

Рабочая программа дисциплины

Продюсирование рекламных и пиар-проектов

<i>Направление подготовки</i>	Реклама и связи с общественностью
<i>Код</i>	43.03.02
<i>Направленность (профиль)</i>	Рекламные и маркетинговые коммуникации, PR
<i>Квалификация выпускника</i>	бакалавр

Москва
2026

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 039CF0930035B466A44637ABV04B6AF49F
Владелец: ПОПОВ ВАСИЛИЙ ГАВРИИЛОВИЧ
Действителен: с 23.04.2026 до 23.07.2027

1. Перечень кодов компетенций, формируемых дисциплиной в процессе освоения образовательной программы

Группа компетенций	Категория компетенций	Код
Профессиональные	-	ПК-7

2. Компетенции и индикаторы их достижения

Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции
ПК-7	Способен разрабатывать и реализовывать индивидуальные и (или) коллективные проекты в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-7.1 Использует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью ПК-7.2 Составляет основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью ПК-7.3 Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта

3. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине

3.1. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине

Планируемые результаты обучения по дисциплине представлены дескрипторами (знания, умения, навыки).

Дескрипторы по дисциплине	Знать	Уметь	Владеть
Код компетенции	ПК-7		
	-особенности индивидуального и группового поведения, взаимодействие формальных и неформальных организаций	-формировать и корректировать документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью согласно концепции	-технологиями исследования организационных отношений и процессов для принятия решений в организации

	-алгоритмы творческих и медиа-проектов и кампаний	организационного поведения -осуществлять контроль за ходом работ по выполнению принципов организационного поведения	-современными технологиями исследования управления персоналом организации -основами исследования и управления конфликтами и стрессами в организации
--	---	--	--

4. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Продюсирование рекламных и пиар-проектов» находится в составе части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана ОПОП. Дисциплина находится в логической и содержательно-методической взаимосвязи с такими дисциплинами, как: «Информационные технологии в рекламе и в сфере связей с общественностью», «Управление проектами».

Изучение дисциплины позволит обучающимся реализовывать профессиональные компетенции в профессиональной деятельности.

В рамках освоения программы бакалавриата выпускники готовятся к решению задач профессиональной деятельности следующих типов: авторский, проектный, маркетинговый, организационный, технологический.

Профиль (направленность) программы установлена путем её ориентации на сферу профессиональной деятельности выпускников: Рекламные и маркетинговые коммуникации, PR.

5. Объем дисциплины

<i>Виды учебной работы</i>		<i>Формы обучения</i>			
		<i>Очная</i>	<i>Очно-заочная</i>	<i>Заочная</i>	<i>Заочная с применением ДОТ</i>
Общая трудоемкость: зачетные единицы/часы		3/108	3/108	3/108	3/108
Контактная работа (всего):					
	Занятия лекционного типа	14	12	8	2
	Занятия семинарского типа	28	24	12	2
	Промежуточная аттестация: Экзамен	27	27	9	9
Самостоятельная работа (СРС)		39	45	79	95

6. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам / разделам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

6.1. Распределение часов по разделам/темам и видам работы

6.1.1. Очная форма обучения

№ п/ п	Раздел/тема	Виды учебной работы (в часах)						Самос тоятел ьная работа
		Контактная работа						
		Занятия лекционно го типа		Занятия семинарского типа				
		Леку ии	Иные учебн ые заня тия	Пра кти ческ ие заня тия	Семина ры	Лаборатор ные раб.	Иные заняти я	
1.	Введение в продюсирование. Роль продюсера в рекламных и PR-проектах	2			4			6
2.	Жизненный цикл проекта и этапы продюсирования	2			4			6
3.	Препродакшн: разработка концепции и подготовка к реализации	2			4			6
4.	Бюджетирование и финансовое планирование проекта	2			4			6
5.	Продакшн: организация съемок и запуск проекта	2			4			5
6.	Постпродакшн и завершение проекта	2			4			5
7.	Правовые аспекты продюсирования и	2			4			5

	документационное сопровождение							
	Итого	14			28			39
Промежуточная аттестация			27					

