

Приложение 2 к РПД
Тенденции развития креативных индустрий
43.03.02 Туризм
Направленность (профиль) Технология и организация
туроператорской и турагентской деятельности
Форма обучения – очная
Год набора – 2026

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ
АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Общие сведения

1.	Кафедра	Искусств и дизайна
2.	Направление подготовки	43.03.02 Туризм
3.	Направленность (профиль)	Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности
4	Дисциплина	Б1.В.02 Тенденции развития креативных индустрий
5	Форма обучения	очная
6	Год набора	2026

Перечень компетенций

ПК-2	Способен применять методы прикладных исследований в туристско-рекреационной и экскурсионной деятельности
ПК-4	Способен применять технологии креативных индустрий для реализации задач туристско-экскурсионной деятельности

Критерии и показатели оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Этап формирования компетенции (разделы, темы дисциплины)	Формируемая компетенция	Критерии и показатели оценивания компетенций			Формы контроля сформированности компетенций
		Знать:	Уметь:	Владеть:	
Раздел 1. Общая характеристика креативных индустрий	ПК-2; ПК-4	Специфику неоиндустриального предпринимательства	Работать в сетевом сообществе	Знаниями о концепциях креативных индустрий в гуманитарных и экономических науках	Терминологический диктант, ситуативные задачи, оценка докладов (сообщений)
		Ресурсы электронной среды для развития креативных индустрий	Выстраивать логику исследований креативных индустрий	Навыками работы с нелинейной информацией креативного характера	
		Признаки творчества и	Реализовывать	Знаниями о роли	

Этап формирования компетенции (разделы, темы дисциплины)	Формируемая компетенция	Критерии и показатели оценивания компетенций			Формы контроля сформированности компетенций
		Знать:	Уметь:	Владеть:	
		инноваций, обеспечивающие дополнительную стоимость продуктов креативных индустрий	потенциал творческих решений для повышения качества туристских услуг	креативных индустрий в стратегии повышения конкурентоспособности предприятия	
Раздел 2. Тренды и эффекты креативных индустрий	ПК-2; ПК-4	Принципы нелинейного подхода в управлении специфику экономики впечатлений и творчества Актуальные запросы туристической индустрии в разработке турпродуктов креативного характера	Выявлять потребности и различных целевых групп в услугах креативных индустрий Разрабатывать решения для развития типичных туристских продуктов на основании ресурсов креативных индустрий Обосновывать преимущества креативных кластеров для развития туристских территорий	знаниями о специфике менеджмента креативных индустрий техниками проектирования продуктов творческого характера Основами бизнес-компетенций креативного характера	Ситуативные задачи, бланочный тест, оценка докладов (сообщений)

Этап формирования компетенции и (разделы, темы дисциплины)	Формируемая компетенция	Критерии и показатели оценивания компетенций			Формы контроля сформированности компетенций
		Знать:	Уметь:	Владеть:	
			й		

4 Критерии и шкалы оценивания

ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИЙ ДИКТАНТ

Критерии и шкала оценки выполнения задания (до 5 баллов):

Процент правильных ответов	50-60	61-70	71-80	81-90	91-100
Количество баллов за результаты	1	2	3	4	5

БЛАНОЧНЫЙ ТЕСТ

Критерии и шкала оценки выполнения задания (до 5 баллов):

Процент правильных ответов	50-60	61-70	71-80	81-90	91-100
Количество баллов за результаты	1	2	3	4	5

Ключ к тесту

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Б	Б	Б	А	А	Б	В	БВ	АВ	БВ

ЗАДАНИЕ 3. (кейс) «Картирование креативных индустрий»

Критерии оценки выполнения задания:

- отражены правила создания тематической карты;
- карта может быть использована в последующих исследованиях.

Шкала оценивания

Изображения выполнены аккуратно с соблюдением правил визуализации	1-4 балла
Карта информативна, продуктивна для исследовательской деятельности	5-15 баллов
Всего баллов	До 15 баллов

ЗАДАНИЕ 4. (кейс) «Оценка стартапа»

Критерии оценки выполнения задания:

- формулировать критерии оценки;
- умение обосновывать выводы о потребительской стоимости креативного предложения.

