

**Автономная некоммерческая организация высшего образования
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Рабочая программа дисциплины

Продюсирование цифрового контента

<i>Направление подготовки</i>	Медиакоммуникации
<i>Код</i>	42.03.05
<i>Направленность (профиль)</i>	Продюсирование цифрового контента
<i>Квалификация выпускника</i>	бакалавр

Москва
2025

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

Группа компетенций	Категория компетенций	Код
Профессиональные	-	ПК-1
Профессиональные	-	ПК-3
Профессиональные	-	ПК-8
Профессиональные	-	ПК-9

2. Компетенции и индикаторы их достижения

Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции
ПК-1	Способен оценивать воздействие внешней и внутренней среды на функционирование организации в области креативных индустрий	ПК-1.1 способен проводить анализ макроэкономических, социокультурных, технологических и политических трендов, которые могут влиять на работу и развитие медиаорганизаций. ПК-1.2 способен исследовать рыночное окружение, определять основных конкурентов и их стратегии, а также выявлять преимущества и недостатки конкурентов. ПК-1.3 умеет проводить анализ целевой аудитории, определять их потребности, интересы и предпочтения, чтобы адаптировать медиапроекты под их ожидания способен анализировать внутренние ресурсы медиаорганизации, такие как персонал, бюджет, техническое оборудование и инфраструктура, чтобы определить их возможности и ограничения. ПК-1.4 может проводить прогнозы развития рынка и области креативных индустрий, а также оценивать потенциальные изменения в среде, которые могут повлиять на работу организации.
ПК-3	Способен оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, создавать предпринимательские структуры и	ПК-3.1 способен проводить анализ рынка медиаиндустрии, включая спрос, предложение, конкурентную среду и тенденции развития, для определения возможностей для предпринимательской деятельности. ПК-3.2 умеет изучать целевую аудиторию медиапроектов, их потребности, интересы и

	осуществлять предпринимательскую деятельность в организациях креативных индустрий	поведенческие паттерны, для создания продуктов и услуг, отвечающих их потребностям. ПК-3.3 может разрабатывать различные бизнес-модели для медиапроектов, включая модели монетизации контента, стратегии привлечения клиентов и долгосрочные стратегии развития. ПК-3.4 умеет создавать предпринимательские структуры, такие как стартапы, компании и проектные группы, для реализации медиапроектов. способен оценивать риски и возможности предпринимательской деятельности в медиаиндустрии, включая финансовые, репутационные и операционные риски. умеет управлять финансами медиапроектов, включая бюджетирование, финансовый анализ и прогнозирование доходов и расходов.
ПК-8	Способен создавать, обрабатывать и осуществлять распространение информации посредством использования соответствующих технических средств в различных средах и на различных платформах	ПК-8.1. Знает основные этапы производственного процесса и технического процесса создания медиапроектов. ПК-8.2. Умеет создавать визуальный контент для медиасообщений различных жанров и форматов. ПК-8.3. Владеет навыками применения цифровых технологий в работе над медиапроектом. ПК-8.4. использует соответствующие технические средства для создания, обработки, компоновки и распространение (размещения) информации для дальнейшего доведения её до аудитории
ПК-9	Способен при содействии дизайнеров, программистов, специалистов в сфере информационных технологий создавать современные актуальные медиапродукты разных форматов	ПК-9.1 Знает существующие форматы мультимедиа для создания мультимедийных проектов. ПК-9.2 Умеет разрабатывать концепции технологий совместно с дизайнерами, IT специалистами, программистами ПК – 9.3 Может принимать участие в производственном процессе выпуска медиапроекта и (или) медиапродукта с применением современных мультимедийных Технологий программных продуктов ПК-9.4. Владеет навыками проектирования информационных и программных продуктов

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-1		
	- Основные факторы, влияющие на внешнюю среду организации в области креативных индустрий, такие как экономические, социокультурные, технологические и политические аспекты. - Основные принципы и методы анализа внутренней среды организации, включая анализ ресурсов, структуры и процессов.	- Проводить анализ внешней среды, чтобы идентифицировать ключевые тренды и факторы, которые могут повлиять на работу организации в креативных индустриях. - Оценивать внутренние ресурсы и возможности организации, чтобы определить ее конкурентоспособность и потенциал для развития.	- Навыками анализа данных и информации, необходимыми для оценки воздействия внешней и внутренней среды на функционирование организации в креативных индустриях. - Способностью формулировать рекомендации и стратегии на основе результатов анализа, чтобы улучшить эффективность работы организации и приспособиться к изменяющимся условиям.
Код компетенции	ПК-3		
	- основы экономической и финансовой грамотности в сфере креативных индустрий	- определять факторы, влияющие на уровень продаж организации и емкость рынка, использовать внутренние информационные ресурсы, анализировать эффективность каналов сбора данных	- оценкой схемы построения (эффективности) контрольных процедур объекта консультационного проекта
Код компетенции	ПК-8		
	- знать основные этапы производственного процесса и технического процесса создания мультимедийных	- создавать визуальный контент для журналистских и медиапродуктов	- навыками применения цифровых технологий в работе над медиапроектом

	проектов		
Код компетенции	ПК-9		
	как совместно с дизайнерами, программистами и специалистами в сфере информационных технологий создавать медиапродукты разных форматов	- разрабатывать концепции технологий	- навыками проектирования информационных и программных продуктов

4. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к части учебного плана по выбору.

Данная дисциплина взаимосвязана с другими дисциплинами, такими как «Творческие студии (практикум по профессиональному мастерству)», «Мультимедийные технологии в медиа», «Основы визуализации медиаконтента».

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

Профиль (направленность) программы установлена путем её ориентации на сферу профессиональной деятельности выпускников: продюсирование цифрового контента.

5. Объем дисциплины

<i>Виды учебной работы</i>	<i>Формы обучения</i>	
	<i>Очная</i>	<i>Заочная</i>
Общая трудоемкость: зачетные единицы/часы	5/180	5/180
Контактная работа:	32	12
Занятия лекционного типа	16	4
Занятия семинарского типа	16	8
Промежуточная аттестация: зачет с оценкой	0,15	4
Самостоятельная работа (СРС)	147,85	164

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)		
		Контактная работа		Самостоятельная работа
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	

		<i>Лекции</i>	<i>Иные учебные занятия</i>	<i>Практические занятия</i>	<i>Семинары</i>	<i>Лабораторные раб.</i>	<i>Иные занятия</i>	
1.	Введение в предмет. Понятие продюсирования медиапроектов	2			2			16
2.	Типы медиапроектов. Основные понятия в управлении медиапроектами	2			2			16
3.	Планирование медиапроекта.	2			2			16
4.	Ресурсы и бюджет медиапроекта.	2			2			16
5.	Риски и план реализации медиапроекта.	2			2			16
6.	Инструменты для создания медиапроектов.	2			2			16
7.	Запуск и продвижение медиапроекта	2			2			18
8.	Работа в команде и решение конфликтов.	1			1			18
9.	Анализ успешности медиапроекта	1			1			15,85
	Промежуточная аттестация	0,15						
	Итого	16			16			147,85

6.1.2. Заочная форма обучения

№ п/п	Раздел/тема	Виды учебной работы (в часах)							Само стоят ельна я работ а
		Контактная работа							
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа					
		Лекц ии	Иные учебны е заняти я	Практ ически е заняти я	Семи нары	Лаб оратор ные раб.	Иные занят ия		
1.	Введение в предмет. Понятие продюсирования медиапроектов	2			2				18

2.	Типы медиапроектов. Основные понятия в управлении медиапроектами				2			18
3.	Планирование медиапроекта.							18
4.	Ресурсы и бюджет медиапроекта.							18
5.	Риски и план реализации медиапроекта.	2			2			18
6.	Инструменты для создания медиапроектов.							18
7.	Запуск и продвижение медиапроекта				2			18
8.	Работа в команде и решение конфликтов.							18
9.	Анализ успешности медиапроекта							20
	Промежуточная аттестация	4						
	Итого	4			8			164

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 предмет. Понятие продюсирования медиапроектов	Понятия пародирования. Виды продюсирования. Продюсирование в мультимедиа.
2.	Типы медиапроектов. Основные понятия в управлении медиапроектами	Цифровые продукты. Разновидность онлайн-медиапроектов и параметры, влияющие на медиапроект.
3.	Планирование медиапроекта.	Идея, цель и ожидаемый результат медиапроекта
4.	Ресурсы и бюджет медиапроекта.	Классификация ресурсов и составление бюджета для реализации медиапроекта.
5.	Риски и план реализации медиапроекта.	Планирование рисков. Этапы реализации проекта. Диаграмма Ганта.
6.	Инструменты для создания медиапроектов.	Набор онлайн-сервисов и приложений, с помощью которых можно самостоятельно создать успешный медиапроект. Основные параметры опыта взаимодействия пользователей (UX) и

		пользовательского интерфейса (UI) в цифровых продуктах.
7.	Запуск и продвижение медиапроекта	Основные параметры продвижения цифровых продуктов. Каналы продвижения. Медиаплан.
8.	Работа в команде и решение конфликтов.	Роли в команде. Эффективность работы и решение конфликтов.
9.	Анализ успешности медиапроекта	Способы планирования и достижения результата. Оценка успешности медиапроекта. Аналитика поведения пользователей медиапроекта.

