

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Садыкова Алёна Григорьевна
Должность: Директор Высшей школы креативных индустрий
Дата подписания: 26.08.2026 14:31:34
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

УТВЕРЖДАЮ
Директор Высшей школы
креативных индустрий
А.Г. Садыкова

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по (учебной) дисциплине ОП.11 Психология эффективных коммуникаций
в креативных индустриях

Специальность/профессия 42.02.01 Реклама

Форма обучения очная
очная, заочная, очно-заочная

Ставрополь, 2026 г.

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 специальности **42.02.01 Реклама** по (учебной) дисциплине **ОП.11 Психология эффективных коммуникаций в креативных индустриях**

ФОС составлен на основе ФГОС и рабочей программы дисциплины.

Промежуточная аттестация по (учебной) дисциплине предусмотрена в форме контрольной работы – 3 семестр, зачета с оценкой – 4 семестр, с выставлением отметки по системе «зачтено, 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

общие компетенции:

ОК 01 — «Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам».

ОК 04 — «Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде».

ОК 05 — «Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учётом особенностей социального и культурного контекста».

профессиональные компетенции:

ПК 1.1 — участвовать в установлении контактов с деловыми партнёрами, заключать договора и контролировать их выполнение, предъявлять претензии и санкции.

ПК 1.3 — принимать товары по количеству и качеству.

ПК 2.1. – разрабатывать коммуникационные стратегии с учетом психологических особенностей целевых аудиторий.

ПК 2.2. – создавать психологически эффективные коммуникационные продукты для креативных индустрий.

ФОС позволяет оценить личностные, метапредметные и предметные результаты, сформированность общих компетенций в соответствии с требованиями рабочей программы (учебной) дисциплины.

1.3. Формы контроля и оценивания

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

Предметом оценки служат личностные, метапредметные и предметные результаты, сформированность общих 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	Проверяемые ПК, ОК, У, З	Методы оценки	Проверяемые ПК, ОК, У, З
Раздел 1. Психология эффективных коммуникаций			Контрольная	ОК 01.; ОК 04.; ОК 05.; ПК

Тема 1. Основы психологии эффективных коммуникаций	Устный опрос (собеседование) Практическая работа	ОК 01.; ОК 04.; ОК 05.; ПК 1.1.; ПК 1.3.; ПК 2.1.; ПК 2.2.	работа	1.1.; ПК 1.3.; ПК 2.1.; ПК 2.2.
Тема 2. Коммуникация с аудиторий	Устный опрос (собеседование) Практическая работа	ОК 01.; ОК 04.; ОК 05.; ПК 1.1.; ПК 1.3.; ПК 2.1.; ПК 2.2.		
Раздел 2. Инструменты эффективных коммуникаций в креативных индустриях				
Тема 3. Практически применимые инструменты коммуникаций и их метрики их эффективности	Устный опрос (собеседование) Практическая работа	ОК 01.; ОК 04.; ОК 05.; ПК 1.1.; ПК 1.3.; ПК 2.1.; ПК 2.2.	Зачет с оценкой	ОК 01.; ОК 04.; ОК 05.; ПК 1.1.; ПК 1.3.; ПК 2.1.; ПК 2.2.

2. Оценочные средства текущего контроля успеваемости и критерии оценки 3-й семестр

Раздел 1. Психология эффективных коммуникаций

Тема 1. Основы психологии эффективных коммуникаций

Практическое занятие №1

Тема: Основы вербальной и невербальной коммуникации

Задание:

1. Запишите 3-минутное видео с презентацией креативного проекта, сознательно используя:
 - 3 вида жестов (иллюстраторы, регуляторы, эмблемы)
 - Контролируемую мимику (акцент на улыбку, движения бровей)
 - Изменения интонации в ключевых моментах
2. Проанализируйте запись, отметив эффективные и проблемные моменты
3. Проведите взаимный анализ в парах с заполнением оценочного листа

Практическое занятие №2

Тема: Психология восприятия цвета и формы

Задание:

1. Создайте 3 варианта логотипа для кофейни (формат А4):
 - "Утренняя бодрость" (используйте принципы воздействия острых форм)
 - "Вечерний уют" (применяйте теорию теплых цветов)
 - "Экологичность" (комбинация округлых форм и природных оттенков)
2. Проведите фокус-группу (5 человек) для оценки ассоциаций
3. Внесите коррективы на основе полученных данных

Практическое занятие №3

Тема: Эмоциональные триггеры

Задание:

1. Разработайте сториборд 30-секундного ролика, вызывающего:
 - Ностальгию (для рекламы фотоаппарата)
 - Чувство принадлежности (для музыкального фестиваля)
 - Любопытство (для образовательной платформы)
2. Подберите музыкальное сопровождение для каждого сценария
3. Проведите тестовый показ с фиксацией эмоциональных реакций

Практическое занятие №4

Тема: Нейромаркетинг

Задание:

1. Используя мобильное приложение-симулятор eye-tracking:
 - Проанализируйте 3 рекламных постера разных брендов
 - Постройте тепловые карты внимания
 - Предложите оптимизацию композиции
2. Снимите реакцию группы на рекламный ролик с последующим:
 - Анализом микровыражений по системе Пола Экмана
 - Составлением эмоционального графика

Практическое занятие №5

Тема: Психология убеждения

Задание:

1. Напишите 3 варианта продающего текста для краудфандинг-кампании:
 - С использованием принципа авторитета
 - С акцентом на социальное доказательство
 - С эффектом дефицита
2. Проведите А/В-тестирование через соцсети (разные аудитории)
3. Подготовьте отчет с показателями CTR и конверсии

Тема 2. Коммуникация с аудиторией

Практическое занятие №6

Тема: Коммуникации в командной работе

Задание:

1. Проведите ролевую игру "Креативный конфликт" (30 мин):
 - Разделитесь на команды по 3 человека (клиент, арт-директор, дизайнер)
 - Сымитируйте ситуацию: клиент отвергает 3 варианта концепции
 - Используйте техники активного слушания и ненасильственного общения
2. Запишите переговоры на диктофон
3. Проанализируйте:
 - Количество конструктивных предложений
 - Процент эмпатийных высказываний
 - Скорость нахождения компромисса

Практическое занятие №7

Тема: Психология брендинга

Задание:

1. Разработайте айдентику для финтех-стартапа:
 - Проведите ассоциативный опрос (10 человек) о "доверительных" цветах/формах
 - Создайте 3 варианта логотипа с психологическим обоснованием:
 - * Вариант 1: принцип узнаваемости
 - * Вариант 2: эффект экспозиции
 - * Вариант 3: эмоциональный резонанс
2. Проведите тест на доверие: покажите варианты случайным респондентам на 3 секунды
3. Внесите коррективы по результатам

Практическое занятие №8

Тема: Сторителлинг в медиа

Задание:

1. Создайте 3-минутную историю для бренда экопродуктов:
 - Используйте структуру "Путь героя" Кэмпбелла

- Встройте 2 эмоциональных триггера
- Примените правило "3 актов"
- 2. Реализуйте в формате на выбор:
 - Сторис
 - Подкаст
 - Аниматик
- 3. Проведите тест на удержание внимания:
 - Фиксируйте момент, когда зрители отвлекаются
 - Измерьте процент досмотревших до конца

Раздел 2. Инструменты эффективных коммуникаций в креативных индустриях

Тема 3. Практически применимые инструменты коммуникаций и их метрики их эффективности

Практическое занятие №9

Тема: Психология социальных сетей

Задание:

1. Проанализируйте 3 успешных профиля в Instagram/TikTok в вашей тематике. Выявите:
 - Паттерны вовлекающего контента
 - Оптимальное время публикации
 - Соотношение типов контента (развлекательный/образовательный/продающий)
2. Создайте контент-план на неделю с использованием:
 - Эмоциональных триггеров
 - Принципов вирусного распространения
 - Механик вовлечения (опросы, тесты, челленджи)

