ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат 02AA015500B9B277974BD4E8E7991CCA59
Владелец АНО ВО "УИФР"
Действителен с 08.04.2025 по 08.07.2026

Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) программы: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Дисциплина: Культурные индустрии

1. Перечень компетенций образовательной программы, формирующихся в процессе освоения дисциплины

При проведении текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине «Культурные индустрии» у обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) программы 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), оцениваются компетенции, формирующиеся в процессе освоения образовательной программы*:

ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

ПК-1. Способен организовывать и осуществлять маркетинговые, рекламные и PR исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга, в том числе, в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

* Примечание: Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (Утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. № 512)

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.

Описание показателей оценивания компетенций на различных этапах их формирования осуществляется в соответствии с основной профессиональной образовательной программой вуза. В качестве показателей рассматриваются результаты освоения дисциплины, выраженные через знания, умения и владения (таблица 1).

В таблице 2 приводится шкала оценивания компетенций на различных этапах их формирования с указанием критериев их оценивания. Во втором столбце таблицы приводится шкала оценивания компетенций на различных этапах их формирования в соответствии с обозначенным критерием.

Таблица 1 – Описание показателей оценивания компетенций на различных этапах их формирования с точки зрения результатов освоения дисциплины.

Компетенция	Индикатор достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине

ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	**ИДК-ОПК-3.1.** Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса	**Знать:** - содержание основных категорий и понятий сферы культурных индустрий; **Уметь:** - применять полученные теоретические знания к анализу практики культурных индустрий **Владеть:** - понятийным аппаратом дисциплины
	ИДК-ОПК-3.2. Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.	**Знать:** - теории, категории и методы, связанные с изучением культурных форм, процессов, практик. **Уметь:** - раскрывать функциональное назначение методов деятельности в сфере культурных индустрий **Владеть:** - навыками теоретического анализа и историко-типологического осмысления феномена культурных индустрий
ПК-1. Способен организовывать и осуществлять маркетинговые, рекламные и PR исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга, в том числе, в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	**ИДК-ПК-1.3.** Использует результаты исследований и основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта, в том числе, рекламных или PR кампаний	**Знать:** - основные направления и тенденции развития культурных индустрий; **Уметь:** - применять методы, связанные с изучением культурных форм, процессов, практик при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта **Владеть:** - современными методами и технологиями построения культурных индустрий

Таблица 2 – Критерии и шкала оценивания компетенций на различных этапах их формирования.

Критерии оценивания компетенций	**Шкала оценивания**
Достигнутый уровень оценки результатов обучения показывает, что студент обладает необходимой системой знаний и владеет некоторыми умениями по дисциплине, способен понимать и интерпретировать освоенную информацию, что позволит ему в дальнейшем развить такие качества умственной деятельности, как глубина, гибкость, критичность, доказательность, эвристичность.	Пороговый (обязательный)

Критерии оценивания компетенций	Шкала оценивания
Достигнутый уровень оценки результатов обучения показывает, что студент обладает необходимой системой знаний теоретических основ функционирования психосоциальных систем в целом, отдельных их сфер и звеньев, владеет некоторыми умениями анализа системы психосоциальных связей хозяйствующих субъектов, что позволит ему в дальнейшем развить практические умения в данном направлении профессиональной деятельности.	
Достигнутый уровень оценки результатов обучения показывает, что студент продемонстрировал глубокие прочные знания и развитые практические умения и навыки, может сравнивать, оценивать и выбирать методы решения заданий, работать целенаправленно, используя связанные между собой формы представления информации. Достигнутый уровень оценки результатов обучения показывает, что студент продемонстрировал знание теоретических положений в области психологии, практические умения и навыки анализа и исследований на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы.	Повышенный
Достигнутый уровень оценки результатов обучения свидетельствует о том, что студент способен обобщать и оценивать информацию, полученную на основе исследования нестандартной ситуации; использовать сведения из различных источников, успешно соотнося их с предложенной ситуацией. Достигнутый уровень оценки результатов обучения свидетельствует о том, что у студента сформированы системные знания в области психологии, необходимые для решения конкретных задач, связанных с экономическими системами, их структурой и направлениями политики государства; практические умения и навыки анализа и интерпретации информации, содержащейся в плановых документах и отчетности организаций различных правовых форм, публично-правовых образований, а также использования полученных сведений для принятия управленческих решений. Студент способен систематизировать и обобщать информацию по вопросам планирования и контроля кадров, обосновывать выбор метода управления для решения задач в области профессиональной деятельности.	Продвинутый

3. Оценочные средства для проведения текущего контроля освоения дисциплины

Вопросы для самоконтроля и подготовки к текущему контролю методом опроса

Практическое занятие. Введение в культурные и креативные индустрии

Цели:

Определить основные понятия в области культурных и креативных индустрий.