6.2.2. Содержание практических занятий

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание практического занятия
1.	Введение в предмет. Понятие продюсирования медиапроектов	Понятия пародирования. Виды продюсирования. Продюсирование в мультимедиа.
2.	Типы медиапроектов. Основные понятия в управлении медиапроектами	Цифровые продукты. Разновидность онлайн-медиапроектов и параметры, влияющие на медиапроект.
3.	Планирование медиапроекта.	Идея, цель и ожидаемый результат медиапроекта
4.	Ресурсы и бюджет медиапроекта.	Классификация ресурсов и составление бюджета для реализации медиапроекта.
5.	Риски и план реализации медиапроекта.	Планирование рисков. Этапы реализации проекта. Диаграмма Ганта.
6.	Инструменты для создания медиапроектов.	Набор онлайн-сервисов и приложений, с помощью которых можно самостоятельно создать успешный медиапроект. Основные параметры опыта взаимодействия пользователей (UX) и пользовательского интерфейса (UI) в цифровых продуктах.
7.	Запуск и продвижение медиапроекта	Основные параметры продвижения цифровых продуктов. Каналы продвижения. Медиаплан.
8.	Работа в команде и решение конфликтов.	Роли в команде. Эффективность работы и решение конфликтов.
9.	Анализ успешности медиапроекта	Способы планирования и достижения результата. Оценка успешности медиапроекта. Аналитика поведения пользователей медиапроекта.

6.2.3. Содержание самостоятельной работы

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание самостоятельной работы
1.	Введение в предмет. Понятие продюсирования медиапроектов	Понятия пародирования. Виды продюсирования. Продюсирование в мультимедиа.

2.	Типы медиапроектов. Основные понятия в управлении медиапроектами	Цифровые продукты. Разновидность онлайн-медиапроектов и параметры, влияющие на медиапроект.
3.	Планирование медиапроекта.	Идея, цель и ожидаемый результат медиапроекта
4.	Ресурсы и бюджет медиапроекта.	Классификация ресурсов и составление бюджета для реализации медиапроекта.
5.	Риски и план реализации медиапроекта.	Планирование рисков. Этапы реализации проекта. Диаграмма Ганта.
6.	Инструменты для создания медиапроектов.	Набор онлайн-сервисов и приложений, с помощью которых можно самостоятельно создать успешный медиапроект. Основные параметры опыта взаимодействия пользователей (UX) и пользовательского интерфейса (UI) в цифровых продуктах.
7.	Запуск и продвижение медиапроекта	Основные параметры продвижения цифровых продуктов. Каналы продвижения. Медиаплан.
8.	Работа в команде и решение конфликтов.	Роли в команде. Эффективность работы и решение конфликтов.
9.	Анализ успешности медиапроекта	Способы планирования и достижения результата. Оценка успешности медиапроекта. Аналитика поведения пользователей медиапроекта.

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Предусмотрены следующие виды контроля качества освоения конкретной дисциплины:

- текущий контроль успеваемости
- промежуточная аттестация обучающихся по дисциплине

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине оформлен в **ПРИЛОЖЕНИИ** к РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Текущий контроль успеваемости обеспечивает оценивание хода освоения дисциплины в процессе обучения.

7.1 Паспорт фонда оценочных средств для проведения текущей аттестации по дисциплине (модулю)

№ п/п	Контролируемые разделы (темы)	Наименование оценочного средства
1.	Введение в предмет. Понятие продюсирования медиапроектов	Опрос, проблемно-аналитическое задание, исследовательский проект, задание к интерактивному занятию.
2.	Типы медиапроектов. Основные понятия в управлении медиапроектами	Опрос, проблемно-аналитическое задание, исследовательский проект, тестирование.
3.	Планирование медиапроекта.	Опрос, проблемно-аналитическое задание, задание к интерактивному занятию, творческое задание.

4.	Ресурсы и бюджет медиапроекта.	Опрос, проблемно-аналитическое задание, исследовательский проект, информационный проект, творческое задание.
5.	Риски и план реализации медиапроекта.	Опрос, проблемно-аналитическое задание, информационный проект, творческое задание, тестирование.
6.	Инструменты для создания медиапроектов.	Опрос, проблемно-аналитическое задание, задание к интерактивному занятию.
7.	Запуск и продвижение медиапроекта	Опрос, проблемно-аналитическое задание, исследовательский проект.
8.	Работа в команде и решение конфликтов.	Опрос, проблемно-аналитическое задание, исследовательский проект.
9.	Анализ успешности медиапроекта	Опрос, проблемно-аналитическое задание, исследовательский проект.

7.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля

Типовые вопросы

1. Какие основные этапы включает в себя процесс продюсирования медиапроекта?
2. Какие функции выполняет продюсер медиапроекта?
3. Какие основные критерии выбора концепции медиапроекта?
4. Какие стратегии монетизации могут быть использованы для медиапроектов?
5. Какие этапы включает в себя процесс бюджетирования медиапроекта?
6. Какие основные виды рисков существуют при продюсировании медиапроектов и как их можно управлять?
7. Каким образом проводится маркетинговое исследование для медиапроекта?
8. Какие инструменты используются для анализа конкурентной среды медиапроектов?
9. Каким образом формируется целевая аудитория для медиапроекта?
10. Какие ключевые метрики используются для оценки эффективности медиапроектов?
11. Каким образом продюсер может взаимодействовать с креативной командой для реализации медиапроекта?
12. Какие основные этапы включает в себя процесс постановки и контроля проекта?
13. Какие технические аспекты необходимо учитывать при продюсировании аудио- и видеопроектов?
14. Каким образом осуществляется планирование и координация производственных процессов медиапроекта?
15. Какие основные принципы управления временем применяются при продюсировании медиапроектов?
16. Каким образом осуществляется планирование бюджета для медиапроекта?
17. Какие основные элементы включает в себя техническая документация медиапроекта?
18. Каким образом определяется формат медиапроекта (например, фильм, телепередача, веб-сериал)?
19. Какие основные этапы включает в себя процесс сценарного развития медиапроекта?
20. Каким образом осуществляется выбор и анализ локаций для съемок медиапроекта?

21. Какие технические аспекты необходимо учитывать при выборе оборудования для медиапроекта?
22. Каким образом осуществляется подготовка кастинга для медиапроекта?
23. Какие методы и техники используются при редактировании и монтаже медиапроекта?
24. Каким образом производится выбор музыкального сопровождения для медиапроекта?
25. Какие основные этапы включает в себя процесс постпродакшн медиапроекта?
26. Каким образом осуществляется продвижение и маркетинг медиапроекта?
27. Какие основные платформы и каналы используются для распространения медиапроекта?
28. Каким образом осуществляется анализ эффективности медиапроекта?
29. Каким образом формируется и управляется проектной командой медиапроекта?
30. Каким образом осуществляется контроль качества в процессе реализации медиапроекта?
31. Какие инструменты и методы используются для оценки рыночного потенциала медиапроекта?
32. Каким образом учитываются особенности целевой аудитории при создании медиапроекта?
33. Какие стратегии привлечения финансирования медиапроектов существуют?
34. Каким образом осуществляется контроль за выполнением графика и бюджета медиапроекта?
35. Каким образом формируется эффективная коммуникационная стратегия в процессе реализации медиапроекта?
36. Каким образом определяется структура и формат презентации медиапроекта для инвесторов или партнеров?
37. Какие основные принципы и методы используются при разработке медиаплана для проекта?
38. Каким образом осуществляется анализ конкурентов и аудитории для медиапроекта?
39. Каким образом формируется креативная концепция медиапроекта?
40. Какие основные этапы включает в себя процесс съемок медиапроекта?
41. Каким образом определяется формат и структура сценария для медиапроекта?
42. Какие методы и инструменты используются при съемке и обработке звука для медиапроекта?
43. Каким образом осуществляется подбор реквизита и костюмов для медиапроекта?
44. Каким образом происходит процесс подбора актеров и участников для медиапроекта?
45. Каким образом учитывается бюджет проекта при выборе локаций для съемок?
46. Каким образом осуществляется планирование и организация съемочного процесса медиапроекта?
47. Каким образом проводится анализ и оценка результата съемок медиапроекта?
48. Какие основные аспекты необходимо учитывать при подготовке монтажа для медиапроекта?
49. Каким образом осуществляется выбор музыкального сопровождения для медиапроекта?

