. Область применения

Фонд оценочных средств (далее - ФОС) предназначен для оценивания знаний, умений, уровня сформированности компетенций студентов, обучающихся по профессии/специальности 42.02.01 Реклама по дисциплине ОП.08 Введение в креативные индустрии.

ФОС составлен на основе ФГОС и рабочей программы дисциплины.

Промежуточная аттестация по дисциплине «Введение в креативные индустрии» предусмотрена в форме экзамена с выставлением отметки по системе «отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно».

1.2. Планируемые результаты освоения (учебной) дисциплины

ФОС позволяет оценить знания, умения, сформированность общих и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС и рабочей программой (учебной) дисциплины.

Планируемые результаты освоения (знания и умения) и перечень осваиваемых компетенций (общих и профессиональных) указываются в соответствии с ФГОС, ОП и рабочей программой учебной дисциплины

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ОК 01	Распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; Анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; Правильно выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; Составить план действия, Определить необходимые ресурсы; Владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; Реализовать составленный план; Оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника).	Актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; Основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; Алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; Методы работы в профессиональной и смежных сферах; Структура плана для решения задач; Порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности.
ОК 02	Определять задачи поиска информации; Определять необходимые источники информации; Планировать процесс поиска; Структурировать получаемую информацию; Выделять наиболее значимое в перечне информации; Оценивать практическую значимость результатов поиска; Оформлять результаты поиска.	Номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; Приемы структурирования информации; Формат оформления результатов поиска информации.
ОК 03	определять актуальность нормативно-правовой документации в	содержание актуальной нормативно-правовой

	профессиональной деятельности применять современную научную профессиональную терминологию определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности презентовать бизнес-идею определять источники финансирования	документации современная научная и профессиональная терминология возможные траектории профессионального развития и самообразования основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности правила разработки бизнес-планов порядок выстраивания презентации кредитные банковские продукты
ОК 04	организовывать работу коллектива и команды взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности	психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности основы проектной деятельности
ОК 05	грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе	особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов и построения устных сообщений
ОК 09	понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые) писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы	правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика) лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности особенности произношения правила чтения текстов профессиональной направленности
ПК 1.1	- производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей; - анализировать каналы коммуникации в соответствии характеристикам аудитории; - доводить информацию заказчика до целевой аудитории; - использовать приемы привлечения	- способов анализа рынка, целевой аудитории и конкурентной среды; - аудиторию различных средств рекламы; - формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда; - технологии воздействия на аудиторию при проведении

	аудитории при проведении исследований; - использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении исследований; - уметь завоевывать доверие и внимание аудитории при проведении исследований, привлекать и мотивировать ее участие в исследовании	маркетингового исследования.
ПК 1.4	- Принципов выбора каналов коммуникации Виды и инструменты маркетинговых коммуникаций ...- Важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий - Важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей	Преобразовывать требования заказчика в бриф
ПК 4.3	Умения: - использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; - создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; - конвертировать файлы в нужные форматы; - использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат; - размещать рекламные материалы в социальных медиа; - подбирать визуальные и текстовые материалы в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для интернет-продвижения; - представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; - обеспечивать качественное функционирование сайта; - писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов; - создавать графические материалы рекламного характера; - находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной	- программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; - возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей; - виды сайтов, их возможности и варианты применения; - требования к качественному функционированию сайтов; - программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; - технические средства создания визуального контента; - возможности и ресурсы для макетирования рекламных носителей; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - структуру брифа и требования к нему; - важность учета пожеланий заказчика при разработке фирменного дизайна и элементов фирменного стиля; - важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей;

	кампании на ЦА; - разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации, представляя их в виде мудборда или референсов; - составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа; - Создавать оригинальные, современные по стилю сайты; - разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику; - использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов; - повышать информационную наглядность сайтов; - создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях.	- требования к электронной презентации для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; - технологии воздействия на аудиторию при проведении презентаций и защит проектов.
--	--	--

1.3. Формы контроля и оценивания

Предметом оценки служат умения и знания, предусмотренные ФГОС по учебной дисциплине, направленные на формирование общих и профессиональных компетенций.