Изучить подходы к определению секторов.

Вопросы для обсуждения

1. Что такое культурные и креативные индустрии?

2. Каковы основные характеристики и отличия этих секторов?

3. В чем заключается значение культурной политики для развития креативной экономики?

Практическое занятие. Виды и предмет индустриального культурного производства

Цели:

Рассмотреть различные виды культурных индустрий.

Определить предмет индустриального культурного производства.

Вопросы для обсуждения

1. Какие виды культурных индустрий вы знаете, и какие из них наиболее развиты в вашем регионе?

2. Какова роль предмета индустриального культурного производства?

3. Какие факторы влияют на развитие различных видов культурных индустрий?

Практическое занятие. Векторы и способы индустриального культурного производства

Цели:

Изучить векторы и способы индустриального культурного производства.

Познакомиться с инструментами, используемыми в этой сфере.

Вопросы для обсуждения

1. Какие векторы определяют развитие индустриального культурного производства?

2. Каковы ключевые способы и инструменты, применяемые в культурных индустриях?

3. Как технологии меняют индустриальное культурное производство?

Практическое занятие. Результаты культурного производства

Цели:

Обсудить результаты культурного производства и их влияние на общество.

Вопросы для обсуждения

1. Какие результаты можно выделить в сфере культурного производства?

2. Как результаты культурного производства влияют на общественное мнение и культуру?

3. Как оценивается успешность проектов в сфере культурных индустрий?

Практическое занятие. Основные сегменты сферы культурных индустрий

Цели:

Проанализировать основные сегменты сферы культурных индустрий.

Вопросы для обсуждения

1. Какие основные сегменты можно выделить в сфере культурных и креативных индустрий?

2. Как соотносятся различные сегменты между собой?

3. Каковы тенденции развития отдельных сегментов культурных индустрий в последние годы?

Практическое занятие. Телевизионная и радиоиндустрия

Цели:

Изучить специфику телевизионной и радиоиндустрии.

Вопросы для обсуждения

1. Какие особенности отличают телевизионную и радиоиндустрию от других сегментов?

2. Как новые технологии влияют на телевидение и радио?

3. Какие примеры успешных проектов можно привести в этой области?

Практическое занятие. Индустрия кинофильмов и телевизионных фильмов

Цели:

Рассмотреть особенности индустрии производства кино и телеуправления.

Вопросы для обсуждения

1. Какие этапы включает в себя производство кинофильмов и телевизионных фильмов?

2. Как маркетинг влияет на успех проектов в киноиндустрии?

3. Какова роль креативных команд в производственном процессе?

Практическое занятие. Интернет-индустрия

Цели:

Изучить влияние интернета на культурные индустрии.

Вопросы для обсуждения

1. Как интернет изменил подходы к производству и распространению культурных продуктов?

2. Какие новые форматы культурного контента появились благодаря интернету?

3. Как изменяются модели монетизации в интернет-индустрии?

Практическое занятие. Образовательные и игровые индустрии

Цели:

Рассмотреть роль образования и игр в культурных индустриях.

Вопросы для обсуждения

1. Какова роль образовательных программ в культурных индустриях?

2. В чем заключается значимость игровой индустрии в контексте культурного производства?

3. Какие инновации наблюдаются в образовательных и игровых индустриях?

Практическое занятие. Индустрия рекламы

Цели:

Изучить специфику и роль рекламы в культурных и креативных индустриях.

Вопросы для обсуждения

1. Какова роль рекламы как культурного продукта?
2. Какие тренды можно наблюдать в индустрии рекламы?
3. Как реклама воздействует на культурное восприятие и общественные нормы?

Задания для поиска, анализа и систематизации информации

Задание 1. Карта секторов

Используя материалы курса и дополнительные источники (например, отчеты Минкульта РФ, Росстата), составьте интерактивную или статичную карту секторов культурных и креативных индустрий (ККИ) в России.