Темы исследовательских, информационных, творческих проектов

Подготовка исследовательских проектов по темам:

1. Мультимедийный сторителлинг.
2. Мультимедийный лонгрид.

3. Фактчекинг в новых медиа.
4. Принцип работы конвергентных СМИ.
5. Новые медиа и «традиционные».
6. Работа журналиста с социальными сетями.

Информационный проект

Подготовьте информационный проект (презентацию) по теме:

1. Как с помощью мультимедийных форматов рассказать историю, где много цифр.
2. Принцип работы Timeline.
3. Проблемно-аналитический репортаж в формате лонгрид.
4. Как проверить достоверность информации в социальных сетях.
5. Форматы новых медиа.
6. Как написать сторителлинг.

Творческое задание (с элементами эссе)

Напишите эссе по теме:

1. Я - мультимедийный журналист.
2. Можно ли доверять социальным сетям.
3. Медиаграмотность молодежи.
4. Как социальные сети помогают журналистам.
5. Лонгрид – новый формат подачи проблемно-аналитического журналиста.

Типовые задания к интерактивным занятиям

Задание 1. Формулирование идеи медиапроекта.

Заполнение карточки концепции медиапроекта (цель и ожидаемый результат), над которым студенты будут работать в командах на протяжении всего курса.

Задание 2. Описание портретов целевой аудитории медиапроекта. Составление списка задач для достижения результата.

Заполненная карточка с портретом аудитории проекта. Составление списка задач для реализации проекта и внесение их в таск-менеджер (Trello или Asana).

Задание 3. Ресурсы и бюджет медиапроекта.

Заполненная таблица с бюджетом и ресурсами для реализации проекта.

Задание 4. Риски и планирование проекта.

Заполненная таблица с рисками и диаграмма Ганта.

Задание 5. Элементы медиапроекта. Пользовательский сценарий.

Создание сценария пользователя и визуальных элементов медиапроекта.

Задание 6. Упаковка финального медиапроекта.

Оформление медиапроекта (дизайн и контент) в виде одностраничного сайта (лонгрида), интерактивного сервиса, многостраничного сайта.

Задание 7. Продвижение медиапроекта.

Создание списка каналов продвижения и медиаплана.

Задание 8. Анализ успешности медиапроекта.

Заполнение карточки анализа успешности проекта

Типовые тесты

1. Что включает в себя роль продюсера в медиакоммуникациях?
 - а) Разработка контента
 - б) Планирование и организация производства
 - в) Техническая поддержка проекта

2. Какой из перечисленных этапов не относится к этапам планирования медиапроекта?

- а) Определение целей
- б) Создание контента
- в) Распределение ресурсов

3. Какие навыки необходимы для успешного продюсирования медиапроектов?

- а) Логистика
- б) Технические навыки
- в) Организационные и коммуникативные навыки

4. Какой инструмент используется для составления бюджета медиапроекта?

- а) Microsoft Word
- б) Microsoft Excel
- в) Adobe Photoshop

5. Что включает в себя процесс пост-продакшна в медиапродюсировании?

- а) Съемка
- б) Монтаж и обработка материалов
- в) Планирование

6. Какие инструменты используются для монтажа видео и звукового оформления?

- а) Adobe Photoshop
- б) Adobe Premiere Pro
- в) Microsoft Excel

7. Какой аспект необходимо учитывать при разработке стратегии продвижения медиапроекта?

- а) Цветовая гамма
- б) Целевая аудитория
- в) Время года

8. Каким образом происходит взаимодействие с клиентами и заказчиками в процессе продюсирования медиапроектов?

- а) Использование электронной почты и телефонных звонков
- б) Персональные встречи
- в) Все вышеперечисленное

9. Какие методы используются для управления командой проекта?

- а) Разработка графика
- б) Делегирование задач
- в) Все вышеперечисленное

10. Какие аспекты необходимо учитывать при адаптации медиапроекта под разные целевые аудитории?

- а) Возраст
- б) Пол
- в) Все вышеперечисленное

11. Что такое SCRUM?

- а) Метод управления проектами

- б) Графический редактор
- в) Монтажное оборудование

12. Какие факторы влияют на успешность медиапроекта?

- а) Бюджет
- б) Качество контента
- в) Время года

13. Каким образом можно оценить эффективность медиапроекта?

- а) Анализ результатов
- б) Сравнение с конкурентами
- в) Все вышеперечисленное

14. Какие тенденции в медиапродакшне могут повлиять на будущие проекты?

- а) Развитие технологий
- б) Изменение вкусовой моды
- в) Все вышеперечисленное

15. Какие этапы включает в себя процесс планирования медиапроекта?

- а) Определение целей
- б) Распределение ресурсов
- в) Все вышеперечисленное

16. Какие задачи включает в себя фаза пост-продакшна?

- а) Монтаж
- б) Обработка звука
- в) Все вышеперечисленное

17. Какие методы можно использовать для управления рисками в проекте?

- а) Анализ рисков
- б) Профилактические меры
- в) Все вышеперечисленное

18. Какой инструмент используется для создания графического контента?

- а) Adobe Photoshop
- б) Microsoft Excel
- в) Adobe Premiere Pro

19. Что включает в себя коммуникация с заинтересованными сторонами в проекте?

- а) Встречи
- б) Электронная почта
- в) Все вышеперечисленное

20. Какие факторы могут повлиять на реализацию проекта в ограниченные сроки?

- а) Недостаток ресурсов
- б) Конфликты в команде проекта
- в) Все вышеперечисленное

21. Какие этапы включает в себя процесс организации производства медиапроекта?

- а) Подготовка к съемкам
- б) Съемки
- в) Все вышеперечисленное

22. Что включает в себя процесс подготовки к съемкам?
- а) Разработка сценария
 - б) Подбор локаций
 - в) Все вышеперечисленное
23. Какие виды медиапроектов могут быть подвержены особым правовым рискам?
- а) Рекламные ролики
 - б) Фильмы
 - в) Все вышеперечисленное
24. Что означает термин "целевая аудитория" в контексте медиапродюсирования?
- а) Группа людей, которая будет участвовать в съемках
 - б) Группа людей, которая является целью медиапроекта
 - в) Группа людей, работающих над проектом
25. Какие методы сбора обратной связи могут использоваться для улучшения медиапроекта?
- а) Опросы аудитории
 - б) Анализ данных
 - в) Все вышеперечисленное
26. Какие инструменты управления проектами могут применяться в медиапродюсировании?
- а) Gantt-диаграммы
 - б) SCRUM
 - в) Все вышеперечисленное
27. Какие аспекты могут повлиять на эффективность коммуникации в команде проекта?
- а) Языковые барьеры
 - б) Культурные различия
 - в) Все вышеперечисленное
28. Какие методы могут быть использованы для снижения издержек в процессе продюсирования медиапроектов?
- а) Оптимизация процессов
 - б) Пересмотр бюджета
 - в) Все вышеперечисленное
29. Что такое авторское право в контексте медиапродюсирования?
- а) Право на создание проекта
 - б) Право на использование проекта
 - в) Право на интеллектуальную собственность
30. Какие факторы необходимо учитывать при выборе платформы для публикации медиаконтента?
- а) Целевая аудитория
 - б) Технические возможности платформы
 - в) Все вышеперечисленное

Какой из перечисленных элементов не является основной функцией продюсера медиапроекта?

- а) Разработка сценария
- б) Управление бюджетом
- в) Организация съемок
- г) Маркетинг и продвижение проекта

Какой этап продюсирования медиапроекта предшествует разработке концепции?

- а) Подготовка бюджета
- б) Маркетинговый анализ
- в) Поиск локаций
- г) Проведение кастинга

Какие из нижеперечисленных факторов могут оказать влияние на бюджет медиапроекта?

- а) Сезонность
- б) Погода
- в) Конкуренты
- г) Все вышеперечисленные

Какой этап медиапроцесса включает в себя обработку и редактирование сырых материалов?

- а) Постпродакшн
- б) Подготовка сценария
- в) Съемка
- г) Планирование

Каким образом осуществляется монетизация медиапроекта?

- а) Продажа билетов на просмотр
- б) Подписка на онлайн-платформу
- в) Реклама
- г) Все вышеперечисленные

Какой из следующих шагов включается в процесс оценки рыночного потенциала медиапроекта?

- а) Анализ целевой аудитории
- б) Разработка сценария
- в) Подбор актеров
- г) Все вышеперечисленные

Какой инструмент используется для анализа эффективности медиапроекта?

- а) SWOT-анализ
- б) Бюджетный отчет
- в) Опрос аудитории
- г) Все вышеперечисленные

Каким образом формируется бюджет медиапроекта?

- а) Проведение маркетингового анализа
- б) Оценка ресурсов и затрат на каждый этап
- в) Подготовка сценария
- г) Все вышеперечисленные

Какие из перечисленных задач не входят в обязанности продюсера медиапроекта?