Таблица 1 Контроль и оценка освоения (учебной) дисциплины по темам (разделам)

Элемент учебной дисциплины	Формы контроля и оценивания			
	Текущий контроль		Промежуточная аттестация	
	Методы оценки (заполняется в соответствии с разделом 4 рабочей программы)	Проверяемые ПК, ОК, У, З (для общеобразовательных дисциплин ОК, Л, М, П)	Методы оценки	Проверяемые ПК, ОК, У, З (для общеобразовательных дисциплин ОК, Л, М, П)
Раздел 1. Понятие. Методики оценки.			Экзамен	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09, ПК 1.1, ПК 1.4, ПК 4.3
Тема 1.1 Подходы к определению креативных индустрий.	Устный опрос Практическая работа №1	ОК 01 ОК 02 ОК 03 ОК 09		
Тема 1.2. Наименование темы	Устный опрос Практическая работа №2	ОК 01 ОК 09 ПК 4.3		
Тема 1.3. Картирование как инструмент развития творческих индустрий.	Устный опрос Практическая работа №3 Тестирование	ОК 01 ОК 05 ОК 09 ПК 1.1		
Раздел 2. Мировой опыт в креативных индустриях.				

Тема 2.1. Креативные индустрии в Великобритании.	Устный опрос Практическая работа №4	<i>ПК 4.3</i> <i>ОК 09</i>
Тема 2.2. Креативные индустрии в Германии.	Устный опрос Практическая работа №5	<i>ОК 01</i> <i>ОК 09</i>
Тема 2.3. Креативные индустрии в Китае.	Устный опрос Практическая работа №6	<i>ОК 01</i> <i>ОК 09</i>
Тема 2.4. ЮНИДО и креативные индустрии.	Устный опрос Практическая работа №7 Защита докладов	<i>ОК 01</i> <i>ОК 09</i>
Тема 2.5. Креативные индустрии в России.	Устный опрос Практическая работа №8	<i>ОК 01</i> <i>ОК 09</i>
Тема 2.6. Креативные индустрии в России (2).	Устный опрос Практическая работа №9 Защита докладов	<i>ОК 01</i> <i>ОК 09</i>
Тема 2.7. Цифровой креатив: трансформация и перспективы креативных индустрий в России.	Устный опрос Практическая работа №10 Тестирование	<i>ОК 01</i> <i>ОК 09</i>
Раздел 3. Креативные индустрии в глобальном контексте.		
Тема 3.1. Глобализация и локализация в креативных индустриях.	Устный опрос Практическая работа №11	<i>ОК 01</i> <i>ОК 09</i>
Тема 3.2. Интеллектуальная собственность в креативных индустриях: защита, монетизация и международное регулирование.	Устный опрос Практическая работа №12	<i>ПК 1.1</i> <i>ПК 4.3</i>
Тема 3.3. Глобальные тренды и вызовы в креативных индустриях: возможности для роста и сотрудничества.	Устный опрос Практическая работа №13	<i>ОК 01</i> <i>ОК 03</i> <i>ОК 09</i>

Тема 3.4. Международная торговля рекламными услугами и контентом: правовые аспекты и регулирования.	Устный опрос Практическая работа №14	<i>ОК 03</i> <i>ПК 4.3</i>	
Тема 3.5. Глобальные тренды в креативных индустриях: влияние на рекламную сферу.	Устный опрос Практическая работа №15 Тестирование	<i>ПК 1.1</i> <i>ОК 03</i> <i>ОК 09</i>	
Тема 3.6. Цифровая трансформация креативных индустрий: новые возможности для рекламы.	Устный опрос Практическая работа №16	<i>ПК 1.1</i> <i>ОК 03</i> <i>ОК 09</i>	
Тема 3.7. Культурные особенности и локализация в глобальных креативных индустриях.	Устный опрос Практическая работа №17	<i>ПК 1.1</i> <i>ОК 03</i> <i>ОК 05</i>	
Тема 3.8. Глобализация и транскультурные потоки в креативных индустриях.	Устный опрос Практическая работа №18 Защита докладов	<i>ПК 1.1</i> <i>ПК 4.3</i>	
Тема 3.9. Влияние глобальных платформ на развитие креативных индустрий.	Устный опрос Практическая работа №19 Защита докладов	<i>ПК 1.1</i> <i>ОК 03</i> <i>ОК 05</i>	
Тема 3.10. Культурное разнообразие и устойчивое развитие в креативных индустриях.	Устный опрос Практическая работа №20 Проверочная работа	<i>ПК 1.1</i> <i>ПК 1.1</i> <i>ПК 4.3</i>	

2. Оценочные средства текущего контроля успеваемости и критерии оценки

Раздел 1. Понятие. Методики оценки.

Тема 1.1 Подходы к определению креативных индустрий.

1. Какие основные подходы существуют к определению креативных индустрий?
2. Чем экономический подход к креативным индустриям отличается от культурного?
3. Какова роль инноваций в креативных индустриях?
4. Почему понятие креативных индустрий считается мультидисциплинарным?
5. Какие сферы обычно включают в креативные индустрии?

Тема 1.2. Подходы к измерению креативной экономики.