Найдите официальные классификации ККИ (российскую и одну международную, например, от ЮНЕСКО).

Систематизируйте информацию, выделив ядро (ключевые индустрии) и периферию.

Визуализируйте результат в виде ментальной карты или инфографики, показав связи между секторами (например, как издательское дело связано с индустрией видеоигр).

Задание 2. Сравнительный анализ политик

Проведите сравнительный анализ государственной поддержки культурных индустрий в двух странах на выбор (например, Великобритания, Франция, Южная Корея, Россия).

Найдите официальные стратегии, программы и отчеты о финансировании ККИ в выбранных странах.

Систематизируйте информацию по следующим критериям:

- Приоритетные сектора.
- Основные инструменты поддержки (гранты, налоговые льготы, инфраструктурные проекты).
- Участие частного капитала.

Сделайте вывод о сильных и слабых сторонах каждой модели.

Задание 3. Кейс-досье: Успешный российский проект

Выберите один успешный российский проект в сфере ККИ (например, студия «Смешарики», фестиваль «Таврида.АРТ», маркетплейс «Берись!», подкаст «Книжная болтовня»).

Найдите информацию о проекте: история создания, бизнес-модель, целевая аудитория, каналы продвижения.

Систематизируйте данные, заполнив кейс-досье:

- Продукт и его ценность (эстетическая, социальная, экономическая).
- Используемые инструменты индустриального производства.
- Сегмент ККИ и его особенности.
- Роль цифровых технологий.

Проанализируйте, какие факторы обусловили успех проекта.

Задание 4. Хронология технологического прорыва

Исследуйте, как одна технология (например, стриминг, искусственный интеллект, VR/AR) повлияла на различные сектора культурных индустрий.

Найдите примеры применения этой технологии в 3 - 4 разных секторах (например, стриминг в музыке, кино и игровой индустрии).

Систематизируйте информацию, создав интерактивную или статичную хронологическую ленту. Отметьте на ней ключевые события: появление платформ, изменение моделей потребления, кризис традиционных институтов.

Выявите общие тренды и специфические последствия для каждого сектора.

Задание 5. Библиография эксперта

Представьте, что вы готовите материал для молодого специалиста, желающего разобраться в теме «Креативная экономика в России».

Найдите 5 - 7 ключевых источников по теме: монографии, статьи в рецензируемых журналах, авторитетные отраслевые отчеты за последние 5 лет.

Систематизируйте их, создав аннотированную библиографию. Для каждого источника напишите краткую аннотацию (3 - 4 предложения), где укажите:

- Основной тезис/вопрос источника.
- Методологию и эмпирическую базу (если применимо).
- Ключевой вывод.
- Ценность источника для изучения темы.

Задание 6. Дата-исследование: Экономический вклад ККИ

Проведите мини-исследование на тему «Вклад культурных и креативных индустрий в экономику России/вашего региона».

Найдите актуальные статистические данные (от Росстата, Минкульта, исследовательских центров like ЦСИ).

Систематизируйте данные: выделите ключевые показатели (доля в ВВП/ВРП, количество занятых, объем выручки по секторам).

Визуализируйте самые важные тенденции в виде 2 - 3 графиков или диаграмм.

Прокомментируйте полученные данные: какие секторы являются драйверами роста, какие проблемы видны в статистике?

Задание 7. Карта стейкхолдеров.

Составьте карту стейкхолдеров (заинтересованных сторон) для одного сектора ККИ в России (например, современная музыка, индустрия компьютерных игр).

Найдите информацию об организациях и группах, влияющих на этот сектор.

Систематизируйте стейкхолдеров по группам:

- Государство (министерства, агентства, фонды).
- Бизнес (крупные компании, малый и средний бизнес, стартапы).
- Образовательные и исследовательские учреждения.
- Некоммерческие организации и профессиональные ассоциации.
- Потребители (аудитория).

Визуализируйте карту, показав связи и потоки (финансовые, информационные, ресурсные) между ними.

Задания для текущего тестирования

1. Кто из представителей Франкфуртской школы впервые ввел и критически осмыслил понятие «культурная индустрия»?