- а) Управление съемочной группой
- б) Разработка визуального дизайна
- в) Подбор локаций для съемок
- г) Монтаж материалов

Каким образом продюсер взаимодействует с клиентом в процессе реализации медиапроекта?

- а) Формирует концепцию проекта
- б) Обсуждает и утверждает бюджет
- в) Предоставляет отчеты о выполненной работе
- г) Все вышеперечисленное

Какое издание стало пионером на пути сращивания различных направлений обработки информации?

- а) Сан;
- б) Нью-Йорк Таймс;
- в) Вашингтон Пост;
- г) Нью-Йоркер;

Что из названного НЕ является основным свойством гипертекстуальности?

- а) идиоматичность;
- б) голографичность;
- в) мультимедийность;
- г) виртуальность;

Важнейшее условие проекта интернет-вещания — это

- а) дешевизна;
- б) успешность;
- в) яркость;
- г) оперативность;

Выделите определение Интернет-ТВ.

- а) дополнительная платформа для распространения печатной версии издания;
- б) мобильная платформа;
- в) система, основанная на двусторонней цифровой передаче телевизионного сигнала через интернет-соединения посредством широкополосного подключения;

Какой телеканал НЕ предоставляет видеоматериалы газете «Известия»?

- а) Вести-24
- б) Звезда;
- в) Культура;
- г) Рен-ТВ;

Руководящую роль в телерадиокомпании играет

- а) главный редактор
- б) совет директоров
- в) президент
- г) председатель

Инфография как функция телеэкрана — это

- а) двусторонняя информационная связь
- б) создание трехмерного изображения
- в) компьютерная графика
- г) стереотелевидение

Разновидностью пресс-конференции является

- а) интервью
- б) ответ
- в) фельетон
- г) зарисовка

Задача аналитической журналистики

- а) информирование
- б) типизация
- в) констатация
- г) осмысление

Инвестигейтивная журналистика — это

- а) журналистика-расследование
- б) художественная журналистика
- в) информационная журналистика
- г) журналистика-декодирование

Лидером журналистики в мировом пространстве является

- а). Россия
- б) Великобритания
- в) Япония
- г) США

Диалог с авторитетным лицом по той или иной проблеме называют

- а) интервью-факт
- б) портретное интервью
- в) интервью-мнение
- г) интервью-репортаж

Образ-персона и образ-тезис раскрываются журналистами в жанре

- а) заметки
- б) фельетона
- в) эссе
- г) репортажа

7.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Все задания, используемые для текущего контроля формирования компетенций условно можно разделить на две группы:

1. задания, которые в силу своих особенностей могут быть реализованы только в процессе обучения на занятиях (например, дискуссия, круглый стол, диспут, мини-конференция как новые медиа- или коммуникационные продукты);

2. задания, которые дополняют теоретические вопросы (практические задания, проблемно-аналитические задания, тест).

Выполнение всех заданий является необходимым для формирования и контроля знаний, умений и навыков. Поэтому, в случае невыполнения заданий в процессе обучения, их необходимо «отработать» до зачета (экзамена). Вид заданий, которые необходимо выполнить для ликвидации «задолженности» определяется в индивидуальном порядке, с учетом причин невыполнения.

1.Требование к теоретическому устному ответу

Оценка знаний предполагает дифференцированный подход к студенту, учет его индивидуальных способностей, степень усвоения и систематизации основных понятий и категорий по дисциплине. Кроме того, оценивается не только глубина знаний в ответах на поставленные вопросы, но и умение использовать в ответе практический материал. Оценивается культура речи, владение навыками ораторского искусства.

Критерии оценивания: последовательность, полнота, логичность изложения, анализ различных точек зрения, самостоятельное обобщение материала, использование профессиональных терминов, культура речи, навыки ораторского искусства. Изложение материала без фактических ошибок.

Оценка *«отлично»* ставится в случае, когда материал излагается исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно, при этом раскрываются не только основные понятия, но и анализируются точки зрения различных авторов. Обучающийся не затрудняется с ответом, соблюдает культуру речи.

Оценка *«хорошо»* ставится, если обучающийся твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, знает практическую базу, но при ответе на вопрос допускает несущественные погрешности.

Оценка *«удовлетворительно»* ставится, если обучающийся освоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении материала, затрудняется с ответами, показывает отсутствие должной связи между анализом, аргументацией и выводами.

Оценка *«неудовлетворительно»* ставится, если обучающийся не отвечает на поставленные вопросы.

2. Творческие задания

Эссе – это небольшая по объему письменная работа, сочетающая свободные, субъективные рассуждения по определенной теме с элементами научного анализа. Текст должен быть легко читаем, но необходимо избегать нарочито разговорного стиля, сленга, шаблонных фраз. Объем эссе составляет примерно 2 – 2,5 стр. 12 шрифтом с одинарным интервалом (без учета титульного листа).

Критерии оценивания - оценка учитывает соблюдение жанровой специфики эссе, наличие логической структуры построения текста, наличие авторской позиции, ее научность и связь с современным пониманием вопроса, адекватность аргументов, стиль изложения, оформление работы. Следует помнить, что прямое заимствование (без оформления цитат) текста из Интернета или электронной библиотеки недопустимо.

Оценка *«отлично»* ставится в случае, когда определяется: наличие логической структуры построения текста (вступление с постановкой проблемы; основная часть, разделенная по основным идеям; заключение с выводами, полученными в результате рассуждения); наличие четко определенной личной позиции по теме эссе; адекватность аргументов при обосновании личной позиции, стиль изложения.

Оценка *«хорошо»* ставится, когда в целом определяется: наличие логической структуры построения текста (вступление с постановкой проблемы; основная часть, разделенная по основным идеям; заключение с выводами, полученными в результате рассуждения); но не прослеживается наличие четко определенной личной позиции по теме эссе; не достаточно аргументов при обосновании личной позиции

Оценка *«удовлетворительно»* ставится, когда в целом определяется: наличие логической структуры построения текста (вступление с постановкой проблемы; основная часть, разделенная по основным идеям; заключение). Но не прослеживаются четкие выводы, нарушается стиль изложения

Оценка *«неудовлетворительно»* ставится, если не выполнены никакие требования

3. Требование к решению ситуационной, проблемной задачи (кейс-измерители)

Студент должен уметь выделить основные положения из текста задачи, которые требуют анализа и служат условиями решения. Исходя из поставленного вопроса в задаче, попытаться максимально точно определить проблему и соответственно решить ее.

Задачи должны решаться студентами письменно. При решении задач также важно правильно сформулировать и записать вопросы, начиная с более общих и, кончая частными.

Критерии оценивания – оценка учитывает методы и средства, использованные при решении ситуационной, проблемной задачи.

Оценка *«отлично»* ставится в случае, когда обучающийся выполнил задание (решил задачу), используя в полном объеме теоретические знания и практические навыки, полученные в процессе обучения.

Оценка *«хорошо»* ставится, если обучающийся в целом выполнил все требования, но не совсем четко определяется опора на теоретические положения, изложенные в научной литературе по данному вопросу.

Оценка *«удовлетворительно»* ставится, если обучающийся показал положительные результаты в процессе решения задачи.

Оценка *«неудовлетворительно»* ставится, если обучающийся не выполнил все требования.

4. Интерактивные задания

Механизм проведения диспут-игры (ролевой (деловой) игры как нового медиа- и/или коммуникационного проекта).

Необходимо разбиться на несколько команд, которые должны поочередно высказать свое мнение по каждому из заданных вопросов. Мнение высказывающейся команды засчитывается, если противоположная команда не опровергнет его контраргументами. Команда, чье мнение засчитано как верное (не получило убедительных контраргументов от противоположных команд), получает один балл. Команда, опровергнувшая мнение противоположной команды своими контраргументами, также получает один балл. Побеждает команда, получившая максимальное количество баллов.

Ролевая игра как правило имеет фабулу (ситуацию, казус), распределяются роли, подготовка осуществляется за 2-3 недели до проведения игры.

Критерии оценивания – оцениваются действия всех участников группы. Понимание проблемы, высказывания и действия полностью соответствуют заданным целям. Соответствие реальной действительности решений, выработанных в ходе игры. Владение терминологией, демонстрация владения учебным материалом по теме игры, владение методами аргументации, умение работать в группе (умение слушать, конструктивно вести беседу, убеждать, управлять временем, бесконфликтно общаться), достижение игровых целей, (соответствие роли – при ролевой игре). Ясность и стиль изложения.

Оценка *«отлично»* ставится в случае, выполнения всех критериев.

Оценка *«хорошо»* ставится, если обучающиеся в целом демонстрируют понимание проблемы, высказывания и действия полностью соответствуют заданным целям. Решения, выработанные в ходе игры, полностью соответствуют реальной действительности. Но некоторые объяснения не совсем аргументированы, нарушены нормы общения, нарушены временные рамки, нарушен стиль изложения.