Шкала оценивания

Определены 2-4 критерия	1-4 балла
Определены экономические преимущества стартапа	5-9 баллов
Определены проблемы и перспективы потребления продукта стартапа	10-15 баллов
Всего баллов	До 15 баллов

ЗАДАНИЕ 5. Доклады

Критерии оценки выполнения задания:

самостоятельное исследование (разработана программа, результаты, презентация)	10 баллов
актуальность источников доклада	1 балл
логика изложения	1 балл
оформление	1 балл
обоснованность выводов, потенциал дальнейшего исследования	2 балла
Всего баллов	До 15

ЗАДАНИЕ 6.

Презентация доклада (выступления), исследования

Критерии оценки выполнения задания:

Структура презентации	Максимальное количество баллов
Содержание	
Сформулирована цель, проблема работы	1
Информация изложена полно и четко	1
Использованы самостоятельно разработанные блок-схемы, диаграммы, мемокарты	3
Сделаны выводы, определена практическая значимость, перспективность исследования	2
Оформление презентации	
Единый стиль оформления	1
Текст легко читается, фон сочетается с текстом и графикой	1
Эффект презентации	
Презентация позволяет включить ее в образовательный контент	1
Мах количество баллов	10

Критерии оценки ответа на зачете

(1 вопрос - 20 баллов; 2 вопрос - 20 баллов)

Ответ студента на зачете оценивается баллами, которые в совокупности с набранными в течение семестра позволяют выставить оценку «зачтено» (61 и более баллов) в соответствии со следующими критериями:

Студент

- владеет профессиональной терминологией, четко интерпретирует информацию;
- аргументированно делает выводы по излагаемым вопросам;
- приводит примеры исследований, деятельности креативных кластеров, творческих проектов в России и за рубежом
- проявляет междисциплинарные знания.

Типовые контрольные задания и методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИЙ ДИКТАНТ

Креативные индустрии – это деятельность, в основе которой лежат индивидуальное творческое начало, навык или талант и которая несет в себе потенциал создания добавленной стоимости и рабочих мест путем производства и эксплуатации интеллектуальной собственности

Качество жизни – собирательное понятие, обозначающее количественный уровень и разнообразие тех материальных, социальных и духовных потребностей, которые способен удовлетворить человек в условиях определенного общества, места жительства.

Креативный кластер – это свободное пространство, объединяющее под своей крышей творческие организации и малый бизнес

Культурный ландшафт – пространство, включающее все присущие ему природные и антропогенные компоненты, где социальная деятельность является доминирующим формообразующим компонентом.

Креативный город – термин урбанистики, раскрывающий концепцию синергии качества социальных пространств, творчества в архитектуре и уровня развития креативной индустрии..

Креативный класс - люди, которые привносят новизну в окружающее их пространство, способны находить нестандартные, принципиально новые решения

Транблшутер – профессиональный консультант, обладающий творческим, нелинейным мышлением

Креативное пространство - общедоступная территория, предназначенная для свободного самовыражения, творческой деятельности и взаимодействия людей.

Урбанистика – синтетическая дисциплина, изучающая архитектурные, пространственные, культурные и социальные характеристики города.

Жизненный цикл креативного продукта - период времени от зарождения идеи до освоения ее на этапе коммерциализации и вовлечении продукта в повседневные практики.

БЛАНОЧНЫЙ ТЕСТ

1. Органическое неприятие человеком без специальной прогностической подготовки любого представления о качественно ином будущем, расходящимся с привычным ему настоящим называется

- а. презентизм
- б. футурофобия
- в. антиципация
- г. агностицизм

2. В этой книге автор призывал «интегрировать прогнозирование – целеполагание – планирование – программирование – проектирование – управление в единую систему»

- а. «Год 2000» (1967) Герман Кан
- б. «Футурошок» Элвин Тоффлер
- в. «Будущее уже началось» (1952). Роберта Юнгка

3. При постиндустриальном социально-экономическом укладе объектом конкуренции стаи:

- а. территории
- б. компетенции
- в. производства

- г. средства информации

4. Управление рисками в креативной индустрии представляет собой совокупность мер, позволяющих...

- а. снизить неопределенность результатов креативного проекта
- б. получить патент на инновационный продукт
- в. улучшить инновационный климат
- г. повысить уровень компетентности разработчиков

5. Совместимость с окружающей средой, существующими ценностями и прошлым опытом, а также сложность освоения новации, влияют:

- а. на скорость диффузии инновации;
- б. на бюджетное финансирование;
- в. на выдачу патента;
- г. на рутинизацию инновации.

