

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:

d72783635b7f7c872e79a746e849dcb1abc6ab73

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

УТВЕРЖДАЮ

Директор Высшей школы
креативных индустрий

А.Г. Садыкова

Фонд оценочных средств

ОП.12 Создание кросс-дисциплинарных проектов в креативных индустриях

Специальность 42.02.01 Реклама

Форма обучения очная

Ставрополь, 2026 г.

1. Паспорт фонда оценочных средств

1.1. Область применения

Фонд оценочных средств (ФОС) для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации предназначен для оценивания знаний, умений, уровня сформированности компетенций студентов, обучающихся по специальности 27.02.07 Управление качеством продукции, процессов и услуг (по отраслям) по дисциплине «Создание кросс-дисциплинарных проектов в креативных индустриях».

ФОС составлен на основе ФГОС СПО и рабочей программы дисциплины «Создание кросс-дисциплинарных проектов в креативных индустриях».

1.2. Планируемые результаты освоения дисциплины

ФОС позволяет следующие результаты освоения учебной дисциплины в соответствии с требованиями рабочей программы.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен уметь:

1. распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте
2. анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части
3. определять этапы решения задачи
4. выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы
5. составлять план действия
6. определять необходимые ресурсы
7. владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах
8. реализовывать составленный план
9. оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)
10. понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы
11. участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы
12. строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности
13. кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые)
14. писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы
15. производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей;
16. анализировать каналы коммуникации в соответствии характеристикам аудитории;
17. доводить информацию заказчика до целевой аудитории;
18. использовать приемы привлечения аудитории при проведении исследований;
19. использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении исследований;
20. составлять полнофункциональные брифы на РК с учетом результатов анализа рынка и конкурентной среды;
21. разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций продвижения на рынке торговой марки,

товаров, услуг;

22. создавать план РК с учетом поставленных целей и задач;

23. осуществлять медиапланирование;

24. определять и обеспечивать максимальные KPI в пределах рекламного бюджета

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен знать:

1. актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится
7. работать и анализа рынка, целевой аудитории и конкурентной среды;
8. основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в
9. профессиональном и/или социальном контексте
3. - формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда;
3. алгоритмы выполнения работ
10. - технологии воздействия на аудиторию при проведении маркетингового
- исследования в профессиональной и смежных областях
4. методы работы в профессиональной и смежных сферах
5. структуру плана для решения задач
6. - порядок организации результатов решения задач профессиональной деятельности
13. - формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда;
14. - технологии воздействия на аудиторию при проведении маркетингового
- исследования.
15. способы анализа рынка, целевой аудитории и конкурентной среды
16. методики рекламного планирования;
17. инструментов рекламного планирования;
18. систему маркетинговых коммуникаций;
19. виды и инструменты маркетинговых коммуникаций
20. принципы выбора каналов коммуникации;
21. аудиторию различных средств рекламы;
22. отраслевую терминологию;
23. формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда;
24. технологии воздействия на аудиторию в системе маркетинговых
- коммуникаций;
25. принципы стратегического и оперативного планирования РК;
26. виды запросов пользователей в поисковых системах интернета
27. особенности размещения контекстно-медийных объявлений в интернете;
28. принципы функционирования современных социальных медиа;
29. виды и инструменты маркетинговых коммуникаций

**Комп
етен
ции,
форм
ируе
мые в
резул
ьтате
 освое
ния
дисц
ипли
ны:**

Код и наименование формируемых компетенций	Показатели оценки результата
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 02	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста
ПК 1.1	Определение целевой аудитории и целевых групп

ПК 2.1	Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий
ПК 2.2	Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах
ПК 4.1	Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании
ПК 4.2	Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании

1.3. Формы контроля и оценивания

Предметом оценки служат знания, умения, сформированность общих и профессиональных компетенций.

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

Элемент учебной дисциплины	Виды контроля и методы оценки			
	Текущий контроль		Промежуточная аттестация	
	Методы оценки	Проверяемые <i>ПК, ОК, У, З</i>	Методы оценки	Проверяемые <i>ПК, ОК, У, З</i>
Раздел 1. Основы проектирования в креативных индустриях			<i>экзамен</i>	ОК 01 ОК 09 ПК 1.1 ПК 2.1 ПК 3.1 ПК 4.1
Тема 1. Креативные индустрии как пространство междисциплинарного взаимодействия	Собеседование Оценка выполнения практического задания	ОК 01 ОК 09 ПК 1.1 ПК 2.1 ПК 3.1 ПК 4.1		
Тема 2. Методология кросс-дисциплинарного проектирования	Собеседование Оценка выполнения практического задания	ОК 01 ОК 09 ПК 1.1 ПК 2.1 ПК 3.1 ПК 4.1		
Тема 3. Командная работа и распределение ролей в проекте	Собеседование тестирование Оценка выполнения практического задания	ОК 01 ОК 09 ПК 1.1 ПК 2.1 ПК 3.1 ПК 4.1		
Тема 4. Прототипирование и тестирование идей	Собеседование Оценка выполнения практического задания	ОК 01 ОК 09 ПК 1.1 ПК 2.1 ПК 3.1 ПК 4.1		