6.1.2 Очно-заочная форма обучения

№ п/ п	Раздел/тема	Виды учебной работы (в часах)						
		Контактная работа						Самос тоятел ьная работа
		Занятия лекционно го типа		Занятия семинарского типа				
		Лекц ии	Иные учебн ые заня тия	Пра кти ческ ие заня тия	Семина ры	Лаборатор ные раб.	Иные заняти я	
1.	Введение в продюсирование. Роль продюсера в рекламных и PR-проектах	2			4			8
2.	Жизненный цикл проекта и этапы продюсирования	2			4			7
3.	Препродакшн: разработка концепции и подготовка к реализации	2			4			6
4.	Бюджетирование и финансовое планирование проекта	2			3			6
5.	Продакшн: организация съемок и запуск проекта	2			3			6
6.	Постпродакшн и завершение проекта	2			3			6

7.	Правовые аспекты продюсирования и документационное сопровождение	2			3			6
	Итого	12			24			45
Промежуточная аттестация			27					

6.1.3 Заочная форма обучения

№ п/ п	Раздел/тема	Виды учебной работы (в часах)						Самос тоятел ьная работа
		Контактная работа						
		Занятия лекционн ого типа		Занятия семинарского типа				
		Лек ции	Иные учебн ые заня тия	Пра кти ческ ие заня тия	Семина ры	Лаборатор ные раб.	Иные заняти я	
1.	Введение в продюсирование. Роль продюсера в рекламных и PR-проектах	2			2			12
2.	Жизненный цикл проекта и этапы продюсирования	1			2			12
3.	Препродакшн: разработка концепции и подготовка к реализации	1			2			12
4.	Бюджетирование и финансовое планирование проекта	1			2			12
5.	Продакшн: организация съемок и запуск проекта	1			2			11
6.	Постпродакшн и завершение проекта	1			1			10
7.	Правовые аспекты продюсирования и	1			1			10

	документационное сопровождение							
	Итого	8			12			79
Промежуточная аттестация			9					

6.1.4. Заочная форма обучения с применением ДОТ

№ п/ п	Раздел/тема	Виды учебной работы (в часах)						
		Контактная работа						Самос тоятел ьная работа
		Занятия лекционн ого типа		Занятия семинарского типа				
		Лек ции	Иные учебн ые заня тия	Пра кти ческ ие заня тия	Семина ры	Лаборатор ные раб.	Иные заняти я	
1.	Введение в продюсирование. Роль продюсера в рекламных и PR-проектах	1						20
2.	Жизненный цикл проекта и этапы продюсирования	1						20
3.	Препродакшн: разработка концепции и подготовка к реализации				1			20
4.	Бюджетирование и финансовое планирование проекта				1			10
5.	Продакшн: организация съемок и запуск проекта							10
6.	Постпродакшн и завершение проекта							10
7.	Правовые аспекты продюсирования и документационное							5

	сопровождение							
	Итого	2			2			95
Промежуточная аттестация			9					

6.2. Программа дисциплины, структурированная по темам / разделам

6.2.1. Содержание лекционного курса

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание лекционного занятия
1	Введение в продюсирование. Роль продюсера в рекламных и PR-проектах	Понятие и сущность продюсирования как комплексной деятельности по созданию и реализации рекламных и PR-проектов. Продюсер как ключевая фигура, совмещающая креативные, управленческие и финансовые функции . Типы продюсеров: исполнительный, линейный, креативный, продакшн-продюсер . Профессиональные требования к продюсеру и его место в структуре рекламного агентства или продюсерского центра .
2	Жизненный цикл проекта и этапы продюсирования	Полный цикл работ продюсера: от создания идеи проекта до его полной реализации . Три основных этапа производства: препродакшн (Pre-production), продакшн (Production) и постпродакшн (Post-production) . Характеристика каждого этапа: задачи, ключевые процессы и участники. Формирование тайминга проекта и управление сроками .
3	Препродакшн: разработка концепции и подготовка к реализации	Работа с клиентским брифом: анализ и интерпретация запроса, выявление реальных потребностей заказчика . Разработка креативной концепции: генерация идей, сценарное мастерство для рекламных роликов и PR-событий, раскадровка . Создание презентационных материалов: мудборды, референсы, тритменты, аниматики . Подготовка технического задания для творческой группы .
4	Бюджетирование и финансовое планирование проекта	Принципы составления производственной сметы: статьи расходов (гонорары, аренда оборудования и локаций, постпродакшн) . Продюсерские решения на основе бюджета: баланс между креативом и стоимостью . Принципы проведения тендера и подготовки конкурсной документации . Формирование и подача грантовых заявок,