а) Макс Вебер

б) Терри Иглтон

в) Теодор Адорно и Макс Хоркхаймер

г) Рэймонд Уильямс

2. Ключевым отличием «креативных индустрий» от «культурных индустрий» в британской трактовке считается:

а) Ориентация на классическое искусство

б) Акцент на генерации и эксплуатации интеллектуальной собственности

в) Исключительная поддержка со стороны государства

г) Отказ от коммерциализации

3. Какой этап культурной политики характеризуется переходом от прямого финансирования учреждений культуры к проектной поддержке и развитию креативной экономики?

а) Этап этатистской (государственно-централизованной) модели

б) Этап менеджериальной модели

в) Этап моделей участия и партнерства

г) Этап просветительской модели

4. Какой из перечисленных сегментов НЕ принято относить к ядру (ключевым секторам) культурных индустрий?

а) Издательское дело

б) Архитектура

в) Кинематограф

г) Реклама

5. Основное влияние стриминговых платформ на киноиндустрию заключается в:

а) Увеличении роли кинотеатрального проката

б) Изменении дистрибьюции, конкуренции за контент и росте сериального производства

в) Снижении разнообразия контента

г) Упрощении процесса кинопроизводства

6. Установите соответствие между типами организаций в сфере культуры и их характеристиками:

Тип организации	Характеристика

1. Государственные	А. Организации, действующие на принципах самоокупаемости и извлечения прибыли (например, частные галереи)
2. Коммерческие	Б. Инициативы, направленные на решение социальных или культурных задач, часто финансируемые за счет грантов и пожертвований
3. Некоммерческие (НКО)	В. Организации, финансируемые из госбюджета и выполняющие социально-значимые функции (например, библиотеки)

Ответ: 1 - В, 2 - А, 3 - Б

7. Установите соответствие между концепцией и ее содержанием:

Концепция	Содержание
1. Франкфуртская школа	А. Практический подход, фокусирующийся на секторах, основанных на индивидуальном творчестве, skill и таланте с потенциалом создания богатства и jobs через генерацию интеллектуальной собственности
2. Британский подход	Б. Критика стандартизированного, конвейерного производства культурной продукции, которая лишает искусство ауры и критического потенциала
3. Глокализация	В. Синтез глобальных трендов с местными культурными особенностями

Ответ: 1 - Б, 2 - А, 3 - В

8. Расположите этапы создания фильма в индустриальном производстве в правильной последовательности:

А) Продвижение и дистрибьюция

Б) Пре-продакшн (подготовка: сценарий, кастинг, раскадровка)

В) Пост-продакшн (монтаж, цветокоррекция, звук)

Г) Продакшн (съемки)

Правильная последовательность: Б, Г, В, А

9. Расположите этапы эволюции культурной политики в хронологическом порядке (от более раннего к позднему):

А) Менеджериальная модель (внедрение рыночных механизмов)

Б) Модель участия (поддержка разнообразия и инициатив "снизу")

В) Этатистская модель (государство — главный заказчик и цензор)

Г) Модель креативной экономики (фокус на интеллектуальной собственности и инновациях)

Правильная последовательность: В, А, Б, Г

10. Какие из перечисленных характеристик относятся к понятию «индустриальное культурное производство»? (Выберите 2-3 варианта)

а) Уникальность и неповторимость каждого артефакта

б) Стандартизация процессов создания продукта

в) Ориентация на массовую аудиторию и рынок

г) Исключительно ручной труд и ремесленные техники

д) Разделение труда между автором, продюсером, дистрибьютором

Правильные ответы: б, в, д

11. Какие бизнес-модели являются основными для стриминговых платформ? (Выберите 2 варианта)

а) Продажа физических носителей (CD, DVD)

б) Подписочная модель (SVOD)

в) Модель, основанная на рекламе (AVOD)

г) Единовременная продажа билетов

Правильные ответы: б, в

12. _____ — это стратегия, при которой единая история или мир раскрывается через разные медиаплатформы (фильм, комикс, видеоигра), где каждый элемент вносит свой уникальный вклад в общее повествование.

Ответ: Кросс-медийность (Кросс-медийный сторителлинг)

13. _____ — это процесс, при котором глобальные культурные продукты адаптируются к восприятию и особенностям местной аудитории.

Ответ: Локализация (или Глокализация)

Задания и рекомендации по подготовке реферата / мультимедиа сообщений / материалов-презентаций и т.п.