Практическое занятие №10

Тема: Креативные методы генерации идей

Задание:

1. Проведите сессию мозгового штурма (30 мин) для решения кейса:
"Как привлечь молодежь в городские библиотеки?"
2. Примените метод шести шляп для оценки идей
3. Используйте ТРИЗ для решения конкретных противоречий:
"Книги должны быть доступны всем vs должны приносить прибыль"

Практическое занятие №11

Тема: Психология восприятия звука

Задание:

1. Создайте 3 звуковых ландшафта (15 сек каждый) для:
 - Рекламы премиум-автомобиля
 - Трейлера хоррора
 - Геймплея мобильной игры
2. Проведите тест:
 - Замерьте физиологические реакции (пульс, КГР)
 - Фиксируйте возникающие образы и ассоциации

Практическое занятие №12

Тема: Искусство публичных выступлений

Задание:

1. Подготовьте 5-минутное выступление на тему:
"Будущее креативных индустрий в эпоху ИИ"
2. Используйте:
 - 3 приема удержания внимания
 - Контролируемую жестикуляцию
 - Визуальные якоря
3. Проведите видеозапись с последующим анализом:
 - Вербальные/невербальные соотношения
 - Моменты потери внимания аудитории

Практическое занятие №13

Тема: Психология моды

Задание:

1. Разработайте 3 капсульные коллекции для бренда:
 - "Доверие" (деловой стиль)
 - "Свобода" (уличная мода)
 - "Инновации" (футуристический стиль)
2. Проведите ассоциативный тест:
 - Какие личностные качества приписывают носителю каждого стиля
 - Уровень доверия к каждому образу

Практическое занятие №14

Тема: Этика и манипуляции

Задание:

1. Разработайте 2 версии рекламного сообщения:
 - Этичная подача
 - Манипулятивная версия
2. Проведите фокус-группу:
 - Выявите осознание манипуляций
 - Замерьте уровень доверия к бренду
3. Сформулируйте этический кодекс коммуникатора

Практическое занятие №15

Тема: Психология геймификации

Задание:

1. Создайте прототип геймифицированной системы для:
 - Образовательной платформы
 - Фитнес-приложения
 - Банковского сервиса
2. Реализуйте:
 - Систему бейджей
 - Прогресс-бар
 - Социальное взаимодействие
3. Проведите юзабилити-тестирование

Практическое занятие №16

Тема: Кризисные коммуникации

Задание:

1. Разработайте антикризисный план для ситуации:
"Утечка данных пользователей креативной платформы"
2. Подготовьте:
 - Официальное заявление
 - FAQ для клиентов
 - Сценарий прямого эфира с руководством
3. Проведите ролевую пресс-конференцию

Практическое занятие №17

Тема: VR/AR коммуникации

Задание:

1. Создайте концепт VR-опыта для:
 - Виртуальной выставки искусства
 - Образовательного приложения
 - Ритейл-продаж
2. Протестируйте на фокус-группе:
 - Уровень погружения
 - Эмоциональный отклик
 - Запоминаемость контента

Практическое занятие №18

Тема: Итоговый проект

Задание:

1. Разработайте комплексную коммуникационную стратегию для:
 - Запуска арт-пространства
 - Продвижения независимого кино
 - Ребрендинга музыкального лейбла
2. Включите:
 - Анализ ЦА
 - Каналы коммуникации
 - Систему метрик
 - Кризис-план
3. Защитите проект перед экспертной комиссией

Система оценки:

- Глубина анализа (30%)
- Практическая применимость (25%)
- Инновационность (20%)
- Качество презентации (15%)
- Соблюдение сроков (10%)

Рекомендуемые инструменты:

- Для анализа соцсетей: Brandwatch, Hootsuite

- Для звукового дизайна: Audacity, Adobe Audition
- Для VR-прототипирования: Unity, Unreal Engine

3. Оценочные средства для промежуточной аттестации и критерии оценки

Задания для проведения контрольной работы (3-й семестр) по дисциплине «Психология эффективных коммуникаций в креативных индустриях».