		монетизация проектов .
5	Продакшн: организация съемок и запуск проекта	Подбор и формирование съемочной группы: продюсер, режиссер, оператор, художник-постановщик . Проведение кастинга актеров и скаутинг локаций . Организация работы на съемочной площадке: координация цехов, управление процессом, решение непредвиденных проблем . Управление проектом в процессе реализации: контроль сроков и бюджета .
6	Постпродакшн и завершение проекта	Этапы постпродакшна: монтаж, цветокоррекция, работа со звуком (запись диктора, подбор музыки, саунд-дизайн), создание графики и визуальных эффектов (VFX) . Контроль качества финального продукта. Сдача проекта клиенту: подписание закрывающих актов, передача авторских прав, архивация материалов .
7	Правовые аспекты продюсирования и документационное сопровождение	Договорные отношения с подрядчиками и правообладателями: формы собственности, составление договоров . Передача авторских прав на рекламный продукт. Закрывающие документы: акты выполненных работ, счет-фактуры. Правовые риски и способы их минимизации в продюсерской деятельности .

6.2.2. Содержание практических занятий

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание практического занятия
1.	Введение в продюсирование. Роль продюсера в рекламных и PR-проектах	Анализ кейсов: разбор успешных рекламных и PR-проектов с точки зрения продюсирования. Определение типа продюсера в каждом кейсе и его функциональных задач. Дискуссия «Продюсер vs Менеджер проектов: сходства и различия» .
2.	Жизненный цикл проекта и этапы продюсирования	Составление тайминга проекта на основе реального брифа: разбивка на этапы препродакшна, продакшна и постпродакшна, расчет длительности каждого этапа. Формирование полного пакета материалов для каждого этапа .
3.	Препродакшн: разработка концепции и подготовка к реализации	Работа с клиентским брифом: анализ, формулировка уточняющих вопросов. Разработка креативной концепции и написание сценария для рекламного ролика или PR-события. Создание мудборда и

		референсов. Подготовка презентации концепции для клиента (питчинг) .
4.	Бюджетирование и финансовое планирование проекта	Составление производственной сметы для заданного проекта: расчет затрат на гонорары команды, аренду оборудования, локации, постпродакшн. Обоснование статей бюджета. Подготовка тендерной документации. Групповая работа по расчету бюджета и его защита .
5.	Продакшн: организация съемок и запуск проекта	Деловая игра «Съемочный день»: распределение ролей в съемочной группе, решение ситуационных задач (непредвиденные расходы, изменение погоды, конфликты на площадке) . Разбор кастинг-брифа и отбор актеров для гипотетического проекта.
6.	Постпродакшн и завершение проекта	Практика работы с программой для монтажа (на базовом уровне). Создание финальной сметы и сравнение с плановой. Подготовка закрывающих документов. Защита группового проекта с полным пакетом материалов от брифа до сдачи .
7.	Правовые аспекты продюсирования и документационное сопровождение	Разбор реальных договоров: анализ пунктов об авторских правах, ответственности сторон, сроках. Составление проекта договора с подрядчиком. Юридический кейс: урегулирование спора с клиентом или подрядчиком .

6.2.3. Содержание самостоятельной работы

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание самостоятельной работы
1	Введение в продюсирование. Роль продюсера в рекламных и PR-проектах	Изучение и конспектирование ключевых понятий: продюсирование, препродакшн, продакшн, постпродакшн, линейный продюсер, креативный продюсер. Подготовка эссе «Профессия продюсера в современной индустрии рекламы и PR» .
2	Жизненный цикл проекта и этапы продюсирования	Разработка полного тайминга проекта для выбранного типа рекламного продукта. Изучение этапов производства на примере реальных рекламных роликов. Подготовка схемы жизненного цикла проекта с ключевыми контрольными точками .
3	Препродакшн: разработка концепции и подготовка к	Подготовка презентации концепции для гипотетического проекта (бриф, идея, сценарий, мудборд, референсы). Изучение структуры

	реализации	PPM-буклета. Освоение инструментов для создания аниматиков .
4	Бюджетирование и финансовое планирование проекта	Составление детальной сметы для собственного проекта с обоснованием каждой статьи расходов. Изучение структуры грантовой заявки. Подготовка сопроводительного письма для тендера .
5	Продакшн: организация съемок и запуск проекта	Разработка кастинг-брифа и плана скаутинга локаций для проекта. Изучение обязанностей всех членов съемочной группы. Подготовка чек-листа по организации съемочного дня .
6	Постпродакшн и завершение проекта	Освоение базового функционала программы для монтажа и цветокоррекции (DaVinci Resolve или Adobe Premiere). Подготовка финального отчета по проекту. Анализ кейсов успешного завершения рекламных проектов .
7	Правовые аспекты продюсирования и документационное сопровождение	Изучение типовых договоров с подрядчиками и правообладателями. Подготовка проекта договора на производство рекламного контента. Анализ судебной практики по спорам в рекламном производстве .