Реферат должен соответствовать принятым в институте «Правилам выполнения письменных работ», в том числе требованиям к оригинальности таких работ.

Реферат – это вид учебно-исследовательской работы, выполненной на актуальную тему в рамках профильной проблематики, отражающей основные направления исследования по данной дисциплине. В процессе работы над содержанием реферата должно быть осуществлено следующее – выбраны и проанализированы основные методологические подходы, теории и концепции по теме.

Рекомендуется следующий алгоритм подготовки реферата:

1. Определить научные подходы, теории, концепции права, в рамках которых наиболее логично рассмотреть сущность темы и ее основных категорий;

2. Осуществить выбор литературы (зарубежной и отечественной), основываясь на которой можно раскрыть тему по заранее определенной логике ее представления;

3. Подготовить структуру (план реферата), разворачивание которой отражало бы как основные позиции в рамках различных дискурсов, так и анализ современных практик по выбранной теме реферата;

4. Разработать структуру реферата, которая включает основные составные части: введение, основная часть, заключение, список использованной литературы и источников, ссылки при цитировании обязательны;

5. Подготовить введение, которое включает краткое обоснование актуальности темы реферата, которое отражает то или иное направление научных исследований в рамках права;

6. Подготовить основную часть, которая включает:

– описание значимых для темы научных теорий, взглядов, подходов, в рамках которых необходимо рассматривать тему; анализ базовых категорий;

– специфику становления, формирования, развития тех или иных управленческих процессов с точки зрения правового подхода;

– анализ современного состояния, включая проблемы функционирования тех или иных аспектов практик;

7. Подготовить заключение, которое включает резюмирование результатов работы в рамках темы реферата: краткое заключение об актуальности темы и изложение основных результатов, которые получены в процессе ее изучения;

8. Обучающийся может получить консультации у преподавателя в связи с согласованием структуры реферата или методологических аспектов раскрытия выбранной темы.

Критерии оценивания реферата

– Степень раскрытия сущности вопроса:

а) соответствие плана теме реферата;

б) соответствие содержания теме и плану реферата;

в) полнота и глубина знаний по теме;

г) обоснованность способов и методов работы с материалом;

е) умение обобщать, делать выводы, сопоставлять различные точки зрения по одному вопросу (проблеме).

– Обоснованность выбора источников: оценка использованной литературы: привлечены ли известные работы по теме исследования (в т.ч. журнальные публикации последних лет, последние данные, сводки, справки и т.д.).

– Соблюдение требований к оформлению:

а) правильность оформления ссылок на используемую литературу,

б) правильность оформления списка литературы;

в) оценка грамотности и культуры изложения (в т.ч. орфографической, пунктуационной, стилистической культуры), владение терминологией;

г) соблюдение требований к объёму реферата.

Оценка «отлично» ставится, если выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная

позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на вопросы.

Оценка «хорошо» – основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; иногда отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении; на вопросы даны неполные ответы.

Оценка «удовлетворительно» – имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности: тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на вопросы; отсутствует вывод.

Оценка «неудовлетворительно» – тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

Выбор варианта работы для студентов осуществляется по последней цифре в номере зачетной книжки по ключу, предложенному в следующей таблице:

Последняя цифра в номере зачетной книжки	Номер темы
1	1, 11, 21…
2	2, 12, 22…
3	3, 13, 23…
4	4, 14, 24…
5	5, 15, 25…
6	6, 16, 26…
7	7, 17, 27…
8	8, 18, 28…
9	9, 19, 29…
0	10, 20, 30…

Темы рефератов:

1. Эволюция понятий «культурные индустрии» и «креативные индустрии»: общее и особенное.
2. Концепция «индустрии культуры» Франкфуртской школы (Т. Адорно, М. Хоркхаймер) и ее современная критика.
3. Подход Британской школы к определению креативных индустрий: практическое применение и ограничения.
4. Проблема разграничения ключевых и периферийных секторов в культурных индустриях.
5. Культурные индустрии как инструмент «мягкой силы» (soft power) в международных отношениях.
6. Экономический вклад культурных индустрий в ВВП: методы оценки и проблемы измерения.
7. Эволюция государственной культурной политики в России: от советской модели к поддержке креативной экономики.
8. Роль частно-государственного партнерства в развитии культурных индустрий.
9. Некоммерческие организации (НКО) в сфере культуры: новые роли и бизнес-модели.