Тема 1. Основы психологии эффективных коммуникаций

Теоретические задания:

1. Дайте определение эффективной коммуникации и назовите её ключевые элементы.
2. Опишите модель коммуникационного процесса по Шеннону-Уиверу. Как она применяется в рекламе?
3. Объясните разницу между вербальной и невербальной коммуникацией. Приведите примеры из креативных индустрий.
4. Что такое "коммуникативные барьеры"? Перечислите 3 вида и способы их преодоления.
5. Опишите принципы активного слушания и их значение в работе с клиентами.

Практические задания:

6. Проанализируйте рекламный ролик (на выбор) с точки зрения модели коммуникации. Какие элементы (отправитель, сообщение, канал, получатель, обратная связь) можно выделить?
7. Разработайте памятку для сотрудника креативного агентства "5 правил эффективной коммуникации с заказчиком".
8. Создайте диалог между дизайнером и клиентом, демонстрирующий технику активного слушания.
9. Определите, какие невербальные сигналы могут усилить презентацию креативного проекта. Приведите 3 примера.
10. Проведите мини-исследование: какие коммуникативные барьеры чаще всего возникают в вашей учебной/рабочей группе? Предложите решения.

Тема 2. Коммуникация с аудиторией

Теоретические задания:

11. Дайте определение "таргетированной аудитории". Почему её анализ важен в креативных индустриях?
12. Опишите 3 психологических принципа, которые помогают удерживать внимание аудитории.
13. Что такое "эмоциональные триггеры" в коммуникации? Приведите примеры из рекламы или кино.
14. Объясните, как работает принцип социального доказательства в SMM.
15. Как культура влияет на восприятие коммуникационных сообщений? Приведите пример межкультурных различий.

Практические задания:

16. Проанализируйте пост известного бренда в соцсетях. Какие психологические приемы использованы для вовлечения аудитории?
17. Разработайте концепцию поста для Instagram, который вызовет эмоцию удивления (опишите текст, визуал, хэштеги).
18. Создайте персонажа целевой аудитории для музыкального фестиваля (возраст, интересы, ценности, медиапотребление).
19. Подберите 3 примера рекламы с разными эмоциональными триггерами (радость, страх, ностальгия). Объясните их эффективность.
20. Проведите мини-эксперимент: опросите 5 человек, как они воспринимают один и тот же рекламный слоган. Зафиксируйте различия.

Творческие задания (междисциплинарные):

21. Разработайте сценарий короткого видео (до 1 минуты) для привлечения внимания к арт-выставке. Укажите, какие психологические приемы использовали.

22. Создайте макет рекламного постера для экопроекта, применяя принципы убеждающей коммуникации.

23. Напишите текст для email-рассылки театра, используя техники вовлекающего копирайтинга.

24. Подготовьте презентацию (5 слайдов) на тему: "Как нейромаркетинг меняет коммуникацию в креативных индустриях".

Критерии оценки:

- Теоретические задания (40%): точность определений, глубина анализа, примеры.
- Практические задания (40%): применимость решений, креативность, обоснованность.
- Творческие задания (20%): оригинальность, проработка деталей, визуализация.

Форма выполнения: письменная работа + презентация (для творческих заданий). Время выполнения — 90 минут.

Вопросы для проведения зачета с оценкой (4-й семестр) по дисциплине «Психология эффективных коммуникаций в креативных индустриях»

Тема 1. Основы психологии эффективных коммуникаций

1. Дайте определение эффективной коммуникации в контексте креативных индустрий
2. Опишите модель коммуникационного процесса Шеннона-Уивера и её применение в рекламе
3. Какие существуют виды коммуникативных барьеров? Приведите примеры из креативных проектов
4. Объясните принцип "шумов" в коммуникации и способы их минимизации
5. В чём заключается разница между вербальными и невербальными коммуникациями?
6. Опишите 3 основные функции невербальной коммуникации в креативных индустриях
7. Что такое активное слушание и как оно применяется в работе с клиентами?
8. Назовите основные психологические принципы убеждающей коммуникации
9. Как работает принцип реципрокности в маркетинговых коммуникациях?
10. Объясните понятие "когнитивный диссонанс" и его использование в рекламе