Оценка *«удовлетворительно»* ставится, если обучающиеся в целом демонстрируют

понимание проблемы, высказывания и действия в целом соответствуют заданным целям. Однако, решения, выработанные в ходе игры, не совсем соответствуют реальной действительности. Некоторые объяснения не совсем аргументированы, нарушены временные рамки, нарушен стиль изложения.

Оценка «*неудовлетворительно*» ставится, если обучающиеся не понимают проблему, их высказывания не соответствуют заданным целям.

5. Комплексное проблемно-аналитическое задание

Задание носит проблемно-аналитический характер и выполняется в три этапа. На первом из них необходимо ознакомиться со специальной литературой.

Целесообразно также повторить учебные материалы лекций и семинарских занятий по темам, в рамках которых предлагается выполнение данного задания.

На втором этапе выполнения работы необходимо сформулировать проблему и изложить авторскую версию ее решения, на основе полученной на первом этапе информации.

Третий этап работы заключается в формулировке собственной точки зрения по проблеме. Результат третьего этапа оформляется в виде аналитической записки (объем: 2-2,5 стр.; 14 шрифт, 1,5 интервал).

Критерий оценивания - оценка учитывает: понимание проблемы, уровень раскрытия поставленной проблемы в плоскости теории изучаемой дисциплины, умение формулировать и аргументировано представлять собственную точку зрения, выполнение всех этапов работы.

Оценка «*отлично*» ставится в случае, когда обучающийся демонстрирует полное понимание проблемы, все требования, предъявляемые к заданию выполнены.

Оценка «*хорошо*» ставится, если обучающийся демонстрирует значительное понимание проблемы, все требования, предъявляемые к заданию выполнены.

Оценка «*удовлетворительно*» ставится, если обучающийся, демонстрирует частичное понимание проблемы, большинство требований, предъявляемых к заданию, выполнены

Оценка «*неудовлетворительно*» ставится, если обучающийся демонстрирует непонимание проблемы, многие требования, предъявляемые к заданию, не выполнены.

6. Исследовательский проект

Исследовательский проект – проект, структура которого приближена к формату научного исследования и содержит доказательство актуальности избранной темы, определение научной проблемы, предмета и объекта исследования, целей и задач, методов, источников, историографии, обобщение результатов, выводы.

Результаты выполнения исследовательского проекта оформляется в виде реферата (объем: 12-15 страниц.; 14 шрифт, 1,5 интервал).

Критерии оценивания - поскольку структура исследовательского проекта максимально приближена к формату научного исследования, то при выставлении учитывается доказательство актуальности темы исследования, определение научной проблемы, объекта и предмета исследования, целей и задач, источников, методов исследования, выдвижение гипотезы, обобщение результатов и формулирование выводов, обозначение перспектив дальнейшего исследования.

Оценка «*отлично*» ставится в случае, когда обучающийся демонстрирует полное понимание проблемы, все требования, предъявляемые к заданию выполнены.

Оценка «*хорошо*» ставится, если обучающийся демонстрирует значительное понимание проблемы, все требования, предъявляемые к заданию выполнены.

Оценка «*удовлетворительно*» ставится, если обучающийся, демонстрирует частичное понимание проблемы, большинство требований, предъявляемых к заданию, выполнены

Оценка «*неудовлетворительно*» ставится, если обучающийся демонстрирует непонимание проблемы, многие требования, предъявляемые к заданию, не выполнены.

7. Информационный проект (презентация)

Информационный проект – проект, направленный на стимулирование учебно-познавательной деятельности студента с выраженной эвристической направленностью (поиск, отбор и систематизация информации об объекте, оформление ее для презентации). Итоговым продуктом проекта может быть письменный реферат, электронный реферат с иллюстрациями, слайд-шоу, мини-фильм, презентация и т.д.

Информационный проект отличается от исследовательского проекта, поскольку представляет собой такую форму учебно-познавательной деятельности, которая отличается ярко выраженной эвристической направленностью.

Критерии оценивания - при выставлении оценки учитывается самостоятельный поиск, отбор и систематизация информации, раскрытие вопроса (проблемы), ознакомление студенческой аудитории с этой информацией (представление информации), ее анализ и обобщение, оформление, полные ответы на вопросы аудитории с примерами.

Оценка *«отлично»* ставится в случае, когда обучающийся полностью раскрывает вопрос (проблему), представляет информацию систематизировано, последовательно, логично, взаимосвязано, использует более 5 профессиональных терминов, широко использует информационные технологии, ошибки в информации отсутствуют, дает полные ответы на вопросы аудитории с примерами.

Оценка *«хорошо»* ставится, если обучающийся раскрывает вопрос (проблему), представляет информацию систематизировано, последовательно, логично, взаимосвязано, использует более 2 профессиональных терминов, достаточно использует информационные технологии, допускает не более 2 ошибок в изложении материала, дает полные или частично полные ответы на вопросы аудитории.

Оценка *«удовлетворительно»* ставится, если обучающийся, раскрывает вопрос (проблему) не полностью, представляет информацию не систематизировано и не совсем последовательно, использует 1-2 профессиональных термина, использует информационные технологии, допускает 3-4 ошибки в изложении материала, отвечает только на элементарные вопросы аудитории без пояснений.

Оценка *«неудовлетворительно»* ставится, если вопрос не раскрыт, представленная информация логически не связана, не используются профессиональные термины, допускает более 4 ошибок в изложении материала, не отвечает на вопросы аудитории.

8. Дискуссионные процедуры

Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты, мини-конференции являются средствами, позволяющими включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения. Задание дается заранее, определяется круг вопросов для обсуждения, группы участников этого обсуждения.

Дискуссионные процедуры могут быть использованы для того, чтобы студенты:

– лучше поняли усвояемый материал на фоне разнообразных позиций и мнений, не обязательно достигая общего мнения;

– смогли постичь смысл изучаемого материала, который иногда чувствуют интуитивно, но не могут высказать вербально, четко и ясно, или конструировать новый смысл, новую позицию;

– смогли согласовать свою позицию или действия относительно обсуждаемой проблемы.

Критерии оценивания – оцениваются действия всех участников группы. Понимание проблемы, высказывания и действия полностью соответствуют заданным целям. Соответствие реальной действительности решений, выработанных в ходе игры. Владение терминологией, демонстрация владения учебным материалом по теме игры, владение методами аргументации, умение работать в группе (умение слушать, конструктивно вести беседу, убеждать, управлять временем, бесконфликтно общаться), достижение игровых

целей, (соответствие роли – при ролевой игре). Ясность и стиль изложения.

Оценка «отлично» ставится в случае, когда все требования выполнены в полном объеме.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающиеся в целом демонстрируют понимание проблемы, высказывания и действия полностью соответствуют заданным целям. Решения, выработанные в ходе игры, полностью соответствуют реальной действительности. Но некоторые объяснения не совсем аргументированы, нарушены нормы общения, нарушены временные рамки, нарушен стиль изложения.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающиеся в целом демонстрируют понимание проблемы, высказывания и действия в целом соответствуют заданным целям. Однако, решения, выработанные в ходе игры, не совсем соответствуют реальной действительности. Некоторые объяснения не совсем аргументированы, нарушены временные рамки, нарушен стиль изложения.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если обучающиеся не понимают проблему, их высказывания не соответствуют заданным целям.

9. Тестирование

Является одним из средств контроля знаний у обучающихся по дисциплине.

Критерии оценивания – правильный ответ на вопрос

Оценка «отлично» ставится в случае, если правильно выполнено 90-100% заданий

Оценка «хорошо» ставится, если правильно выполнено 70-89% заданий

Оценка «удовлетворительно» ставится в случае, если правильно выполнено 50-69% заданий

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если правильно выполнено менее 50% заданий.

10. Требование к письменному опросу (контрольной работе)

Оценивается не только глубина знаний по поставленным вопросам, но и умение изложить задание письменно.

Критерии оценивания: последовательность, полнота, логичность изложения, анализ различных точек зрения, самостоятельное обобщение материала. Изложение материала без фактических ошибок.

Оценка «отлично» ставится в случае, когда соблюдены все критерии.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающийся твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, знает практическую базу, но допускает несущественные погрешности.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающийся освоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении материала, затрудняется с ответами, показывает отсутствие должной связи между анализом, аргументацией и выводами.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если обучающийся не отвечает на поставленные вопросы.