10. Феномен креативных кластеров как драйверов городского развития (на примере «Красного Октября», «Этажей» и др.).

11. Налоговые льготы и механизмы поддержки креативного предпринимательства: зарубежный и российский опыт.

12. Трансформация киноиндустрии в эпоху стриминга: вызовы для традиционного кинопроката.

13. Кризис или трансформация? Будущее телевизионной индустрии в условиях доминирования цифровых платформ.

14. Российская музыкальная индустрия: новые стратегии монетизации в эпоху цифровых сервисов.

15. Комиксы и графические романы как полноценный сегмент культурных индустрий.

16. Индустрия видеоигр: на стыке искусства, технологий и бизнеса.

17. Роль книжных фестивалей (например, Non/fiction, Красная площадь) в развитии литературной индустрии.

18. Музей как креативный хаб: от хранения к производству контента и событий.

19. Влияние искусственного интеллекта (AI) на процессы создания культурного продукта (музыка, живопись, текст).

20. Кросс-медийные стратегии: создание единой истории для разных платформ (кино-комикс-видеоигра).

21. Феномен User-Generated Content (UGC): как контент пользователей формирует новые культурные индустрии (TikTok, YouTube).

22. Технологии виртуальной (VR) и дополненной (AR) реальности в музейном и выставочном деле.

23. Влияние социальных сетей (Instagram, Telegram) на формирование литературного вкуса и продвижение авторов.

24. Цифровой дистрибьюшен в театральной индустрии: онлайн-трансляции как новая бизнес-модель.

25. Культурные индустрии как фактор развития «креативного класса» (Р. Флорида).

26. Проблема авторского права и интеллектуальной собственности в цифровую эпоху.

27. Культурные индустрии и формирование культурной идентичности в глобализирующемся мире.

28. Социальные функции культурных индустрий: просвещение, социализация, развлечение.

29. Глокализация в культурных индустриях: как глобальные тренды адаптируются к местному контексту.

30. Экономика впечатлений: как культурные индустрии производят и продают эмоции.

31. Анализ состояния и перспектив развития культурных индустрий в вашем городе/регионе.

32. Феномен «корейской волны» (Hallyu): успех культурной экспансии Южной Кореи.

33. Индустрия моды как часть культурных индустрий: производство смыслов и ценностей.

34. Гастрономия как элемент культурной индустрии: кулинарные шоу, фуд-блогинг, рестораны.

35. Роль подкастов в современном медиапространстве и их бизнес-модели.

36. Спортивная индустрия на стыке шоу-бизнеса и медиа: производство зрелищ.

37. Трансформация индустрии рекламы: от креатива к performance-маркетингу.

38. Роль культурных и креативных индустрий в ревитализации (оживлении) пост-индустриальных территорий.

39. Анализ успеха российского анимационного кино («Смешарики», «Маша и Медведь») на международном рынке.

40. Этические вызовы в культурных индустриях: цензура, культурная апроприация, ответственность перед обществом.

4. Оценочные средства промежуточной аттестации для оценивания уровня формирования компетенций, соотнесенного с планируемыми результатами обучения по дисциплине:

По компоненте компетенций «Знать»:

1. Понятие культурных индустрий.
2. Цель культурных индустрий.
3. Виды культурных индустрий.
4. Предмет индустриального культурного производства.
5. Векторы индустриального культурного производства.
6. Способы и инструменты индустриального культурного производства.
7. Результаты культурного производства.
8. Основные сегменты сферы культурных индустрий.
9. Телевизионная и радиоиндустрия.
10. Индустрия производства кинофильмов и телевизионных фильмов.
11. Интернет-индустрия.
12. Музыкальная индустрия.
13. Издательский бизнес.
14. Образовательные и игровые индустрии.
15. Индустрия рекламы.
16. Творческие индустрии.
17. Доля культурных индустрий в структуре «большого» бизнеса.
18. Выявление культурных ресурсов территории.
19. Производственный процесс в культурных индустриях.
20. Федеральные ресурсы развития культурных индустрий.
21. Региональные ресурсы развития культурных индустрий.
22. Локальные ресурсы развития культурных индустрий.
23. Грантовые программы как ресурс развития культурных индустрий.
24. Влияние индустрии культуры на массовое сознание.
25. Культурные индустрии и культурная политика.