Тема 2. Коммуникация с аудиторией

11. Дайте определение целевой аудитории в креативных индустриях
12. Какие существуют методы сегментации аудитории по психографическим признакам?
13. Опишите модель AIDA и её современные модификации
14. Что такое "персона покупателя" и как её создают?
15. Какие эмоциональные триггеры наиболее эффективны в коммуникации с молодёжной аудиторией?
16. Объясните принцип социального доказательства и приведите 2 примера его использования
17. Как работает эффект присоединения к большинству в рекламных коммуникациях?
18. Опишите 3 способа установления раппорта с новой аудиторией
19. Какие культурные особенности нужно учитывать при коммуникации с международной аудиторией?

20. Как принцип scarcity (дефицита) влияет на восприятие рекламного сообщения?

Тема 3. Практически применимые инструменты коммуникаций и их метрики эффективности

21. Перечислите 5 основных инструментов digital-коммуникаций с указанием их преимуществ

22. Какие метрики используются для оценки эффективности контента в социальных сетях?

23. Опишите технологию A/B-тестирования рекламных сообщений

24. Что измеряет показатель EMV (Emotional Marketing Value)?

25. Как работает система heatmap-анализа веб-страниц?

26. Какие данные можно получить с помощью eye-tracking технологий?

27. Опишите методику юзабилити-тестирования digital-продуктов

28. Какие показатели входят в комплексную оценку эффективности рекламной кампании?

29. Как измеряется коэффициент вовлечённости (ER) и какие факторы на него влияют?

30. Что такое Customer Journey Map и как её используют для оптимизации коммуникаций?

Комплексные и ситуационные вопросы

31. Проанализируйте рекламную кампанию известного бренда с точки зрения использованных психологических принципов

32. Разработайте коммуникационную стратегию для продвижения фестиваля современного искусства

33. Предложите 3 способа преодоления коммуникативных барьеров при работе с креативными командами

34. Сравните эффективность разных типов контента (видео, текст, инфографика) для B2B и B2C аудиторий

35. Объясните, как изменились принципы коммуникации с переходом в digital-среду

36. Составьте чек-лист оценки эффективности SMM-стратегии для музея современного искусства

37. Предложите систему метрик для оценки успешности rebranding-кампании

38. Разработайте анкету для исследования целевой аудитории нового арт-пространства

39. Обоснуйте выбор 3 наиболее эффективных инструментов коммуникации для продвижения независимого кино

40. Сравните традиционные и digital-методы оценки эффективности рекламных сообщений

Практические задания

41. Проведите анализ вербальных и невербальных компонентов в указанном рекламном ролике

42. Разработайте сценарий видео-контента с использованием 3 эмоциональных триггеров

43. Создайте персонажа целевой аудитории для литературного фестиваля

44. Проведите A/B-тест двух вариантов поста для соцсетей (предоставлены исходные данные)

45. Рассчитайте основные метрики эффективности для заданной рекламной кампании

46. Составьте Customer Journey Map для посетителя выставки современного искусства

47. Разработайте систему оценки эффективности коммуникаций для краудфандинговой кампании

48. Проведите аудит коммуникационной стратегии указанного бренда в креативной индустрии

49. Создайте презентацию с обоснованием выбора инструментов коммуникации для конкретного проекта

50. Подготовьте отчёт с рекомендациями по оптимизации коммуникаций на основе предоставленных данных аналитики

Критерии оценки:

- Теоретические вопросы: полнота и точность ответов, использование профессиональной терминологии

- Практические задания: обоснованность решений, креативность подходов, точность расчётов

- Комплексные вопросы: глубина анализа, логичность аргументации, практическая применимость предложений

Рекомендуемое время выполнения:

- Теоретические вопросы: 2-3 минуты на вопрос

- Практические задания: 15-20 минут на задание

- Комплексные задачи: 25-30 минут на задачу