Тема 5. Этика, устойчивость и социальная ответственность в креативных проектах	Собеседование	ОК 01 ОК 09 ПК 1.1 ПК 2.1 ПК 3.1 ПК 4.1
Раздел 2. Практика создания кросс-дисциплинарных проектов.		
Тема 1. Исследование проблемы и разработка концепции проекта	Собеседование	ОК 01 ОК 09 ПК 1.1 ПК 2.1 ПК 3.1 ПК 4.1
Тема 2. Визуальные и цифровые инструменты для реализации идей	Собеседование	ОК 01 ОК 09 ПК 1.1 ПК 2.1 ПК 3.1 ПК 4.1
Тема 3. Создание медиапродукта как части креативного проекта	Собеседование	ОК 01 ОК 09 ПК 1.1 ПК 2.1 ПК 3.1 ПК 4.1
Тема 4. Работа с обратной связью и доработка проекта		ОК 01 ОК 09 ПК 1.1 ПК 2.1 ПК 3.1 ПК 4.1
Тема 5. Финальный питч и рефлексия проектной работы	Защита проекта	ОК 01 ОК 09 ПК 1.1 ПК 2.1 ПК 3.1 ПК 4.1

2. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости

2.1. Вопросы для собеседования

Тема 1. Креативные индустрии как пространство междисциплинарного взаимодействия

1. Что включает в себя понятие «креативные индустрии»?
2. Почему креативные индустрии требуют взаимодействия специалистов из разных областей?

3. Приведите примеры успешных междисциплинарных проектов в креативной сфере.
4. Как технологии влияют на развитие креативных индустрий?
5. В чем преимущества объединения искусства, науки и бизнеса в одном проекте?
6. Каковы основные вызовы междисциплинарного сотрудничества в креативной среде?
7. Какие отрасли чаще всего вовлечены в креативные индустрии?

Тема 2. Методология кросс-дисциплинарного проектирования

1. Что такое кросс-дисциплинарное проектирование и чем оно отличается от междисциплинарного?
2. Какие этапы включает процесс кросс-дисциплинарного проектирования?
3. Как метод Design Thinking применяется в проектной деятельности?
4. Какие принципы лежат в основе agile-подхода к управлению проектами?
5. В чём польза интеграции знаний из разных областей при разработке продукта?
6. Какие риски возникают при реализации кросс-дисциплинарных проектов?
7. Как обеспечить эффективное взаимодействие специалистов из разных сфер?

Тема 3. Командная работа и распределение ролей в проекте

1. Какие роли чаще всего встречаются в проектной команде?
2. В чём разница между лидером и координатором проекта?
3. Как определить сильные стороны участников команды?
4. Какие методы помогают наладить коммуникацию внутри команды?
5. Почему важно делегирование задач в проектной работе?
6. Как справляться с конфликтами в мультидисциплинарной команде?
7. Как оценить эффективность командного взаимодействия?

Тема 4. Прототипирование и тестирование идей

1. Что такое прототип и какие его основные виды?
2. Зачем создавать прототип на ранней стадии проекта?
3. Какие цифровые инструменты помогают быстро создавать прототипы?
4. В чём цель тестирования прототипа на целевой аудитории?
5. Какие ошибки часто совершаются при тестировании идей?
6. Как собрать и проанализировать обратную связь по прототипу?
7. Почему важно быстрое прототипирование в креативных проектах?

Тема 5. Этика, устойчивость и социальная ответственность в креативных проектах

1. Что включает в себя понятие «устойчивое развитие» в контексте проектов?
2. Какую роль играет этика при разработке и реализации проектов?
3. Какие принципы социальной ответственности важны для креативной индустрии?
4. Почему важно учитывать экологический след при создании продукта?
5. Как обеспечить инклюзивность в креативных проектах?
6. В чём заключается ответственность дизайнера или автора перед обществом?
7. Приведите примеры креативных проектов с выраженной социальной направленностью.

Тема 6. Представление и защита проекта: структура питчинга

1. Что такое питчинг и где он используется?
2. Какие элементы должны входить в презентацию проекта?
3. Как сформулировать ценностное предложение проекта?
4. Какие визуальные средства помогают усилить подачу идеи?
5. Как подготовиться к краткому публичному выступлению?
6. Какие ошибки чаще всего совершают при защите проекта?
7. Как ответить на сложные вопросы экспертов после питча?