По компоненте компетенций «Уметь»:

1. На основе изученных подходов, проанализируйте и сравните определения «культурных» и «креативных» индустрий.
2. Проанализируйте, как эволюция культурной политики (от поддержки государственных учреждений к развитию креативной экономики) повлияла на многообразие типов организаций в сфере культуры (государственные, коммерческие, НКО).
3. Сравните экономические и социальные аспекты двух разных видов культурных индустрий (например, кинематографа и музеев). Каковы их ключевые различия и точки соприкосновения?
4. Проанализируйте взаимосвязь между глобализацией и локализацией культурного контента на примере конкретного сегмента (например, музыки или сериалов).
5. Синтезируйте знания о различных сегментах культурных индустрий и объясните, как их взаимосвязь формирует современное культурное пространство.
6. Разработайте кросс-медийную стратегию продвижения для нового культурного продукта (например, книги или независимого фильма), используя как традиционные, так и цифровые инструменты.
7. Предложите критерии для оценки успешности культурного продукта (например, мобильного приложения по искусству или документального сериала), учитывая его эстетическую, экономическую и социальную ценность.
8. Проанализируйте, как развитие стриминговых платформ (как пример интернет-индустрии) изменило производственный процесс и бизнес-модели в телевизионной индустрии.
9. Используя этапы создания фильма, предложите стратегию продвижения независимого кинофильма, учитывая роль фестивалей и особенности современного рынка.
10. Разработайте концепцию образовательного продукта (например, серии онлайн-курсов или интерактивной игры), который одновременно решает просветительские задачи и является конкурентоспособным продуктом культурной индустрии.
11. Оцените влияние цифровых технологий и социальных медиа на индустриальное культурное производство. Какие новые возможности и риски это создает?
12. Оцените этические и социальные последствия влияния рекламной индустрии (особенно таргетированной digital-рекламы) на культурные нормы и ценности общества.
13. Спрогнозируйте, как дальнейшее развитие технологий (например, искусственный интеллект или виртуальная реальность) может изменить способы производства и потребления контента в одном из сегментов культурных индустрий (например, в музейном деле или игровой индустрии).
14. Оцените, является ли видеоблогинг или создание мемов частью культурных индустрий в рамках существующих определений. Свой ответ аргументируйте.
15. Спрогнозируйте, как тенденция к локализации контента может повлиять на глобальные медиагиганты (например, Netflix) и какие стратегии им следует принять для сохранения конкурентоспособности.

По компоненте компетенций «Владеть навыками»:

Задание. Создайте интеллект-карту (mind map), связывающую ключевые понятия раздела: «культурные индустрии», «креативные индустрии», «культурная политика», «индустриальное производство», «сегменты», «экономическая и социальная ценность».

Задание. Опишите, как местный государственный театр может трансформироваться в организацию креативной экономики. Какие новые проекты (коммерческие, образовательные, партнерские с НКО) он может запустить?

Задание. Возьмите любой популярный культурный продукт (например, сериал «Игра в кальмара» или музыкальный альбом современного исполнителя). Определите, к каким сегментам культурных индустрий он относится, и докажите, что он является результатом индустриального производства.

Задание. Выберите один культурный продукт (фильм, видеоигра, выставка) и кратко проанализируйте его успешность по трем критериям: эстетическая ценность, экономический успех, социальное влияние.

Задание. Найдите в медиапространстве (новости, блоги) один пример, иллюстрирующий влияние глобализации на культурный контент в России, и один пример — локализации. Кратко опишите их.

Задание. Предложите 3 конкретных инструмента из арсенала digital-технологий для продвижения новой книги молодого автора.

Задание. Создайте небольшую таблицу, сравнивающую традиционный музей и цифровой онлайн-музей по параметрам: способ производства контента, аудитория, экономическая модель.

Задание. Просмотрите выпуск новостей на федеральном канале и выпуск новостей в формате «стендап» на YouTube-канале. Сравните их по трем параметрам: содержание, форма подачи, целевая аудитория.

Задание. Предложите идею для короткометражного фильма или веб-сериала (1 - 2 предложения) и составьте для него краткий план продвижения от съемок до зрителя, указав как минимум 3 шага (например: съемка -> подача заявки на фестиваль -> релиз на стриминге).

