

Рабочая программа дисциплины

Продюсирование цифрового контента

Направление подготовки	Медиакоммуникации
Код	42.03.05
Направленность (профиль)	Продюсирование цифрового контента
Квалификация выпускника	бакалавр

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

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

Москва
2026

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	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

	структуры и осуществлять предпринимательскую деятельность в организациях креативных индустрий	медиапроектов, их потребности, интересы и 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	- создавать визуальный контент для журналистских и	- навыками применения цифровых

	технического процесса создания мультимедийных проектов	медиапродуктов	технологий в работе над медиапроектом
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 «Продюсирование цифрового контента» является дисциплиной по выбору части учебного плана ОПОП, формируемая участниками образовательных отношений.

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>Очно-заочная</i>	<i>Заочная с применением ДОТ</i>
Общая трудоемкость: зачетные единицы/часы	5/180	5/180	5/180
Контактная работа:			
Занятия лекционного типа	16	4	4
Занятия семинарского типа	16	8	8
Промежуточная аттестация: <i>зачет с оценкой</i>	0,15	4	4
Самостоятельная работа (СРС)	147,85	164	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)							Самос тояте льная 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 орато рные раб.	Иные занят ия		
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)						
		Контактная работа						Само стоят ельна я работ а
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				
		Лекц ии	Иные учебны	Практ ически	Семи нары	Лабо рато	Иные занят	

			е заняти я	е заняти я		рные раб.	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

6.1.3. Заочная форма обучения с применением ДОТ

№ 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	Прак тически 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. 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 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.

8.	Запуск и продвижение медиапроекта	Опрос, проблемно-аналитическое задание, исследовательский проект.
7.	Работа в команде и решение конфликтов.	Опрос, проблемно-аналитическое задание, исследовательский проект.
8.	Анализ успешности медиапроекта	Опрос, проблемно-аналитическое задание, исследовательский проект.

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 видеопроекты 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 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**

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
2026

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

3.2. 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	- создавать визуальный контент для журналистских и	- навыками применения цифровых

	технического процесса создания мультимедийных проектов	медиапродуктов	технологий в работе над медиапроектом
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 знаний студентов

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.
НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО/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 (закрытого, открытого и иного типа) для проведения промежуточной аттестации, необходимые для оценки достижения компетенции, соотнесенной с результатами обучения по дисциплине

ТЕСТИРОВАНИЕ

ПК-1 8 СЕМЕСТР

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

ПК-3 8 СЕМЕСТР

1. Какой метод не используется для оценки успеха медиапроекта?
 - А) Анализ доходов
 - Б) Опросы аудитории
 - В) Анализ социальных медиа
 - Г) Тестирование продукта на животных
2. Что такое ROI в контексте медиапроектов?
 - А) Возврат инвестиций
 - Б) Регистрация организации
 - В) Рейтинг онлайн-интереса
 - Г) Распределение информации
3. Какой аспект не относится к функциям продюсера?
 - А) Контроль за соблюдением сроков
 - Б) Управление командой проекта
 - В) Создание музыкального контента
 - Г) Привлечение финансирования
4. 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
5. Какой элемент не является частью маркетинговой стратегии медиапроекта?
 - А) Рекламная кампания
 - Б) Продвижение в социальных сетях
 - В) Разработка логотипа
 - Г) Подбор локаций для съемок
6. 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
7. Какой метод не является эффективным для привлечения инвестиций в медиапроект?
 - А) Краудфандинг
 - Б) Государственные субсидии
 - В) Личные сбережения
 - Г) Продажа акций компании
8. 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

ПК-8
8 СЕМЕСТР

1. Какой элемент является ключевым при создании сценария?
 - А) Разработка персонажей
 - Б) Выбор локаций
 - В) Определение бюджета
 - Г) Подбор костюмов
2. 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
3. Какой метод не используется для распространения фильмов?
 - А) Кинотеатры
 - Б) Телевизионная трансляция
 - В) Стриминговые сервисы
 - Г) Радиовещание
4. Что такое "продакшн-дизайн"?
 - А) Дизайн упаковки продукта
 - Б) Создание визуального стиля проекта
 - В) Разработка логотипа
 - Г) Планирование маркетинговой кампании
5. Какой фактор является важным при выборе актерского состава?
 - А) Внешний вид
 - Б) Актерское мастерство
 - В) Популярность в социальных сетях
 - Г) Все вышеперечисленное
6. Что такое "постпродакшн"?
 - А) Планирование производства
 - Б) Редактирование и монтаж материала
 - В) Подбор актерского состава
 - Г) Продвижение готового продукта
7. Какой элемент не входит в процесс постпродакшн?
 - А) Цветокоррекция
 - Б) Звуковое сопровождение
 - В) Спецэффекты
 - Г) Сценарное тестирование
8. Что такое "питч"?
 - А) Презентация идеи проекта потенциальным инвесторам
 - Б) Музыкальное сопровождение
 - В) Тестирование продукта на аудитории
 - Г) Разработка бизнес-плана

ПК-9
8 СЕМЕСТР

1. Какой аспект не относится к постпродакшн?
 - А) Монтаж
 - Б) Спецэффекты
 - В) Подбор актеров
 - Г) Звуковое сопровождение
2. Что такое "бокс-офис"?
 - А) Офис продюсера
 - Б) Кассовые сборы фильма
 - В) Распределение ролей
 - Г) Место для хранения реквизита
3. Какой элемент не является частью предпродакшн?
 - А) Разработка сценария
 - Б) Кастинг
 - В) Монтаж
 - Г) Планирование съемок
4. Что такое "девелопмент" в контексте медиапроектов?
 - А) Разработка сценария и подготовка проекта
 - Б) Продвижение готового продукта
 - В) Создание музыкального сопровождения
 - Г) Подбор актерского состава
5. Какой метод не используется для анализа целевой аудитории?
 - А) Опросы
 - Б) Анализ социальных сетей
 - В) Тестирование продукта на животных
 - Г) Анализ доходов
6. Что такое "медиапланирование"?
 - А) Разработка сценария
 - Б) Планирование распространения контента
 - В) Подбор актерского состава
 - Г) Создание музыкального сопровождения
7. Какой элемент не является частью процесса дистрибуции?
 - А) Продажа прав на показ
 - Б) Рекламная кампания
 - В) Сценарное тестирование
 - Г) Подписание контрактов с кинотеатрами