Тема 7. Исследование проблемы и разработка концепции проекта

1. Как выбрать актуальную тему для креативного проекта?
2. Какие методы помогают выявить потребности целевой аудитории?
3. Что такое проблемное поле и как его анализировать?
4. В чём состоит разница между идеей и концепцией проекта?
5. Какие инструменты можно использовать для генерации идей?
6. Почему важно чётко формулировать цель проекта?
7. Как перейти от исследования к формированию проектной гипотезы?

Тема 8. Визуальные и цифровые инструменты для реализации идей

1. Какие программы чаще всего используются в визуальном проектировании?
2. В чём преимущества использования онлайн-досок, таких как Miro?
3. Как выбрать подходящий цифровой инструмент для задачи проекта?
4. Чем полезна Figma в командной работе над визуальными решениями?
5. Какие навыки работы с Canva важны для создания медиаконтента?
6. Как связаны Notion и организация проектной информации?
7. Какие тренды в цифровых инструментах актуальны сегодня?

Тема 9. Создание медиапродукта как части креативного проекта

1. Что такое медиапродукт и какие его форматы существуют?
2. Как выбрать медиаканал для продвижения проекта?
3. Какие этапы включает разработка контент-стратегии?
4. Какие принципы важно учитывать при создании визуального контента?
5. Как использовать сторителлинг в медиапроекте?
6. Какие инструменты применяются для создания анимации и коротких видео?
7. Как измерить эффективность медиапродукта?

Тема 10. Работа с обратной связью и доработка проекта

1. Какие формы обратной связи наиболее информативны?
2. Как организовать сбор отзывов от целевой аудитории?
3. Какие методы помогают эффективно анализировать комментарии и предложения?
4. В чём сложность восприятия критики и как с этим работать?
5. Как определить, какие изменения нужно внести в проект?
6. Почему важно сохранять целостность концепции при доработке?
7. Как систематизировать итеративный процесс улучшения продукта?

Тема 11. Финальный питч и рефлексия проектной работы

1. Какие задачи решает финальная презентация проекта?
2. Как структурировать финальный питч для разных аудиторий?
3. Почему важно проводить рефлексию после завершения проекта?
4. Какие вопросы стоит задать себе после завершения работы над проектом?
5. Как оценить вклад каждого члена команды в общий результат?
6. Какие инструменты можно использовать для самоанализа?
7. Как оформить проект для портфолио или дальнейшего продвижения?

2.2 Вопросы для экзамена:

Базовый уровень

1. Понятие кросс-дисциплинарного проекта
2. Основные характеристики креативных индустрий
3. Примеры дисциплин в креативных проектах
4. Междисциплинарное взаимодействие
5. Этапы проектирования
6. Роль прототипа в проектной деятельности
7. Определение идеи проекта
8. Отличия кросс-дисциплинарного и традиционного проектов
9. Основные роли в проектной команде
10. Цифровая грамотность в креативных индустриях
11. Значение обратной связи в проекте
12. Инструменты визуализации идей
13. Важность тестирования прототипов
14. Рефлексия в проектной деятельности
15. Роль презентации проекта
16. Относительные и абсолютные ссылки в электронных таблицах
17. Основные функции электронной таблицы (СУММ, СРЗНАЧ, МАКС, МИН)
18. Понятие креативного мышления
19. Питч как форма презентации проекта
20. Значение командной работы в междисциплинарных проектах

Повышенный уровень

1. Применение методологии Design Thinking в кросс-дисциплинарных проектах
2. Трудности междисциплинарного взаимодействия
3. Эффективное распределение ролей в мультидисциплинарной команде
4. Принципы и преимущества agile-подхода в проектной деятельности
5. Критерии оценки успешности прототипа
6. Влияние цифровизации на создание креативных проектов
7. Управление конфликтами в командах с разным профессиональным опытом
8. Принципы устойчивого развития в креативных индустриях
9. Этические аспекты проектной деятельности
10. Интеграция социальной ответственности в дизайн проектов
11. Метрики оценки эффективности проектов
12. Выбор инструментов для визуализации и управления проектом
13. Сбор и анализ обратной связи на этапах проекта

14. Работа с критикой и поддержание мотивации команды
15. Отличия кросс-дисциплинарного и мультидисциплинарного подходов
16. Формулирование уникального торгового предложения (УТП) проекта
17. Риски цифровой трансформации в креативных индустриях
18. Построение убедительного финального питча
19. Эффективное управление временем в проектной работе
20. Принципы инклюзивности и культурного разнообразия в проектировании

Критерии оценивания

Оценка "отлично" выставляется студенту, если он показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа.

Оценка "хорошо" выставляется студенту, если обнаруживаются прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна - две неточности в ответе.

Оценка "удовлетворительно" выставляется студенту, если ответ свидетельствует в основном о знании процессов изучаемой предметной области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа.

Оценка "неудовлетворительно" выставляется студенту, если обнаруживается незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа.