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

8.1. Основная учебная литература

1. Сумская, А. С. Продюсирование в студии продакшн: краткий курс истории продюсирования в кино и на телевидении: учебно-методическое пособие / А. С. Сумская. — Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2018. — 116 с. — ISBN 978-5-7996-2400-2. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART:

[сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/106500.html>

2. Эль-Бакри, Т. В. Продюсирование. Кино, телевидение и видеопроект в Интернете: учебное пособие / Т. В. Эль-Бакри. — 2-е изд. — Москва: Аспект Пресс, 2024. — 352 с. — ISBN 978-5-7567-1306-0. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/139683.html>

8.2. Дополнительная учебная литература:

1. Мельникова, Н. А. Медиапланирование. Стратегическое и тактическое планирование рекламных кампаний / Н. А. Мельникова. — 3-е изд. — Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020. — 178 с. — ISBN 978-5-394-03570-8. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/90235.html>

8.3. Периодические издания

1. World of Media. Journal of Russian Media and Journalism Studies. ISSN 2307-1605. <http://worldofmedia.ru/>.

2. МедиаАльманах. ISSN 1992-4631. <http://mediaalmanah.ru/files/93/646.php>.

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

1. Федеральный портал «Российское образование» <http://www.edu.ru/>
2. Федеральное хранилище «Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов» <http://school-collection.edu.ru/>
3. Союз журналистов России. <https://ruj.ru/>
4. Сайт Роскомнадзора. Массовые коммуникации. <https://rkn.gov.ru/mass-communications/>
5. Электронно-библиотечная система IPR BOOKS <https://www.iprbookshop.ru/>
6. Электронно-библиотечная система «Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU» <https://www.elibrary.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.

При реализации программы с применением ДОТ:

Все виды занятий проводятся в форме онлайн-вебинаров с использованием современных компьютерных технологий (наличие презентации и форума для обсуждения).

В процессе изучения дисциплины студенты выполняют практические задания и промежуточные тесты. Консультирование по изучаемым темам проводится в онлайн режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

Самостоятельная работа студентов складывается из следующих составляющих:

работа с основной и дополнительной литературой, с материалами интернета и конспектами лекций;

внеаудиторная подготовка к контрольным работам, выполнение докладов, рефератов и курсовых работ;

выполнение самостоятельных практических работ;

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:

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

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

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);
 6. Электронная информационно-образовательная система ММУ: <https://elearn.mmu.ru/>
- Перечень используемого программного обеспечения указан в п.12 данной рабочей программы дисциплины.

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, проектор, экран, колонки

Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

Windows 10, КонсультантПлюс, Система ГАРАНТ, Kaspersky Endpoint Security.

Перечень свободно распространяемого программного обеспечения:

Adobe Acrobat Reader DC, Google Chrome, LibreOffice, Skype, Zoom.

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 Server 2016, Windows 10, Microsoft Office, КонсультантПлюс, Система ГАРАНТ, Kaspersky Endpoint Security.

Перечень свободно распространяемого программного обеспечения:

Adobe Acrobat Reader DC, Google Chrome, LibreOffice, Skype, Zoom, Gimp, Paint.net, AnyLogic, Inkscape.

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.

При реализации программы с применением ДОТ:

Все виды занятий проводятся в форме онлайн-вебинаров с использованием современных компьютерных технологий (наличие презентации и форума для обсуждения).

В процессе изучения дисциплины студенты выполняют практические задания и промежуточные тесты. Консультирование по изучаемым темам проводится в онлайн режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

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 студентами-инвалидами и студентами 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**

Продюсирование цифрового контента

<i>Направление подготовки</i>	Медиакоммуникации
<i>Код</i>	42.03.05
<i>Направленность (профиль)</i>	Продюсирование цифрового контента
<i>Квалификация выпускника</i>	бакалавр

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

Группа компетенций	Категория компетенций	Код
Профессиональные	-	ПК-1
Профессиональные	-	ПК-3
Профессиональные	-	ПК-8
Профессиональные	-	ПК-9

8. Компетенции и индикаторы их достижения

Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции
ПК-1	Способен оценивать воздействие внешней и внутренней среды на функционирование организации в области креативных индустрий	ПК-1.1 способен проводить анализ макроэкономических, социокультурных, технологических и политических трендов, которые могут влиять на работу и развитие медиаорганизаций. ПК-1.2 способен исследовать рыночное окружение, определять основных конкурентов и их стратегии, а также выявлять преимущества и недостатки конкурентов. ПК-1.3 умеет проводить анализ целевой аудитории, определять их потребности, интересы и предпочтения, чтобы адаптировать медиапроекты под их ожидания способен анализировать внутренние ресурсы медиаорганизации, такие как персонал, бюджет, техническое оборудование и инфраструктура, чтобы определить их возможности и ограничения. ПК-1.4 может проводить прогнозы развития рынка и области креативных индустрий, а также оценивать потенциальные изменения в среде, которые могут повлиять на работу организации.
ПК-3	Способен оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, создавать предпринимательские структуры и	ПК-3.1 способен проводить анализ рынка медиаиндустрии, включая спрос, предложение, конкурентную среду и тенденции развития, для определения возможностей для предпринимательской деятельности. ПК-3.2 умеет изучать целевую аудиторию медиапроектов, их потребности, интересы и

	осуществлять предпринимательскую деятельность в организациях креативных индустрий	поведенческие паттерны, для создания продуктов и услуг, отвечающих их потребностям. ПК-3.3 может разрабатывать различные бизнес-модели для медиапроектов, включая модели монетизации контента, стратегии привлечения клиентов и долгосрочные стратегии развития. ПК-3.4 умеет создавать предпринимательские структуры, такие как стартапы, компании и проектные группы, для реализации медиапроектов. способен оценивать риски и возможности предпринимательской деятельности в медиаиндустрии, включая финансовые, репутационные и операционные риски. умеет управлять финансами медиапроектов, включая бюджетирование, финансовый анализ и прогнозирование доходов и расходов.
ПК-8	Способен создавать, обрабатывать и осуществлять распространение информации посредством использования соответствующих технических средств в различных средах и на различных платформах	ПК-8.1. Знает основные этапы производственного процесса и технического процесса создания медиапроектов. ПК-8.2. Умеет создавать визуальный контент для медиасообщений различных жанров и форматов. ПК-8.3. Владеет навыками применения цифровых технологий в работе над медиапроектом. ПК-8.4. использует соответствующие технические средства для создания, обработки, компоновки и распространение (размещения) информации для дальнейшего доведения её до аудитории
ПК-9	Способен при содействии дизайнеров, программистов, специалистов в сфере информационных технологий создавать современные актуальные медиапродукты разных форматов	ПК-9.1 Знает существующие форматы мультимедиа для создания мультимедийных проектов. ПК-9.2 Умеет разрабатывать концепции технологий совместно с дизайнерами, IT специалистами, программистами ПК – 9.3 Может принимать участие в производственном процессе выпуска медиапроекта и (или) медиапродукта с применением современных мультимедийных Технологий программных продуктов ПК-9.4. Владеет навыками проектирования информационных и программных продуктов

9. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине

3.2. 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-1		
	- Основные факторы, влияющие на внешнюю среду организации в области креативных индустрий, такие как экономические, социокультурные, технологические и политические аспекты. - Основные принципы и методы анализа внутренней среды организации, включая анализ ресурсов, структуры и процессов.	- Проводить анализ внешней среды, чтобы идентифицировать ключевые тренды и факторы, которые могут повлиять на работу организации в креативных индустриях. - Оценивать внутренние ресурсы и возможности организации, чтобы определить ее конкурентоспособность и потенциал для развития.	- Навыками анализа данных и информации, необходимыми для оценки воздействия внешней и внутренней среды на функционирование организации в креативных индустриях. - Способностью формулировать рекомендации и стратегии на основе результатов анализа, чтобы улучшить эффективность работы организации и приспособиться к изменяющимся условиям.
Код компетенции	ПК-3		
	- основы экономической и финансовой грамотности в сфере креативных индустрий	- определять факторы, влияющие на уровень продаж организации и емкость рынка, использовать внутренние информационные ресурсы, анализировать эффективность каналов сбора данных	- оценкой схемы построения (эффективности) контрольных процедур объекта консультационного проекта
Код компетенции	ПК-8		
	- знать основные этапы производственного процесса и технического процесса создания мультимедийных	- создавать визуальный контент для журналистских и медиапродуктов	- навыками применения цифровых технологий в работе над медиапроектом

	проектов		
Код компетенции	ПК-9		
	как совместно с дизайнерами, программистами и специалистами в сфере информационных технологий создавать медиапродукты разных форматов	- разрабатывать концепции технологий	- навыками проектирования информационных и программных продуктов

3.2. Критерии оценки результатов обучения по дисциплине

Шкала оценивания	Индикаторы достижения	Показатели оценивания результатов обучения
ОТЛИЧНО	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	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	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.
НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО	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”.

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

Тесты

1. Что является ключевой задачей продюсера медиапроекта?