1. Какие основные методы используются для измерения креативной экономики?
2. Какова роль статистического подхода в оценке креативных индустрий?
3. Почему важно использовать комбинированный подход в измерении креативной экономики?
4. Что такое индекс глобальной креативности и какие показатели он включает?
5. Для чего нужны качественные методы оценки креативной экономики?

Тема 1.3. Картирование как инструмент развития творческих индустрий.

1. Что такое картирование в контексте креативных индустрий?
2. Какие виды карт креативных индустрий вы знаете?
3. Какие преимущества дает использование картирования для развития креативных индустрий?
4. Какие шаги необходимо предпринять для создания карты стейкхолдеров в вашей местности?
5. Как можно использовать карту ресурсов для привлечения инвестиций в креативных индустрий?

Критерии оценивания:

Оценка «отлично» выставляется студенту за глубокое и полное овладение содержанием учебного материала, в котором студент легко ориентируется, владение понятийным аппаратом, за умение применять теоретические знания при решении практических задач. Отличная отметка предполагает грамотное, логичное изложение устного ответа.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если студент полно освоил учебный материал, владеет понятийным аппаратом, ориентируется в изученном материале, грамотно излагает устный ответ, но содержание и форма ответа имеют некоторые неточности.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если студент обнаруживает знание и понимание основных положений учебного материала, но излагает его неполно, непоследовательно, допускает неточности.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если студент имеет разрозненные, бессистемные знания, не умеет выделять главное и второстепенное, допускает при ответе грубые ошибки, за полное незнание и непонимание учебного материала.

Раздел 2. Мировой опыт в креативных индустриях.

Тема 2.1. Креативные индустрии в Великобритании.

1. Как определяются креативные индустрии в Великобритании?
2. Перечислите ключевые факторы успеха креативных индустрий в Великобритании.
3. Какую роль играет государство в поддержке креативных индустрий в Великобритании?
4. Как креативные индустрии влияют на экономику Великобритании?
5. Какие творческие кластеры существуют в Великобритании?

Тема 2.2. Креативные индустрии в Германии.

1. Как определяются креативные индустрии в Германии?
2. Какие отрасли входят в состав культурных и креативных индустрий в Германии?
3. Какую роль играет государство в поддержке креативных индустрий в Германии?
4. Какие особенности немецкого дизайна и архитектуры вы знаете?
5. Какое влияние оказывают креативные индустрии на культурную жизнь Германии?

Тема 2.3. Креативные индустрии в Китае.

1. Какие отрасли наиболее динамично развиваются в креативных индустриях Китая?
2. Каково влияние цифровых технологий на развитие креативных индустрий в Китае?
3. Какие традиционные элементы культуры интегрированы в современные креативные индустрии в Китае?

Тема 2.4. ЮНИДО и креативные индустрии.

1. Какова основная роль ЮНИДО в развитии креативных индустрий?
2. Какие конкретные направления деятельности ЮНИДО связаны с креативными индустриями?
3. Почему ЮНИДО уделяет особое внимание креативных индустрий в развивающихся странах?
4. Какие преимущества, по мнению ЮНИДО, дает развитие креативных индустрий?

Тема 2.5. Креативные индустрии в России.

1. Какие отрасли входят в состав креативных индустрий в России?
2. Какие меры государственной поддержки креативных индустрий существуют в России?
3. Какие основные вызовы стоят перед креативными индустриями в России?

Тема 2.6. Креативные индустрии в России (2).

1. Какую роль играют креативные кластеры в развитии креативного сектора в России?
2. Какие перспективы развития креативных индустрий в России вы видите?

Тема 2.7. Цифровой креатив: трансформация и перспективы креативных индустрий в России.

1. Какие сектора креативных индустрий наиболее перспективны для развития в России?
2. Какие меры поддержки со стороны государства наиболее эффективны для развития креативных индустрий в России?
3. Какие факторы сдерживают развитие креативных индустрий в России?
4. Какова роль цифровых технологий в развитии креативных индустрий в России?
5. Какие стратегии можно использовать для продвижения российских креативных продуктов на международном рынке?

Критерии оценивания:

Оценка «отлично» выставляется студенту за глубокое и полное овладение содержанием учебного материала, в котором студент легко ориентируется, владение понятийным аппаратом, за умение применять теоретические знания при решении практических задач. Отличная отметка предполагает грамотное, логичное изложение устного ответа.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если студент полно освоил учебный материал, владеет понятийным аппаратом, ориентируется в изученном материале, грамотно излагает устный ответ, но содержание и форма ответа имеют некоторые неточности.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если студент обнаруживает знание и понимание основных положений учебного материала, но излагает его неполно, непоследовательно, допускает неточности.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если студент имеет разрозненные, бессистемные знания, не умеет выделять главное и второстепенное, допускает при ответе грубые ошибки, за полное незнание и непонимание учебного материала.