7. Текущий контроль по дисциплине (модулю) в рамках учебных занятий

В рамках текущего контроля преподаватель самостоятельно может проводить следующие мероприятия:

№ п/п	Контролируемые разделы (темы)	Наименование оценочного средства
1.	Введение в продюсирование. Роль продюсера в рекламных и PR-проектах	Опрос, тестирование. Реализация программы с применением ДОТ: Тестирование, ситуационные задачи, проблемные задачи.
2.	Жизненный цикл проекта и этапы продюсирования	Опрос, тестирование, исследовательский проект. Реализация программы с применением ДОТ: Тестирование, ситуационные задачи, проблемные задачи.
3.	Препродакшн: разработка концепции и подготовка к реализации	Опрос, деловая игра. Реализация программы с применением ДОТ: Тестирование, ситуационные задачи, проблемные задачи.
4.	Бюджетирование и финансовое планирование проекта	Опрос, творческое задание. Реализация программы с применением ДОТ: Тестирование, ситуационные задачи, проблемные задачи.

		задачи.
5.	Продакшн: организация съемок и запуск проекта	Опрос, творческое задание, информационный проект. Реализация программы с применением ДОТ: Тестирование, ситуационные задачи, проблемные задачи.
6.	Постпродакшн и завершение проекта	Опрос, творческое задание. Реализация программы с применением ДОТ: Тестирование, ситуационные задачи, проблемные задачи, деловые игры.
7.	Правовые аспекты продюсирования и документационное сопровождение	Опрос, творческое задание. Реализация программы с применением ДОТ: Тестирование, ситуационные задачи, проблемные задачи.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

8.1 Основная литература:

1. Худоренко, Е. А. Коммуникационные технологии международных корпораций : учебное пособие / Е. А. Худоренко. — Москва : Евразийский открытый институт, 2011. — 336 с. — ISBN 978-5-374-00176-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/books/10702/details>

2. Шкляева, Н. А. Маркетинг в социальной сфере : учебное пособие / Н. А. Шкляева. — Сургут : Сургутский государственный педагогический университет, 2025. — 92 с. — Текст : электронный // Образовательная платформа IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/books/159354/details>

3. Чилингир, Е. Ю. Реклама и связи с общественностью: введение в профессию : учебное пособие / Е. Ю. Чилингир. — 2-е изд. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2025. — 240 с. — ISBN 978-5-4497-3882-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/books/145167/details>

4. Ушанов, П. В. Рекламная деятельность на телевидении : учебное пособие для СПО / П. В. Ушанов. — Саратов : Профобразование, 2026. — 47 с. — ISBN 978-5-4488-2660-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/books/154890/details>

8.2 Дополнительная литература:

1. Кашпаров, Д. В. Исследование маркетинговых аспектов деятельности торговых организаций: монография / Д. В. Кашпаров, Л. В. Пурыжова, Л. В. Семенова. — Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2022. — 125 с. — ISBN 978-5-4497-1716-0. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/122170.html>

2. Зеньков, И. В. Менеджмент и маркетинг: учебное пособие / И. В. Зеньков. — Красноярск: Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М.Ф. Решетнева, 2022. — 330 с. — Текст: электронный // Цифровой

образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL:
<https://www.iprbookshop.ru/124304.html>

8.3. Перечень периодических изданий:

1. Журнал «Реклама. Теория и практика». - Режим доступа: <http://www.grebennikoff.ru/product/3> **Ошибка! Недопустимый объект гиперссылки.**
2. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом» - Режим доступа: <http://www.mavriz.ru>
3. Журнал «Маркетинг» - Режим доступа: <http://www.marketolog.ru/>
4. Сайт журнала «Рекламные идеи» www.advi.ru
5. Электронный журнал <http://www.outdoor.ru>

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. www.pr-new.spb.ru

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Успешное освоение данного курса базируется на рациональном сочетании нескольких видов учебной деятельности – лекций, семинарских занятий, самостоятельной работы. При этом самостоятельную работу следует рассматривать одним из главных звеньев полноценного высшего образования, на которую отводится значительная часть учебного времени.