- А) Подбор актерского состава
 - Б) Разработка маркетинговой стратегии
 - В) Финансирование проекта
 - Г) Написание сценария
2. Какой этап не входит в процесс продюсирования фильма?
- А) Предпродакшн
 - Б) Постпродакшн
 - В) Дистрибуция
 - Г) Сценарное тестирование
3. Какой навык необходим продюсеру медиапроектов?
- А) Умение работать с текстом
 - Б) Знание законодательства
 - В) Навыки 3D-моделирования
 - Г) Коммуникативные навыки
4. Что такое питчинг в контексте медиапроектов?
- А) Продажа идеи проекта инвесторам
 - Б) Подбор музыкального сопровождения
 - В) Определение целевой аудитории
 - Г) Разработка дизайна упаковки продукта
5. Какой элемент не является частью бизнес-плана медиапроекта?
- А) Анализ рынка
 - Б) Прогноз доходов
 - В) Сценарий
 - Г) Маркетинговый план
6. Какой фактор не влияет на бюджет медиапроекта?
- А) Стоимость оборудования
 - Б) Гонорары актеров
 - В) Погодные условия
 - Г) Лицензионные отчисления
7. Что такое кросс-медийный проект?
- А) Проект, охватывающий один медиаканал
 - Б) Проект, распространяемый через разные медиаплатформы
 - В) Проект, сфокусированный на одном жанре
 - Г) Проект, предназначенный для определенной аудитории
8. Какой метод не используется для оценки успеха медиапроекта?
- А) Анализ доходов
 - Б) Опросы аудитории
 - В) Анализ социальных медиа
 - Г) Тестирование продукта на животных
9. Что такое ROI в контексте медиапроектов?
- А) Возврат инвестиций
 - Б) Регистрация организации
 - В) Рейтинг онлайн-интереса
 - Г) Распределение информации
10. Какой аспект не относится к функциям продюсера?
- А) Контроль за соблюдением сроков
 - Б) Управление командой проекта
 - В) Создание музыкального контента
 - Г) Привлечение финансирования
11. Что такое трансмедийное повествование?
- А) Повествование в одном медиаформате
 - Б) Повествование, распространяемое через разные медиаформаты

- В) Повествование, основанное на трансляции
 - Г) Повествование, направленное на трансформацию аудитории
12. Какой элемент не является частью маркетинговой стратегии медиапроекта?
- А) Рекламная кампания
 - Б) Продвижение в социальных сетях
 - В) Разработка логотипа
 - Г) Подбор локаций для съемок
13. Что такое демографический анализ в контексте медиапроектов?
- А) Анализ возрастной структуры аудитории
 - Б) Анализ предпочтений аудитории
 - В) Анализ географического распределения аудитории
 - Г) Анализ доходов аудитории
14. Какой метод не является эффективным для привлечения инвестиций в медиапроект?
- А) Краудфандинг
 - Б) Государственные субсидии
 - В) Личные сбережения
 - Г) Продажа акций компании
15. Что такое синдикация контента?
- А) Распространение контента через один канал
 - Б) Продажа прав на контент другим компаниям
 - В) Создание контента совместно с другими производителями
 - Г) Использование контента без разрешения правообладателя
16. Какой элемент является ключевым при создании сценария?
- А) Разработка персонажей
 - Б) Выбор локаций
 - В) Определение бюджета
 - Г) Подбор костюмов
17. Что такое "гринлайт" в контексте медиапроектов?
- А) Экологически чистое производство
 - Б) Разрешение на начало производства
 - В) Использование зеленого экрана для спецэффектов
 - Г) Маркетинговая стратегия, ориентированная на молодежь
18. Какой метод не используется для распространения фильмов?
- А) Кинотеатры
 - Б) Телевизионная трансляция
 - В) Стриминговые сервисы
 - Г) Радиовещание
19. Что такое "продакшн-дизайн"?
- А) Дизайн упаковки продукта
 - Б) Создание визуального стиля проекта
 - В) Разработка логотипа
 - Г) Планирование маркетинговой кампании
20. Какой фактор является важным при выборе актерского состава?
- А) Внешний вид
 - Б) Актерское мастерство
 - В) Популярность в социальных сетях
 - Г) Все вышеперечисленное
21. Что такое "постпродакшн"?
- А) Планирование производства
 - Б) Редактирование и монтаж материала
 - В) Подбор актерского состава

- Г) Продвижение готового продукта
22. Какой элемент не входит в процесс постпродакшн?
- А) Цветокоррекция
 - Б) Звуковое сопровождение
 - В) Спецэффекты
 - Г) Сценарное тестирование
23. Что такое "питч"?
- А) Презентация идеи проекта потенциальным инвесторам
 - Б) Музыкальное сопровождение
 - В) Тестирование продукта на аудитории
 - Г) Разработка бизнес-плана
24. Какой аспект не относится к постпродакшн?
- А) Монтаж
 - Б) Спецэффекты
 - В) Подбор актеров
 - Г) Звуковое сопровождение
25. Что такое "бокс-офис"?
- А) Офис продюсера
 - Б) Кассовые сборы фильма
 - В) Распределение ролей
 - Г) Место для хранения реквизита
26. Какой элемент не является частью предпродакшн?
- А) Разработка сценария
 - Б) Кастинг
 - В) Монтаж
 - Г) Планирование съемок
27. Что такое "девелопмент" в контексте медиапроектов?
- А) Разработка сценария и подготовка проекта
 - Б) Продвижение готового продукта
 - В) Создание музыкального сопровождения
 - Г) Подбор актерского состава
28. Какой метод не используется для анализа целевой аудитории?
- А) Опросы
 - Б) Анализ социальных сетей
 - В) Тестирование продукта на животных
 - Г) Анализ доходов
29. Что такое "медиапланирование"?
- А) Разработка сценария
 - Б) Планирование распространения контента
 - В) Подбор актерского состава
 - Г) Создание музыкального сопровождения
30. Какой элемент не является частью процесса дистрибуции?
- А) Продажа прав на показ
 - Б) Рекламная кампания
 - В) Сценарное тестирование
 - Г) Подписание контрактов с кинотеатрами

Примерный список вопросов

1. Какие основные этапы включает в себя процесс продюсирования медиапроекта?
2. Какие функции выполняет продюсер медиапроекта?
3. Какие основные критерии выбора концепции медиапроекта?

4. Какие стратегии монетизации могут быть использованы для медиапроектов?
5. Какие этапы включает в себя процесс бюджетирования медиапроекта?
6. Какие основные виды рисков существуют при продюсировании медиапроектов и как их можно управлять?
7. Каким образом проводится маркетинговое исследование для медиапроекта?
8. Какие инструменты используются для анализа конкурентной среды медиапроектов?
9. Каким образом формируется целевая аудитория для медиапроекта?
10. Какие ключевые метрики используются для оценки эффективности медиапроектов?
11. Каким образом продюсер может взаимодействовать с креативной командой для реализации медиапроекта?
12. Какие основные этапы включает в себя процесс постановки и контроля проекта?
13. Какие технические аспекты необходимо учитывать при продюсировании аудио- и видеопроектов?
14. Каким образом осуществляется планирование и координация производственных процессов медиапроекта?
15. Какие основные принципы управления временем применяются при продюсировании медиапроектов?
16. Каким образом осуществляется планирование бюджета для медиапроекта?
17. Какие основные элементы включает в себя техническая документация медиапроекта?
18. Каким образом определяется формат медиапроекта (например, фильм, телепередача, веб-сериал)?
19. Какие основные этапы включает в себя процесс сценарного развития медиапроекта?
20. Каким образом осуществляется выбор и анализ локаций для съемок медиапроекта?
21. Какие технические аспекты необходимо учитывать при выборе оборудования для медиапроекта?
22. Каким образом осуществляется подготовка кастинга для медиапроекта?
23. Какие методы и техники используются при редактировании и монтаже медиапроекта?
24. Каким образом производится выбор музыкального сопровождения для медиапроекта?
25. Какие основные этапы включает в себя процесс постпродакшн медиапроекта?
26. Каким образом осуществляется продвижение и маркетинг медиапроекта?
27. Какие основные платформы и каналы используются для распространения медиапроекта?
28. Каким образом осуществляется анализ эффективности медиапроекта?
29. Каким образом формируется и управляется проектной командой медиапроекта?
30. Каким образом осуществляется контроль качества в процессе реализации медиапроекта?
31. Какие инструменты и методы используются для оценки рыночного потенциала медиапроекта?
32. Каким образом учитываются особенности целевой аудитории при создании медиапроекта?
33. Какие стратегии привлечения финансирования медиапроектов существуют?
34. Каким образом осуществляется контроль за выполнением графика и бюджета медиапроекта?
35. Каким образом формируется эффективная коммуникационная стратегия в процессе реализации медиапроекта?