Раздел 3. креативные индустрии в глобальном контексте.

Тема 3.1. Глобализация и локализация в креативных индустриях.

1. В чем заключается суть глобализации и локализации в креативных индустриях?
2. Как глобализация влияет на развитие креативных индустрий?
3. Почему важна локализация в креативных индустриях?
4. Какие примеры успешного сочетания глобального и локального вы знаете в креативных индустриях?
5. Какие риски связаны с чрезмерной глобализацией креативных индустрий?

Тема 3.2. Интеллектуальная собственность в креативных индустриях: защита, монетизация и международное регулирование.

1. Что такое интеллектуальная собственность и почему она важна для креативных индустрий?
2. Какие виды прав ИС существуют и что они защищают?
3. Как можно монетизировать интеллектуальную собственность в креативных индустриях?
4. Какие международные организации занимаются вопросами ИС?
5. Какие основные вызовы и проблемы существуют в сфере защиты ИС?

Тема 3.3. Глобальные тренды и вызовы в креативных индустриях: возможности для роста и сотрудничества.

1. Назовите и опишите основные глобальные тренды, влияющие на креативные индустрии.
2. Какие вызовы стоят перед креативными индустриями в глобальном контексте?
3. Какие возможности для роста и международного сотрудничества существуют для креативных индустрий?
4. Как цифровая трансформация влияет на способы создания, распространения и потребления креативного контента?
5. Какую роль играет культурный обмен в развитии креативных индустрий?
6. Почему важна защита интеллектуальной собственности в глобальной креативной экономике?
7. Какие навыки необходимы креативным профессионалам для успешной работы на международном рынке?

Тема 3.4. Международная торговля рекламными услугами и контентом: правовые аспекты и регулирования.

1. Какие особенности характеризуют международную торговлю рекламными услугами и контентом?
2. Какую роль играет интеллектуальная собственность в этой торговле?
3. Какие формы торговли рекламными услугами и контентом существуют?
4. Какие правовые аспекты необходимо учитывать при разработке и реализации международных рекламных кампаний?
5. Какие законы и правила регулируют рекламу в разных странах?
6. Почему важен учет культурных особенностей при создании международной рекламы?

Тема 3.5. Глобальные тренды в креативных индустриях: влияние на рекламную сферу.

1. Какие глобальные тренды в креативных индустриях оказывают наибольшее влияние на рекламу?
2. Как цифровые технологии меняют рекламные стратегии?
3. Какие культурные особенности необходимо учитывать при создании глобальных рекламных кампаний?
4. Почему sustainability и инклюзивность стали важными элементами современной рекламы?
5. Как креативные индустрии разных стран взаимодействуют в глобальном рекламном пространстве?

Тема 3.6. Цифровая трансформация креативных индустрий: новые возможности для рекламы.

1. Какие цифровые технологии оказывают наибольшее влияние на современную рекламу?
2. Как искусственный интеллект меняет процесс создания и таргетинга рекламы?
3. Какие преимущества и риски несет глобализация рекламных платформ?
4. Почему интерактивные форматы (AR/VR, игры) становятся популярными в рекламе?
5. Как цифровая трансформация влияет на профессии в рекламной индустрии?

Тема 3.7. Культурные особенности и локализация в глобальных креативных индустриях.

1. Какие культурные аспекты наиболее важны при локализации креативных проектов?
2. Как различия в ценностных системах влияют на восприятие рекламы в разных странах?
3. Какие примеры неудачной локализации в креативных индустриях вы знаете? В чем были ошибки?

4. Как цифровые платформы упрощают или усложняют процесс культурной адаптации контента?

Тема 3.8. Глобализация и транскультурные потоки в креативных индустриях.

1. Какое влияние оказывает глобализация на креативные индустрии?
2. Что такое транскультурные потоки и как они проявляются в креативных индустриях?
3. Объясните понятие "глокализация" и приведите примеры ее использования в креативных индустриях.
4. Какие вызовы, связанные с глобализацией, стоят перед креативными индустриями?

Тема 3.9. Влияние глобальных платформ на развитие креативных индустрий.

1. Какие преимущества дают глобальные платформы креативным индустриям?
2. Как алгоритмы соцсетей влияют на создание контента?
3. Почему при работе с международной аудиторией важно учитывать культурные различия?
4. Какие форматы контента сейчас наиболее популярны на глобальных платформах?
5. Какие проблемы могут возникнуть при продвижении креативного продукта через международные платформы?

Тема 3.10. Культурное разнообразие и устойчивое развитие в креативных индустриях.