Самостоятельная работа студентов складывается из следующих составляющих:

1. работа с основной и дополнительной литературой, с материалами интернета и конспектами лекций;
2. внеаудиторная подготовка к контрольным работам, выполнение докладов, рефератов и курсовых работ;
3. выполнение самостоятельных практических работ;
4. подготовка к экзаменам (зачетам) непосредственно перед ними.

Для правильной организации работы необходимо учитывать порядок изучения разделов курса, находящихся в строгой логической последовательности. Поэтому хорошее усвоение одной части дисциплины является предпосылкой для успешного перехода к следующей. Задания, проблемные вопросы, предложенные для изучения дисциплины, в том числе и для самостоятельного выполнения, носят междисциплинарный характер и базируются, прежде всего, на причинно-следственных связях между компонентами окружающего нас мира. В течение семестра, необходимо подготовить рефераты (проекты) с использованием рекомендуемой основной и дополнительной литературы и сдать рефераты для проверки преподавателю. Важным составляющим в изучении данного курса является решение ситуационных задач и работа над проблемно-аналитическими заданиями, что предполагает знание соответствующей научной терминологии и т.д.

Для лучшего запоминания материала целесообразно использовать индивидуальные особенности и разные виды памяти: зрительную, слуховую, ассоциативную. Успешному запоминанию также способствует приведение ярких свидетельств и наглядных примеров. Учебный материал должен постоянно повторяться и закрепляться.

При выполнении докладов, творческих, информационных, исследовательских проектов особое внимание следует обращать на подбор источников информации и методику работы с ними.

Для успешной сдачи экзамена (зачета) рекомендуется соблюдать следующие правила:

1. Подготовка к экзамену (зачету) должна проводиться систематически, в течение всего семестра.

2. Интенсивная подготовка должна начаться не позднее, чем за месяц до экзамена.

3. Время непосредственно перед экзаменом (зачетом) лучше использовать таким образом, чтобы оставить последний день свободным для повторения курса в целом, для систематизации материала и доработки отдельных вопросов.

На экзамене высокую оценку получают студенты, использующие данные, полученные в процессе выполнения самостоятельных работ, а также использующие собственные выводы на основе изученного материала.

Учитывая значительный объем теоретического материала, студентам рекомендуется регулярное посещение и подробное конспектирование лекций.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

1. Microsoft Windows Server;

2. Семейство ОС Microsoft Windows;

3. Libre Office свободно распространяемый офисный пакет с открытым исходным кодом;

4. Информационно-справочная система: Система КонсультантПлюс (КонсультантПлюс);

5. Информационно-правовое обеспечение Гарант: Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ» (Система ГАРАНТ);

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

12.1. Учебная аудитория для проведения учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения.

Специализированная мебель:

Комплект учебной мебели (стол, стул) по количеству обучающихся; комплект мебели для преподавателя; доска (маркерная).

Технические средства обучения:

Компьютер в сборе для преподавателя, колонки, проектор, экран.

Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства: Windows 10, КонсультантПлюс, Kaspersky Endpoint Security.

Перечень свободно распространяемого программного обеспечения:

Adobe Reader, Yandex Browser, пакет LibreOffice, МТС Линк, Gimp, FreeCAD..

Подключение к сети «Интернет» и обеспечение доступа в электронную информационно-образовательную среду ММУ.

12.2. Помещение для самостоятельной работы обучающихся.

Специализированная мебель:

Комплект учебной мебели (стол, стул) по количеству обучающихся; комплект мебели для преподавателя; доска (маркерная).

Технические средства обучения:

Компьютер в сборе для преподавателя; компьютеры в сборе для обучающихся; колонки; проектор, экран.

Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства: Windows 10, КонсультантПлюс, Kaspersky Endpoint Security.

Перечень свободно распространяемого программного обеспечения:

Adobe Reader, Yandex Browser, пакет LibreOffice, МТС Линк, Gimp, FreeCAD.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ММУ.

13. Образовательные технологии, используемые при освоении дисциплины

Для освоения дисциплины используются как традиционные формы занятий – лекции (типы лекций – установочная, вводная, текущая, заключительная, обзорная; виды лекций – проблемная, визуальная, лекция конференция, лекция консультация); и семинарские (практические) занятия, так и активные и интерактивные формы занятий - деловые и ролевые игры, решение ситуационных задач и разбор конкретных ситуаций.