Задание. Проанализируйте бизнес-модель любой стриминговой платформы (например, Wink, More.tv, YouTube). Определите, какие источники дохода (подписка, реклама, платные опции) для нее основные.

Задание. Составьте контент-план на неделю для социальных сетей (например, Instagram или Telegram) литературного музея. Включите 3 - 4 типа постов (например, «интересный факт об экспонате», «анонс онлайн-лекции», «цитата писателя»).

Задание. Найдите пример рекламной интеграции (product placement) в российском сериале или на YouTube-канале. Опишите, насколько она органично вписана в контент и какую аудиторию пытается охватить.

Задание. Придумайте концепцию мобильного приложения, которое сочетает в себе черты образовательной платформы (обучение) и игровой индустрии (геймификация). Какой теме оно будет посвящено? (например, «История России в квестах»).

5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения дисциплины, в ходе промежуточной аттестации

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций, разработаны на основе подхода В.П. Беспалько. Задания фонда оценочных средств представлены в трех взаимосвязанных блоках.

Первый блок – задания на уровне «знать», в которых очевиден способ решения, усвоенный студентом при изучении дисциплины. Задания этого блока выявляют в основном знаниевый компонент по дисциплине и оцениваются по бинарной шкале «правильно-неправильно».

Второй блок – задания на уровне «знать» и «уметь», в которых нет явного указания на способ выполнения, и студент для их решения самостоятельно выбирает один из изученных способов. Задания данного блока позволяют оценить не только знания по дисциплине, но и умения пользоваться ими при решении стандартных, типовых задач. Результаты выполнения этого блока оцениваются с учетом частично правильно выполненных заданий.

Третий блок – задания на уровне «знать», «уметь», «владеть». Он представлен кейс-заданиями, содержание которых предполагает использование комплекса умений и навыков, для того чтобы студент мог самостоятельно сконструировать способ решения, комбинируя известные ему способы и привлекая знания из разных дисциплин. Кейс-задание представляет собой учебное задание, состоящее, как правило, из описания реальной практической ситуации или ситуации, приближенной к практике. Выполнение студентом кейс-заданий требует решения поставленной проблемы (ситуации) в целом и проявления умения анализировать конкретную информацию, прослеживать причинно-следственные связи, выделять ключевые проблемы и методы их решения. В отличие от первых двух блоков задания третьего блока носят интегральный (summative) характер и позволяют формировать нетрадиционный способ мышления, характерный и необходимый для современного человека. Решение студентами подобного рода нестандартных практико-ориентированных заданий свидетельствует о степени влияния процесса изучения дисциплины на формирование у студентов общекультурных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС.

Оценивание знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций, осуществляется с помощью следующей модели оценки выполнения типовых заданий и практико-ориентированных задач, которая позволяет установить соответствие между результатом выполнения заданий ФОС обучающимся (студентом) и уровнем обученности по шкале оценивания (таблица 4).

Таблица 4 – Модель оценки выполнения заданий ФОС

Цифровое выражение	Словесное выражение	Описание
5	Отлично (зачтено)	всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, умение свободно выполнять практические задания, предусмотренные программой, усвоивший основную литературу и знакомый с дополнительной литературой, рекомендованной программой
4	Хорошо (зачтено)	полное знание учебного материала, успешно выполняет предусмотренные в программе практические задания, усвоил основную литературу, рекомендованную в программе, способен к самостоятельному пополнению и обновлению знаний и умений в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности
3	Удовлетвори тельно (зачтено)	знания основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по специальности, выполняет практические задания, предусмотренные программой, знаком с основной литературой, рекомендованной программой, но допускает погрешности в ответе и при выполнении заданий, обладая при этом необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя
2	Неудовлетво рительно (не зачтено)	пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допущение студентом принципиальных ошибок в выполнении предусмотренных программой заданий. Как правило, оценка "неудовлетворительно" ставится студентам, которые не могут продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании вуза без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

Данная модель, являясь студентоцентрированной, позволяет сфокусировать внимание на результатах каждого отдельного студента. Предложенные показатели оценки результатов обучения позволяют сделать выводы об уровне обученности каждого

отдельного студента и дать ему рекомендации для дальнейшего успешного продвижения в обучении.

Предложенный фонд оценочных средств может быть использован для оценки результатов обучения отдельного студента, а также для выборки студентов направления подготовки.