1. Почему культурное разнообразие важно для развития креативных индустрий?
2. Что означает устойчивое развитие в контексте креативных индустрий?
3. Какие принципы устойчивого развития могут применяться в креативном секторе?
4. Как креативные индустрии могут способствовать продвижению устойчивого развития?

Критерии оценивания:

Оценка «отлично» выставляется студенту за глубокое и полное овладение содержанием учебного материала, в котором студент легко ориентируется, владение понятийным аппаратом, за умение применять теоретические знания при решении практических задач. Отличная отметка предполагает грамотное, логичное изложение устного ответа.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если студент полно освоил учебный материал, владеет понятийным аппаратом, ориентируется в изученном материале, грамотно излагает устный ответ, но содержание и форма ответа имеют некоторые неточности.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если студент обнаруживает знание и понимание основных положений учебного материала, но излагает его неполно, непоследовательно, допускает неточности.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если студент имеет разрозненные, бессистемные знания, не умеет выделять главное и второстепенное, допускает при ответе грубые ошибки, за полное незнание и непонимание учебного материала.

Раздел 4. Креативные индустрии и общество: Влияние и ответственность.

Тема 4.1. Креативность как двигатель социальных изменений.

1. Каким образом креативные индустрии влияют на общественное мнение и поведение людей?
2. Приведите примеры креативных проектов, которые способствовали позитивным социальным изменениям.
3. Какую ответственность несут представители креативных профессий перед обществом?
4. Как креативность может быть использована для решения социальных проблем?

Тема 4.2. Этика в креативных индустриях: баланс между творчеством и ответственностью.

1. Какие этические дилеммы наиболее часто встречаются в креативных индустриях?
2. В чем заключается ответственность креативных специалистов перед обществом?
3. Какие принципы и кодексы поведения существуют для разных секторов креативных индустрий?

4. Как можно сбалансировать творческое самовыражение и социальную ответственность в креативной деятельности?

Тема 4.3. Креативные индустрии и инклюзивность: обеспечение разнообразия и равных возможностей.

1. Что подразумевают принципы инклюзивности и разнообразия в контексте креативных индустрий?
2. С какими препятствиями сталкиваются представители маргинализированных групп в креативном секторе?
3. Какую роль могут играть креативные индустрии в продвижении инклюзивности и разнообразия в обществе?
4. Какие конкретные шаги можно предпринять для создания более инклюзивной и равноправной среды в креативных индустриях?

Тема 4.4. Креативные индустрии и цифровое неравенство: Обеспечение доступа и возможностей в эпоху цифровизации.

1. Что такое цифровое неравенство и как оно проявляется в креативных индустриях?
2. Какие факторы определяют доступ к цифровым технологиям и платформам в креативном секторе?
3. Какие последствия имеет цифровое неравенство для возможностей творческой реализации и экономического благосостояния креативных специалистов?

Тема 4.5. Креативные индустрии и культурная дипломатия: Инструмент для международного диалога и взаимопонимания.

1. Что такое культурная дипломатия и какую роль в ней играют креативные индустрии?
2. Какие формы могут принимать креативные проекты, реализуемые в рамках культурной дипломатии?
3. Что такое "мягкая сила" государства и как креативные индустрии могут способствовать ее формированию?
4. Какие этические аспекты следует учитывать при использовании креативных индустрий в культурной дипломатии?

Тема 4.6. Креативные индустрии и защита окружающей среды: Ответственное производство и продвижение экологических ценностей.

1. Какое влияние оказывают креативные индустрии на окружающую среду?
2. Какие экологические проблемы связаны с производством и потреблением креативных продуктов?
3. Как креативные индустрии могут способствовать продвижению экологических ценностей и устойчивого потребления?
4. Какие конкретные шаги можно предпринять для сокращения негативного воздействия креативных индустрий на окружающую среду?

Тема 4.7. Креативные индустрии и психическое здоровье: поддержка благополучия творческих специалистов и аудитории.

1. Как креативные индустрии могут влиять на психическое здоровье творческих специалистов и аудитории?
2. С какими специфическими проблемами психического здоровья сталкиваются креативные специалисты?
3. Какое влияние оказывает потребление креативного контента на психическое благополучие аудитории?
4. Какие меры могут быть предприняты для поддержки и защиты психического здоровья в креативном секторе?

Тема 4.8. Креативные индустрии и развитие сообществ: Локальные инициативы и социальное предпринимательство.

1. Какую роль могут играть креативные индустрии в развитии локальных сообществ?
2. Что такое социальное предпринимательство в креативном секторе?
3. Какие признаки характеризуют успешные креативные инициативы, направленные на развитие сообществ?
4. Какие факторы способствуют устойчивости и масштабируемости креативных проектов, направленных на решение социальных проблем?