На учебных занятиях используются технические средства обучения мультимедийной аудитории: компьютер, монитор, колонки, настенный экран, проектор, микрофон, пакет программ Microsoft Office для демонстрации презентаций и медиафайлов, видеопроектор для демонстрации слайдов, видеосюжетов и др. Тестирование обучаемых может осуществляться с использованием компьютерного оборудования университета.

13.1. В освоении учебной дисциплины используются следующие традиционные образовательные технологии:

- чтение проблемно-информационных лекций с использованием доски и видеоматериалов;
- семинарские занятия для обсуждения, дискуссий и обмена мнениями;
- контрольные опросы;
- консультации;
- самостоятельная работа студентов с учебной литературой и первоисточниками;
- подготовка и обсуждение рефератов (проектов), презентаций (научно-исследовательская работа);
- тестирование по основным темам дисциплины.

13.2. Активные и интерактивные методы и формы обучения

Из перечня видов: («мозговой штурм», анализ НПА, анализ проблемных ситуаций, анализ конкретных ситуаций, инциденты, имитация коллективной профессиональной деятельности, разыгрывание ролей, творческая работа, связанная с освоением дисциплины, ролевая игра, круглый стол, диспут, беседа, дискуссия, мини-конференция и др.) используются следующие:

- диспут
- анализ проблемных, творческих заданий, ситуационных задач
- ролевая игра;
- круглый стол;

- мини-конференция
- дискуссия
- беседа.

13.3. Особенности обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ)

При организации обучения по дисциплине учитываются особенности организации взаимодействия с инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья (далее – инвалиды и лица с ОВЗ) с целью обеспечения их прав. При обучении учитываются особенности их психофизического развития, индивидуальные возможности и при необходимости обеспечивается коррекция нарушений развития и социальная адаптация указанных лиц.

Выбор методов обучения определяется содержанием обучения, уровнем методического и материально-технического обеспечения, особенностями восприятия учебной информации студентов-инвалидов и студентов с ограниченными возможностями здоровья и т.д. В образовательном процессе используются социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе.

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья электронное обучение и дистанционные образовательные технологии предусматривают возможность приема-передачи информации в доступных для них формах.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Нейромаркетинг

<i>Направление подготовки</i>	Реклама и связи с общественностью
<i>Код</i>	42.03.01
<i>Направленность (профиль)</i>	Рекламные и маркетинговые коммуникации, PR
<i>Квалификация выпускника</i>	Бакалавр

Москва
2026

1. Перечень кодов компетенций, формируемых дисциплиной в процессе освоения образовательной программы

Группа компетенций	Категория компетенций	Код
Профессиональные	-	ПК-7

2. Компетенции и индикаторы их достижения

Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции
ПК-7	Способен разрабатывать и реализовывать индивидуальные и (или) коллективные проекты в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-7.1 Использует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью ПК-7.2 Составляет основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью ПК-7.3 Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта

3. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине

3.1. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине

Планируемые результаты обучения по дисциплине представлены дескрипторами (знания, умения, навыки).

Дескрипторы по дисциплине	Знать	Уметь	Владеть
Код компетенции	ПК-7		
	-особенности индивидуального и группового поведения, взаимодействие формальных и неформальных организаций	-формировать и корректировать документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью согласно концепции	-технологиями исследования организационных отношений и процессов для принятия решений в организации

	-алгоритмы творческих и медиа-проектов и кампаний	организационного поведения -осуществлять контроль за ходом работ по выполнению принципов организационного поведения	-современными технологиями исследования управления персоналом организации -основами исследования и управления конфликтами и стрессами в организации
--	---	--	--

3.2. Критерии оценки результатов обучения по дисциплине

Шкала оценивания	Индикаторы достижения	Показатели оценивания результатов обучения
ОТЛИЧНО/ЗАЧТЕНО	Знает:	- студент глубоко и всесторонне усвоил материал, уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает, опираясь на знания основной и дополнительной литературы, - на основе системных научных знаний делает квалифицированные выводы и обобщения, свободно оперирует категориями и понятиями.
	Умеет:	- студент умеет самостоятельно и правильно решать учебно-профессиональные задачи или задания, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагать свое решение, используя научные понятия, ссылаясь на нормативную базу.
	Владеет:	- студент владеет рациональными методами (с использованием рациональных методик) решения сложных профессиональных задач, представленных деловыми играми, кейсами и т.д.; При решении продемонстрировал навыки - выделения главного, - связкой теоретических положений с требованиями руководящих документов, - изложения мыслей в логической последовательности, - самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.
ХОРОШО/ЗАЧТЕНО	Знает:	- студент твердо усвоил материал, достаточно грамотно его излагает, опираясь на знания основной и дополнительной литературы, - затрудняется в формулировании квалифицированных выводов и обобщений, оперирует категориями и понятиями, но не всегда правильно их верифицирует.