36. Каким образом определяется структура и формат презентации медиапроекта для инвесторов или партнеров?
37. Какие основные принципы и методы используются при разработке медиаплана для проекта?
38. Каким образом осуществляется анализ конкурентов и аудитории для медиапроекта?
39. Каким образом формируется креативная концепция медиапроекта?
40. Какие основные этапы включает в себя процесс съемок медиапроекта?
41. Каким образом определяется формат и структура сценария для медиапроекта?
42. Какие методы и инструменты используются при съемке и обработке звука для медиапроекта?
43. Каким образом осуществляется подбор реквизита и костюмов для медиапроекта?
44. Каким образом происходит процесс подбора актеров и участников для медиапроекта?
45. Каким образом учитывается бюджет проекта при выборе локаций для съемок?
46. Каким образом осуществляется планирование и организация съемочного процесса медиапроекта?
47. Каким образом проводится анализ и оценка результата съемок медиапроекта?
48. Какие основные аспекты необходимо учитывать при подготовке монтажа для медиапроекта?
49. Каким образом осуществляется выбор музыкального сопровождения для медиапроекта?

Темы исследовательских, информационных, творческих проектов

Подготовка исследовательских проектов по темам:

1. Мультимедийный сторителлинг.
2. Мультимедийный лонгрид.
3. Фактчекинг в новых медиа.
4. Принцип работы конвергентных СМИ.
5. Новые медиа и «традиционные».
6. Работа журналиста с социальными сетями.

Информационный проект

Подготовьте информационный проект (презентацию) по теме:

1. Как с помощью мультимедийных форматов рассказать историю, где много цифр.
2. Принцип работы Timeline.
3. Проблемно-аналитический репортаж в формате лонгрид.
4. Как проверить достоверность информации в социальных сетях.
5. Форматы новых медиа.
6. Как написать сторителлинг.

Творческое задание (с элементами эссе)

Напишите эссе по теме:

1. Я - мультимедийный журналист.
2. Можно ли доверять социальным сетям.
3. Медиаграмотность молодежи.
4. Как социальные сети помогают журналистам.
5. Лонгрид – новый формат подачи проблемно-аналитического журналиста.

Типовые задания к интерактивным занятиям

Задание 1. Формулирование идеи медиапроекта.

Заполнение карточки концепции медиапроекта (цель и ожидаемый результат), над которым студенты будут работать в командах на протяжении всего курса.

Задание 2. Описание портретов целевой аудитории медиапроекта. Составление списка задач для достижения результата.

Заполненная карточка с портретом аудитории проекта. Составление списка задач для реализации проекта и внесение их в таск-менеджер (Trello или Asana).

Задание 3. Ресурсы и бюджет медиапроекта.

Заполненная таблица с бюджетом и ресурсами для реализации проекта.

Задание 4. Риски и планирование проекта.

Заполненная таблица с рисками и диаграмма Ганта.

Задание 5. Элементы медиапроекта. Пользовательский сценарий.

Создание сценария пользователя и визуальных элементов медиапроекта.

Задание 6. Упаковка финального медиапроекта.

Оформление медиапроекта (дизайн и контент) в виде одностраничного сайта (лонгрида), интерактивного сервиса, многостраничного сайта.

Задание 7. Продвижение медиапроекта.

Создание списка каналов продвижения и медиаплана.

Задание 8. Анализ успешности медиапроекта.

Заполнение карточки анализа успешности проекта

Примерный перечень вопросов к промежуточной аттестации:

1. Какие основные функции продюсера в медиапроекте?
2. Что включает в себя этап предпродакшн в производстве фильма?
3. Какие правовые аспекты необходимо учитывать при продюсировании медиапроекта?
4. В чем заключается процесс питчинга и каковы его ключевые компоненты?
5. Какие элементы должен содержать бизнес-план медиапроекта?
6. Какие факторы влияют на формирование бюджета медиапроекта?
7. Что такое кросс-медийное и трансмедийное повествование?
8. Какие методы используются для оценки успеха медиапроекта?
9. Что обозначает аббревиатура ROI в контексте медиапроектов?
10. Какие задачи продюсера не относятся к его прямым обязанностям?
11. Какие методы привлечения инвестиций в медиапроект считаются наименее эффективными?
12. Что такое синдикация контента и как она используется в медиаиндустрии?
13. Какие этапы включает в себя процесс постпродакшн?
14. Что такое "гринлайт" и какова его роль в производстве медиапроектов?
15. Какие методы распространения фильмов существуют и какие из них не применяются?
16. Что такое продакшн-дизайн и какова его роль в создании медиапроекта?
17. Какие критерии важны при выборе актерского состава?
18. Что включает в себя понятие "постпродакшн"?
19. Что такое питч и как он связан с продюсированием?
20. Что обозначает термин "бокс-офис" в контексте кинопроизводства?
21. Какие задачи выполняются на этапе предпродакшн?
22. Что такое девелопмент в контексте медиапроектов?
23. Какие методы анализа целевой аудитории используются в медиапланировании?
24. Что такое медиапланирование и какова его роль в продюсировании?
25. Какие аспекты не входят в процесс дистрибуции медиапроекта?

26. Какие факторы необходимо учитывать при маркетинговом планировании медиапроекта?
27. Какие этапы включает в себя процесс создания сценария?
28. Каковы основные принципы эффективного питчинга?
29. Что такое кросс-промоушн и как он используется в продвижении медиапроектов?
30. Какие технологии и инструменты используются в современном медиапроизводстве?

5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания индикаторов достижения компетенций

Специфика формирования компетенций и их измерение определяется структурированием информации о состоянии уровня подготовки обучающихся.

Алгоритмы отбора и конструирования заданий для оценки достижений в предметной области, техника конструирования заданий, способы организации и проведения стандартизированных оценочных процедур, методика шкалирования и методы обработки и интерпретации результатов оценивания позволяют обучающимся освоить компетентностно-ориентированные программы дисциплин.

Формирование компетенций осуществляется в ходе всех видов занятий, практики, а контроль их сформированности на этапе текущей, промежуточной и итоговой аттестации.

Оценивание знаний, умений и навыков по учебной дисциплине осуществляется посредством использования следующих видов оценочных средств:

- опросы: устный, письменный;
- задания для практических занятий;
- ситуационные задания;
- контрольные работы;
- коллоквиумы;
- написание реферата;
- написание эссе;
- решение тестовых заданий;
- экзамен.

Опросы по вынесенным на обсуждение темам

Устные опросы проводятся во время практических занятий и возможны при проведении аттестации в качестве дополнительного испытания при недостаточности результатов тестирования и решения заданий. Вопросы опроса не должны выходить за рамки объявленной для данного занятия темы. Устные опросы необходимо строить так, чтобы вовлечь в тему обсуждения максимальное количество обучающихся в группе, проводить параллели с уже пройденным учебным материалом данной дисциплины и смежными курсами, находить удачные примеры из современной действительности, что увеличивает эффективность усвоения материала на ассоциациях.

Основные вопросы для устного опроса доводятся до сведения студентов на предыдущем практическом занятии.

Письменные опросы позволяют проверить уровень подготовки к практическому занятию всех обучающихся в группе, при этом оставляя достаточно учебного времени для иных форм педагогической деятельности в рамках данного занятия. Письменный опрос проводится без предупреждения, что стимулирует обучающихся к систематической подготовке к занятиям. Вопросы для опроса готовятся заранее, формулируются узко, дабы обучающийся имел объективную возможность полноценно его осветить за отведенное время.

Письменные опросы целесообразно применять в целях проверки усвояемости значительного объема учебного материала, например, во время проведения аттестации, когда необходимо проверить знания обучающихся по всему курсу.

При оценке опросов анализу подлежит точность формулировок, связность изложения материала, обоснованность суждений.

Решение заданий (кейс-методы)

Решение кейс-методов осуществляется с целью проверки уровня навыков (владений) обучающегося по применению содержания основных понятий и терминов дисциплины вообще и каждой её темы в частности.

Обучающемуся объявляется условие задания, решение которого он излагает либо устно, либо письменно.

Эффективным интерактивным способом решения задания является сопоставления результатов разрешения одного задания двумя и более малыми группами обучающихся.

Задачи, требующие изучения значительного объема, необходимо относить на самостоятельную работу студентов, с непременно разбором результатов во время практических занятий. В данном случае решение ситуационных задач с глубоким обоснованием должно представляться на проверку в письменном виде.

При оценке решения заданий анализируется понимание обучающимся конкретной ситуации, правильность её понимания в соответствии с изучаемым материалом, способность обоснования выбранной точки зрения, глубина проработки рассматриваемого вопроса, умением выявить основные положения затронутого вопроса.

Решение заданий в тестовой форме

Проводится тестирование в течение изучения дисциплины

Не менее чем за 1 неделю до тестирования, преподаватель должен определить обучающимся исходные данные для подготовки к тестированию: назвать разделы (темы, вопросы), по которым будут задания в тестовой форме, теоретические источники (с точным указанием разделов, тем, статей) для подготовки.

При прохождении тестирования пользоваться конспектами лекций, учебниками, и иными материалами не разрешено.