Тема 4.9. Креативные индустрии и дезинформация: роль в распространении и борьбе с фейками.

1. Какую роль могут играть креативные индустрии в распространении дезинформации?
2. Какие методы используются для создания и распространения фейковых новостей?
3. Какие инструменты и стратегии можно использовать для противодействия дезинформации?
4. Какова роль креативных специалистов в борьбе с дезинформацией и продвижении критического мышления?

Критерии оценивания:

Оценка «отлично» выставляется студенту за глубокое и полное овладение содержанием учебного материала, в котором студент легко ориентируется, владение понятийным аппаратом, за умение применять теоретические знания при решении практических задач. Отличная отметка предполагает грамотное, логичное изложение устного ответа.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если студент полно освоил учебный материал, владеет понятийным аппаратом, ориентируется в изученном материале, грамотно излагает устный ответ, но содержание и форма ответа имеют некоторые неточности.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если студент обнаруживает знание и понимание основных положений учебного материала, но излагает его неполно, непоследовательно, допускает неточности.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если студент имеет разрозненные, бессистемные знания, не умеет выделять главное и второстепенное, допускает при ответе грубые ошибки, за полное незнание и непонимание учебного материала.

Раздел 5. Реклама как креативная индустрия.

Тема 5.1. Роль креативности в современной рекламной индустрии: от привлечения внимания к созданию ценности.

1. Почему креативность является ключевым фактором успеха в современной рекламной индустрии?
2. Как креативная реклама влияет на формирование лояльности к бренду?
3. Какие методы и подходы используются для развития креативного мышления в рекламе?
4. Какие навыки и качества необходимы современному креативному специалисту в рекламе?

Тема 5.2. Реклама: от убеждения к вовлечению.

1. Как эволюционировала роль рекламы в современном обществе?
2. В чем проявляется креативность в рекламной индустрии? Приведите примеры.
3. Как изменилась модель взаимодействия между брендом и потребителем в современной рекламе?

Тема 5.3. Тренды и инновации в современной рекламе.

1. Какие основные тренды определяют развитие современной рекламной индустрии?
2. В чем заключается суть персонализации рекламы и какие креативные подходы используются для ее реализации?
3. Какую роль играет креативность в контент-маркетинге и нативной рекламе?

Тема 5.4. Этические и социальные аспекты рекламы.

1. Какие этические нормы должна соблюдать рекламная деятельность?
2. Каково влияние рекламы на культуру и ценности общества?
3. Как креативность может использоваться для создания социально ответственной рекламы?

Тема 5.5. От идеи до реализации: Процесс создания рекламной кампании.

1. Какие основные этапы включает в себя процесс создания рекламной кампании?
2. Какую информацию содержит бриф и почему он важен для креативной команды?
3. Какую роль играет креативность на каждом этапе разработки рекламной кампании?

Тема 5.6. Будущее рекламы. Вызовы и возможности.

1. Какие ключевые факторы будут определять будущее рекламной индустрии?
2. Как искусственный интеллект и машинное обучение будут влиять на рекламу?

Тема 5.7. Копирайтинг в рекламе. Сила слова.

1. Что такое копирайтинг и в чем его отличие от обычного письма?
2. Какие основные элементы входят в состав рекламного текста?
3. Какие приемы и техники используют копирайтеры для создания убедительных сообщений?
4. Какую роль играет креативность в копирайтинге?
5. Почему важен анализ результатов и тестирование разных вариантов текстов?

Тема 5.8. Бренд-билдинг и реклама: Креативный код идентичности.

1. Как бренд-билдинг можно рассматривать в контексте креативных индустрий?
2. Что такое "креативный код" бренда и как он формируется с помощью рекламы?
3. Какова роль креативных специалистов в формировании бренда через рекламу?
4. Как креативный опыт способствует созданию ценности бренда?
5. Какие нестандартные креативные подходы используются в бренд-билдинге сегодня?

Тема 5.9. Визуальный сторителлинг в рекламе: креативная сила изображения.

1. Что такое визуальный сторителлинг и почему он важен в рекламе?
2. Какие визуальные элементы используются для создания истории в рекламе?
3. Как креативность проявляется в визуальном сторителлинге?
4. Какую роль играют новые технологии в развитии визуального сторителлинга?
5. Почему важно создавать эмоциональную связь с аудиторией через визуальные образы?

Тема 5.10. Реклама как двигатель креативности: от идеи до реализации.

1. Почему рекламу можно считать креативной индустрией?
2. Что такое креативная концепция в рекламе и какова ее роль?
3. Какие специалисты задействованы в процессе создания рекламной кампании?
4. Как изменилась реклама с развитием digital-технологий?
5. Какова связь между креативностью и эффективностью рекламной кампании?