	Умеет:	- студент умеет самостоятельно и в основном правильно решать учебно-профессиональные задачи или задания, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагать свое решение, не в полной мере используя научные понятия и ссылки на нормативную базу.
	Владеет:	- студент в целом владеет рациональными методами решения сложных профессиональных задач, представленных деловыми играми, кейсами и т.д.; При решении смог продемонстрировать достаточность, но не глубинность навыков - выделения главного, - изложения мыслей в логической последовательности. - связки теоретических положений с требованиями руководящих документов, - самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.
УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО/ЗАЧТЕНО	Знает:	- студент ориентируется в материале, однако затрудняется в его изложении; - показывает недостаточность знаний основной и дополнительной литературы; - слабо аргументирует научные положения; - практически не способен сформулировать выводы и обобщения; - частично владеет системой понятий.
	Умеет:	- студент в основном умеет решить учебно-профессиональную задачу или задание, но допускает ошибки, слабо аргументирует свое решение, недостаточно использует научные понятия и руководящие документы.
	Владеет:	- студент владеет некоторыми рациональными методами решения сложных профессиональных задач, представленных деловыми играми, кейсами и т.д.; При решении продемонстрировал недостаточность навыков - выделения главного, - изложения мыслей в логической последовательности. - связки теоретических положений с требованиями руководящих документов, - самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.
Компетенция не достигнута		
НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЕН О/НЕ ЗАЧТЕНО	Знает:	- студент не усвоил значительной части материала; - не может аргументировать научные положения; - не формулирует квалифицированных выводов и обобщений; - не владеет системой понятий.
	Умеет:	студент не показал умение решать учебно-профессиональную задачу или задание.

	Владеет:	не выполнены требования, предъявляемые к навыкам, оцениваемым “удовлетворительно”.
--	----------	--

При ответе на вопросы в рамках прохождения промежуточной аттестации (зачет/зачет с оценкой/ экзамен) допускается вольная формулировка ответа, по смыслу раскрывающая содержание ответа, указанного в фонде оценочных средств, в качестве верного ответа.

4. Типовые контрольные задания и/или иные материалы для проведения промежуточной аттестации, необходимые для оценки достижения компетенции, соотнесенной с результатами обучения по дисциплине

ТЕСТИРОВАНИЕ

СЕМЕСТР ПК-3

1. Что такое продюсирование в контексте рекламы?

- А. Только создание рекламного контента
- Б. Комплексная деятельность по созданию и реализации рекламных и PR-проектов, включающая организационные, финансовые и творческие аспекты
- В. Исключительно распространение рекламных материалов на разных платформах
- Г. Анализ эффективности рекламной кампании

Ответ: Б. Комплексная деятельность по созданию и реализации рекламных и PR-проектов, включающая организационные, финансовые и творческие аспекты

2. Какие основные этапы включает процесс продюсирования рекламы?

- А. Разработка концепции → Создание сценария → Съемка и монтаж
- Б. Разработка концепции → Создание сценария → Съемка и монтаж → Сдача проекта
- В. Препродакшн → Продакшн → Постпродакшн → Сдача проекта
- Г. Только съемка и монтаж

Ответ: В. Препродакшн → Продакшн → Постпродакшн → Сдача проекта

3. Какой этап производства включает разработку идеи, написание сценария, создание раскадровки и подготовку к съемкам?

- А. Продакшн (Production)
- Б. Постпродакшн (Post-production)
- В. Препродакшн (Pre-production)
- Г. Сдача проекта

Ответ: В. Препродакшн (Pre-production)

4. Какие функции выполняет продюсер в рекламном производстве?

- А. Разработка концепции рекламы
- Б. Планирование и координация производственных процессов
- В. Управление бюджетом и распределение ресурсов
- Г. Все вышеперечисленное

Ответ: Г. Все вышеперечисленное

5. Какой документ фиксирует ключевые этапы и сроки проекта?

- А. Постер проекта
- Б. Production timeline с вехами (milestones)
- В. Список актеров
- Г. Творческая заявка

Ответ: Б. Production timeline с вехами (milestones)

6. Как формируется бюджет на продюсирование проектов в новых форматах (AR, VR)?