6. В структуре креативного процесса ИНВЕНЦИЯ – это:

- а. внедрение новшества в производство
- б. идея, открытие, замысел нововведения
- в. вид диффузии инновации
- г. название раздела инновационного проекта

7. Процесс превращения новшества в креативный продукт путем его внедрения на рынок, создания условий для промышленного освоения и получения экономического эффекта называется

- а. Лицензирование
- б. Патентование
- в. Коммерциализация
- г. сертификация

8. Креативные индустрии

- а. ускоряют социальное развитие и тормозят коммерческие процессы;
- б. ускоряют социальное развитие и экономические процессы;
- в. повышают качество жизни и снижают социальную напряженность;
- г. повышают затраты бюджетов всех уровней.

9. Что такое «инновационный потенциал предприятия»?

- а. мера готовности предприятия выполнить задачи, обеспечивающие достижение поставленной инновационной цели
- б. совокупный модернизированный продукт, ориентированный на целевую группу
- в. мера научно-технического, экономического и социального развития предприятия и уровень его организационной культуры

10. Инновационный процесс – это

- а. начальный этап смены технологического уклада
- б. объективный процесс распространения новшеств в обществе
- в. последовательность этапов создания и использования нововведения
- г. технология конкуренции в инновационной среде

ЗАДАНИЕ 3. (кейс) «Картирование креативных индустрий»

Задание: проведите интернет-серфинг адресов и отзывов об организациях, предлагающих услуги в творческой сфере. Укажите на карте города предприятия креативных индустрий,

цветов выделите лидеров по отзывам в интернете. Сделайте вывод по исследованию.

ЗАДАНИЕ 4. (кейс) «Оценка стартапа»

Найдите описание трех стартапов сегмента креативных индустрий, проведите анализ их предложения, определите, какие запросы потребителей могут быть реализованы данными стартапами. Предложите свой рейтинг по прогнозу жизнеспособности стартапов.

ЗАДАНИЕ 5. Доклады и презентации.

1. История разработки понятия «креативные индустрии».
2. «Креативный город» - понятие и современный опыт.
3. Государственная поддержка креативных индустрий.
4. Креативные индустрии как показатель конкурентоспособности страны.
5. Компетенции для креативных индустрий.
6. Мир фриланса в креативных индустриях.
7. Креативные пространства города.
8. Сравнительный анализ деятельности общественных организаций и предприятий креативного сектора.
9. Риски креативных индустрий.
10. Исследование трендов в креативных индустриях (на примере...)

ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ

1. История возникновения понятия «креативные индустрии».
2. Классификация креативных индустрий.
3. Признак творчества и инновации в содержании креативной индустрии.
4. Факторы, стимулирующие становление и развитие креативных индустрий в современном обществе.
5. Креативный класс.
6. Потенциал креативных индустрий в развитии стран, территорий, отраслей.
7. Производственная цепочка в креативных индустриях
8. Условия развития предприятия в сфере креативных индустрий.
9. Ключевые компоненты креативных индустрий: творчество, технология, добавленная стоимость, социальная ориентированность, нелинейный менеджмент.
10. Этапы создания креативного продукта.
11. Признаки инновационности креативного продукта.
12. Признаки развития креативных индустрий.
13. Современные культурные рынки.
14. Диффузия креативных индустрий, творческих практик в индустрии других секторов.
15. Экспорт-импорт услуг креативных индустрий.
16. Конкуренция стран в сфере креативных индустрий.
17. Городское развитие как ресурс и результат креативных индустрий.
18. Специфика предприятий в креативных индустриях.
19. Потребности горожан в творческих пространствах.
20. Креативные кластеры (Creative HubKit).
21. Классификация культурных кластеров.
22. Управление опытом потребителей креативных индустрий.
23. Бизнес-компетенции и культурный кругозор.
24. Управление креативными продуктами, процессами, личностями, проектными группами, условиями.

25. Планируемые и отсроченные эффекты менеджмента креативных индустрий.
26. Управление стоимостью креативных проектов.
27. Ресурсное обеспечение креативных индустрий.
28. Грантовые программы в системе поддержки креативных проектов.
29. Краудфандинг в креативных индустриях.
30. Форсайт сектора креативных индустрий.