Тема 5.11. Этика и социальная ответственность в рекламе: баланс между прибылью и ценностями.

1. Что такое этичная реклама и каковы ее основные принципы?
2. В чем заключается социальная ответственность рекламы?
3. Приведите примеры неэтичной рекламы и объясните, почему она таковой является.
4. Как потребители реагируют на этичность и социальную ответственность брендов?
5. Какие последствия могут быть у бренда, игнорирующего этические нормы в рекламе?

Критерии оценивания:

Оценка «отлично» выставляется студенту за глубокое и полное овладение содержанием учебного материала, в котором студент легко ориентируется, владение понятийным аппаратом, за умение применять теоретические знания при решении практических задач. Отличная отметка предполагает грамотное, логичное изложение устного ответа.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если студент полно освоил учебный материал, владеет понятийным аппаратом, ориентируется в изученном материале, грамотно излагает устный ответ, но содержание и форма ответа имеют некоторые неточности.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если студент обнаруживает знание и понимание основных положений учебного материала, но излагает его неполно, непоследовательно, допускает неточности.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если студент имеет разрозненные, бессистемные знания, не умеет выделять главное и второстепенное, допускает при ответе грубые ошибки, за полное незнание и непонимание учебного материала.

3. Оценочные средства для промежуточной аттестации и критерии оценки

Тематика докладов для подготовки в течение изучения программы, для получения промежуточной аттестации:

1. *Историческая эволюция понятия “креативные индустрии”: от ремесел к цифровой экономике.*
2. *Различные подходы к классификации креативных индустрий: сравнение международных и российских моделей.*
3. *Экономический вклад креативных индустрий: проблемы измерения и оценки.*
4. *Креативные индустрии как фактор инновационного развития: роль в стимулировании технологического прогресса и социальной модернизации.*
5. *Креативные индустрии и региональное развитие: стратегии поддержки и развития креативного сектора в российских регионах.*
6. *Состояние и перспективы развития креативных индустрий в России: обзор ключевых секторов.*
7. *Государственная поддержка креативных индустрий в России: меры, программы и эффективность.*
8. *Роль малого и среднего бизнеса в креативных индустриях России: возможности и проблемы.*
9. *Развитие креативных кластеров в российских регионах: лучшие практики и перспективы.*
10. *Экспортный потенциал креативных индустрий России: направления, возможности и барьеры.*
11. *Влияние цифровых технологий на развитие креативных индустрий в России.*
12. *Креативные профессии в России: рынок труда, образование и перспективы.*
13. *Инвестиции в креативные индустрии России: источники, тенденции и риски.*
14. *Интеллектуальная собственность в креативных индустриях России: защита и монетизация.*
15. *Креативные индустрии как фактор развития туризма и городской среды в России.*
16. *Регулирование трансграничной рекламы: сравнительный анализ законодательства различных стран.*
17. *Защита авторских прав и интеллектуальной собственности в международной торговле рекламным контентом.*
18. *Ограничения и запреты в международной рекламе: этические нормы, культурные различия и национальные интересы.*
19. *Трансграничная передача данных в рекламной индустрии: защита персональных данных и конфиденциальность.*
20. *Этические дилеммы в рекламе: манипуляции, стереотипы и дезинформация.*
21. *Авторское право и плагиат в креативных индустриях: границы творчества и заимствования.*

22. Проблемы цифровой конфиденциальности и этика сбора данных в креативных индустриях.
23. Социальная ответственность креативных предпринимателей: влияние на окружающую среду и общество.
24. Этика использования искусственного интеллекта в креативных процессах: автоматизация и человеческий фактор.
25. Свобода выражения и цензура в креативных индустриях: границы дозволенного и ответственность за свои слова.
26. Этика работы с культурным наследием: уважение к традициям и инновации.

Темы для презентации:

1. Искусственный интеллект в рекламе: автоматизация, персонализация и креативность.
2. Виртуальная и дополненная реальность: новые горизонты для рекламного опыта.
3. Программатик-реклама: алгоритмы, данные и эффективность.
4. Инфлюенс-маркетинг: тренды, этика и долгосрочные стратегии.
5. Блокчейн в рекламе: прозрачность, безопасность и борьба с мошенничеством.
6. Голосовой поиск и реклама: оптимизация контента и новые возможности.

Требования к оформлению доклада:

Доклад — это сбор информации по заданной теме из определенных источников: монографии, учебников, статей из научных журналов.

Доклад показывает, как студент умеет работать с информацией.

Структура доклада

1. Титульный лист.

Титульный лист оформляется по единым требованиям. Он содержит:

- название образовательного учреждения;
- тему доклада;
- сведения об авторе;
- сведения о руководителе;
- год выполнения работы.