- А. Основывается только на целевой аудитории
- Б. Учитывает затраты на использование новых технологий
- В. Учитывает ожидаемые результаты и цели кампании
- Г. Все вышеперечисленное

Ответ: Г. Все вышеперечисленное

7. Что делает продюсер при конфликте между творчеством и бюджетом?

- А. Игнорирует мнение команды
- Б. Отменяет сцену без обсуждения
- В. Всегда выбирает самое дорогое решение
- Г. Ищет компромисс: креативные альтернативы в рамках ресурсов

Ответ: Г. Ищет компромисс: креативные альтернативы в рамках ресурсов

8. Какая функция относится к юридическим задачам продюсера?

- А. Сведение звука
- Б. Настройка камер на площадке
- В. Составление партитуры саундтрека
- Г. Оформление прав на музыку, локации и изображения

Ответ: Г. Оформление прав на музыку, локации и изображения

9. Как новые форматы, такие как AR и VR, влияют на продюсирование рекламных проектов?

- А. Создание более привлекательного и взаимодействующего опыта
- Б. Увеличение эмоционального воздействия на аудиторию
- В. Усиление брендовой идентичности
- Г. Все вышеперечисленное

Ответ: Г. Все вышеперечисленное

10. Какие роли и функции выполняет продюсер в рекламном производстве согласно практике?

- А. Разработка концепции рекламы
- Б. Планирование и координация производственных процессов
- В. Управление бюджетом и распределение ресурсов
- Г. Все вышеперечисленное

Ответ: Г. Все вышеперечисленное

11. Какая функция не является функцией продюсера?

- А. Коммуникативная
- Б. Стратегическая
- В. Административная
- Г. Программирование и разработка ПО

Ответ: Г. Программирование и разработка ПО

12. Что такое "Dream Cast" в контексте продюсирования?

- А. Список желаемых актеров для участия в проекте
- Б. Технический райдер
- В. Бюджет проекта
- Г. Календарный план съемок

Ответ: А. Список желаемых актеров для участия в проекте

13. Какие вызовы и проблемы могут возникнуть при продюсировании в новых форматах?

- А. Высокие затраты на технологии и обучение персонала
- Б. Большое количество данных для обработки и анализа
- В. Быстрое «затухание» новых трендов и форматов
- Г. Все вышеперечисленное

Ответ: Г. Все вышеперечисленное

14. Что такое фандрайзинг в продюсерской деятельности?

- А. Процесс поиска и привлечения финансовых средств для реализации проекта
- Б. Разработка сценария
- В. Подбор актеров
- Г. Монтаж видеоматериала

Ответ: А. Процесс поиска и привлечения финансовых средств для реализации проекта

15. Какие методы и инструменты используются для продюсирования интерактивной рекламы?

- А. Голосовые помощники
- Б. Шейкеры и сенсорные элементы
- В. Интерактивные баннеры и виджеты
- Г. Все вышеперечисленное

Ответ: Г. Все вышеперечисленное

16. Какую роль играют алгоритмы и искусственный интеллект в продюсировании рекламы нового времени?

- А. Целевая настройка и оптимизация рекламных кампаний
- Б. Анализ и прогнозирование поведения потребителей
- В. Создание динамического и персонализированного контента
- Г. Все вышеперечисленное

Ответ: Г. Все вышеперечисленное

17. Что включает коммерческая идея при создании телерекламы?

- А. Замысел нового товара, новая модель, новая особенность
- Б. Процесс производства, фирма, место производства
- В. Качество, экономичность, удобство
- Г. Все вышеперечисленное

Ответ: Г. Все вышеперечисленное

18. Какие новые тренды и инновации наблюдаются в продюсировании рекламы?

- А. Микро-влияние и микро-инфлюенсеры
- Б. Реальное время и контент на основе событий
- В. Персонализированная реклама
- Г. Все вышеперечисленное

Ответ: Г. Все вышеперечисленное

19. Какие изменения происходят в процессе съемок и монтажа при работе с новыми форматами?

- А. Применение новых технологий съемки

- Б. Необходимость учета особенностей формата при монтаже
- В. Большое количество и разнообразие контента для обработки
- Г. Все вышеперечисленное

Ответ: Г. Все вышеперечисленное

20. Что является первым шагом при разработке концепции рекламного проекта?

- А. Выбор ведущего и актеров
- Б. Определение бюджета производства
- В. Покупка технического оборудования
- Г. Формирование целевой аудитории и уникального предложения

Ответ: Г. Формирование целевой аудитории и уникального предложения