2. Оглавление.

В оглавлении излагается название составляющих (глав, вопросов) доклада, указываются страницы.

- | | |
|----------------------------|------|
| I. Введение | стр. |
| II. Основная часть | стр. |
| III. Заключение..... | стр. |
| IV. Список литературы..... | стр. |
| V. Приложения..... | стр. |

3. Введение.

В введении формируется суть исследуемой проблемы ее актуальность, обосновывается выбор темы. Указывается цель и задачи. Показывается научный интерес и практическое значение. Объем введения составляет 0,5-2 страницы. Умение кратко и по существу излагать свои мысли — это одно из достоинств автора. Иллюстрации в раздел «Введение» не помещаются.

4. Основная часть.

Следующий после «Введения» раздел должен иметь заглавие, выражающее основное содержание доклада, его суть. Главы основной части доклада должны соответствовать оглавлению (простому или развернутому) и указанным в оглавлении страницам. В этом разделе должен быть подробно представлен материал, полученный в ходе изучения различных источников информации (литературы). Все сокращения в тексте должны быть расшифрованы. Ссылки на авторов

цитируемой литературы должны соответствовать номерам, под которыми они идут по списку литературы. Объем основной части – не менее 3 листов. Нумерация страниц доклада и приложений производится в правом нижнем углу арабскими цифрами без знака «№». Титульный лист считается первым, но не нумеруется. Страница с планом, таким образом, имеет номер «2».

Основная часть должна включать в себя также собственное мнение студента.

5. Заключение.

В заключении подводятся итоги или дается обобщенный вывод по теме доклада, указывается что интересно, что спорно, предлагаются рекомендации.

Объем заключения 0,5-2 страницы.

6. Список литературы.

Те источники информации, которые имеют прямое отношение к работе и использованы в ней. При этом в самом тексте работы должны быть обозначены номера источников информации, под которыми они находятся в списке литературы и на которые ссылается автор. Эти номера в тексте работы заключаются в квадратные скобки, рядом через запятую указываются страницы, которые использовались как источник информации, например: [1, с. 18]. В списке литературы эти квадратные скобки не ставятся. Оформляется список использованной литературы со всеми выходными данными. Он оформляется по алфавиту и имеет сквозную нумерацию арабскими цифрами.

7. Приложения.

Это могут быть карты, схемы, графики, диаграммы, рисунки, фото и т.д.

Для иллюстраций могут быть отведены отдельные страницы. В этом случае они (иллюстрации) оформляются как приложение и выполняются на отдельных страницах. Нумерация приложений производится в правом нижнем углу арабскими цифрами без знака «№».

Требования к оформлению доклада

Доклад выполняется на стандартных страницах белой бумаги формата А-4 (верхнее, нижнее и правое поля – 1 см; левое – 3 см).

Текст печатается шрифтом Times New Roman (размер шрифта – 14 кегель). Заголовки – полужирным шрифтом Times New Roman (размер шрифта – 14 кегель).

Интервал между строками – 1,5.

Текст оформляется на одной стороне листа.

При оценке доклада учитывается:

- письменная грамотность;
- логическая последовательность и выдержанность научного стиля;
- соответствие содержания теме;
- глубина проработки материала, грамотность раскрытия темы;
- правильность и полнота использования источников;
- соответствие оформления реферата стандартам;
- способность ответить на заданные вопросы;
- свободное владение материалом доклада (студент рассказывает, а не читает)

Критерии оценивания:

Оценка «отлично» выставляется студенту за глубокое и полное овладение содержанием учебного материала, в котором студент легко ориентируется; владение понятийным аппаратом, умение использовать биографические материалы, а также литературоведческую и критическую литературу, давать доказательную и убедительную оценку освещаемому вопросу, свободно и целенаправленно использовать конкретные понятия теории литературы, активно и целесообразно использовать различные виды справочной литературы, высказывать в письменной форме и обосновывать свои суждения. Отличная отметка предполагает грамотное, логичное изложение материала, качественное внешнее оформление.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если студент полно освоил учебный материал, владеет понятийным аппаратом, ориентируется в изученном материале, осознанно применяет

знания при освещении излагаемого материала, грамотно излагает ответ, но содержание и форма ответа имеют некоторые неточности.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если студент обнаруживает знание и понимание основных положений учебного материала, но излагает его неполно, непоследовательно, допускает неточности в определении понятий, в применении знаний, не умеет доказательно обосновать свои суждения.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если студент имеет разрозненные, бессистемные знания, не умеет выделять главное и второстепенное, допускает ошибки в определении понятий, искажает их смысл, беспорядочно излагает материал; за полное незнание и непонимание учебного материала или отказ от выполнения данной работы.