



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
КГУ «КАЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭНЕРГЕТИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «КГУ»)

УТВЕРЖДАЮ

Директор Института цифровых
технологий и экономики
Р.Р. Зайнуллин

«24» __02__ 2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.03 Продюсирование медиапроектов

Направление
подготовки

38.04.02 Менеджмент

Направленность(и) *
(профиль(и))

Продюсирование медиапроектов и гейм-дизайн

Квалификация

Магистр

г. Казань, 2026

Программу разработал(и):

Наименование кафедры	Должность, уч.степень, уч.звание	ФИО разработчика
Философия и медиакоммуникации	профессор, д.филос.н., доцент	Гурьянов А.С.

Согласование	Наименование подразделения	Дата	№ протокола	Подпись
Одобрена	Философия и медиакоммуникации	17.02.2026	2	Зав.каф., д.филос.н., доцент Миннуллина Э.Б.
Согласована	Философия и медиакоммуникации	17.02.2026	2	Зав.каф., д.филос.н., доцент Миннуллина Э.Б.
Согласована	Учебно-методический совет ИЦТЭ	24.02.2026	6	Директор, к.физ-мат.н., доцент Зайнуллин Р.Р.
Одобрена	Ученый совет ИЦТЭ	24.02.2026	6	Директор, к.физ-мат.н., доцент Зайнуллин Р.Р.

1. Цель, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине:

Целью освоения дисциплины «Продюсирование медиапроектов и гейм-дизайн» является ознакомление слушателей с изменениями, связанными с дигитализацией общественной жизни, с технологическими тенденциями развития современных медиа, меняющимися бизнес-моделями, методологией создания новых СМИ, тенденциями мультимедиазации журналистики и влияния медиа на культурные и социальные практики.

Задачами освоения дисциплины являются:

- обучение медиапланированию;
- освоение технологий управления редакционными процессами;
- отработка навыков продвижения и монетизации медиапроектов

Компетенции, формируемые у обучающихся, запланированные результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)
Профессиональные компетенции (ПК)		
ПК-1 Способен разрабатывать новые цифровые форматы медиа- и игровой продукции, производить творческие пилотные проекты	ПК-1.1 Руководит процессом создания нового медиаформата, цифрового продукта или творческого медиапроекта	<i>Знать:</i> - способы составления графика реализации цифровых форматов медиа и игровой продукции и производства творческих пилотных проектов (31) <i>Уметь:</i> - Определять этапы, составлять график реализации цифровых форматов медиа и игровой продукции и производства творческих пилотных проектов (У1) <i>Владеть:</i> - Навыками составления графика реализации цифровых форматов медиа и игровой продукции и производства творческих пилотных проектов (В1)
ПК-3 Способен организовать и координировать работу, распоряжаться, принимать сложные управленческие решения в быстро меняющейся среде, контролировать деятельность подчиненных,	ПК-3.1 Осуществляет управленческий контроль за деятельностью медиапредприятия, медиаструктуры, медиапроекта	<i>Знать:</i> - основы и правила контроля за деятельностью медиапредприятия, медиаструктуры, медиапроекта (32) <i>Уметь:</i> - Осуществлять контроль за деятельностью медиапредприятия, медиаструктуры, медиапроекта (У2) <i>Владеть:</i> - навыками отслеживания и

осуществлять планфактный контроль, анализировать отклонения		внедрения на практике новых технологий в сфере медиапроизводства (B2)
ПК-3 Способен организовать и координировать работу, распоряжаться, принимать сложные управленческие решения в быстро меняющейся среде, контролировать деятельность подчиненных, осуществлять планфактный контроль, анализировать отклонения	ПК-3.2 Определяет и осуществляет комплекс мероприятий, направленных на поддержку формирования корпоративной культуры медиапредприятия, медиаструктуры, медиапроекта	Знать: - правила и принципы формирования корпоративной культуры медиапредприятия, медиаструктуры, медиапроекта (ЗЗ) Уметь: - организовывать востребованные обществом и индустрией мероприятия, направленные на поддержку формирования корпоративной культуры медиапредприятия, медиаструктуры, медиапроекта (УЗ) Владеть: - навыками организации создания востребованных обществом и индустрией мероприятий, направленных на поддержку формирования корпоративной культуры медиапредприятия, медиаструктуры, медиапроекта (ВЗ)

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Продюсирование цифровых проектов в медиа относится к части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент.

Код компетенции	Предшествующие дисциплины (модули), практики, НИР, др.	Последующие дисциплины (модули), практики, НИР, др.
ПК-1	Коммуникационный менеджмент	Разработка игровой системы
ПК-3		Продюсирование видеоматериалов

Для освоения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- функции СМИ, задачи деятельности журналиста
- особенности целевой аудитории, виды медиаплатформ, специфику различных медиаканалов

уметь:

- организовывать процесс создания и выпуска медиапроекта
- организовывать деятельность журналистов, интерактивное общение с аудиторией, продвижение медиапроекта с использованием социальных сетей и других современных медийных средств

владеть:

- профессиональной терминологией
- основами медиапланирования

3. Структура и содержание дисциплины

3.1. Структура дисциплины

Вид учебной работы	Всего ЗЕ	Всего часов	Семестр	Семестр
			1	2
ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ	6	216	72	144
КОНТАКТНАЯ РАБОТА	-	126		
АУДИТОРНАЯ РАБОТА	1,8	62	32	30
Лекции (Лек)	0,9	30	16	14
Практические (семинарские) занятия	0,9	32	16	16
Лабораторные работы				
САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ	4,2	154	40	114
Проработка учебного материала	1,2	46	40	6
Курсовой проект	2	72	0	72
Курсовая работа	0	0	0	0
Подготовка к промежуточной аттестации	1	36	0	36
Промежуточная аттестация:			3	Э

3.2. Содержание дисциплины, структурированное по разделам и видам занятий

Разделы дисциплины	Всего часов	Распределение трудоемкости по видам учебной работы				Формы и вид контроля	Индексы индикаторов формируемых компетенций
		лекции	лаб. раб.	пр. зан.	сам. раб.		
Раздел 1	23	5		5	13	ТК1	ПК-1.1(э), ПК-3.1(у), ПК-3.2(в)
Раздел 2	23	5		5	13	ТК2	ПК-1.1(у), ПК-3.1(в), ПК-3.2(э)
Раздел 3	26	6		6	14	ТК3	ПК-1.1(в), ПК-3.1(э), ПК-3.2(у)
Зачет	0					ОМ 1	ПК-1.1(э), ПК-1.1(у), ПК-3.1(э), ПК-3.1(в), ПК-3.2(у)
Итого за 1 семестр	72	16		16	40		
Раздел 4	12	5		5	2	ТК4	ПК-1.1(э), ПК-3.1(у), ПК-3.2(в)
Раздел 5	12	5		5	2	ТК5	ПК-1.1(у), ПК-3.1(в), ПК-3.2(э)
Раздел 6	12	4		6	2	ТК6	ПК-1.1(в), ПК-3.1(э), ПК-3.2(у)
Курсовой проект	72				72	ОМкп	ПК-1.1(э), ПК-3.1(у), ПК-3.2(в)
Экзамен	36				36	ОМ 2	ПК-1.1(э), ПК-1.1(у),

							ПК-3.1(з), ПК-3.1(в), ПК-3.2(у)
Итого за 2 семестр	144	14		16	114		
ИТОГО	216	30		32	154		

3.3. Содержание дисциплины

- Раздел 1. Бизнес-модели медиапроектов в цифровой среде креативных индустрий
 Тема 1.1. Анализ ЦА медиасреды креативных индустрий. Анализ конкурирующей среды
 Тема 1.2. Понятие бизнес-модели медиапроекта. Построение примитивной концепции.
 Раздел 2. Раздел 2. Разработка и дизайн цифрового медиапроекта
 Тема 2.1. Создание команды
 Тема 2.2. Идея и концепция проекта
 Раздел 3. Управление проектом
 Тема 3.1. Разработка бизнес-плана
 Тема 3.2. Поиск внутренних и внешних партнеров / оценка категории экспертизы
 Раздел 4. Продвижение медиапроекта в цифровой среде
 Тема 4.1. Внутренний менеджмент в проекте
 Тема 4.2. Разработка контент-плана, подготовка платформы
 Раздел 5. Медиаизмерения, метрики и монетизация медиапроекта
 Тема 5.1. Определение ресурсов и мультимедийных инструментов проекта
 Тема 5.2. Цифровой дизайн проекта / мультимедийные возможности
 Раздел 6. Анализ успешности медиапроекта.
 Тема 6.1. Финальные измерения и метрики проекта
 Тема 6.2. Презентация проекта

3.4. Тематический план практических занятий

Номер раздела дисциплины	Темы практических занятий	Трудоемкость, час.
1	Анализ ЦА медиасреды креативных индустрий. Анализ конкурирующей среды.	4
2	Понятие бизнес-модели медиапроекта. Построение примитивной концепции.	4
3	Основные формы организации телекомпании и других медиа. Система государственного регулирования телевидения в России и за рубежом.	4
4	Технологии распространения телевизионного сигнала. Аналоговое, цифровое вещание. Мультиплексы	4
5	Процесс организации информационного производства. Редакционно-издательский маркетинг.	4
6	Изучение и исследование рынка потребителей, рынка СМИ и конкурентных изданий	4
7	Предпроизводственная деятельность продюсера. Сценарный период	4
8	Подготовительный, съемочный монтажный периоды. Организация выпуска телевизионного контента в эфир.	4
	Всего	32

3.5. Тематический план лабораторных работ

Данный вид работы не предусмотрен учебным планом

3.6. Курсовой проект/курсовая работа

1. «Разработка и продюсирование документального веб-сериала: от идеи до стриминга».
2. «Особенности продюсирования короткометражного игрового фильма для международных фестивалей».
3. «Специфика производства мультимедийного спецпроекта для интернет-СМИ».
4. «Продюсирование образовательного онлайн-курса: стратегия контента и маркетинга».
5. «Организация и продвижение подкаста: от концепции до монетизации».
6. «Стратегии продвижения медиапроекта в социальных сетях и мессенджерах».
7. «Продюсирование культурно-просветительского проекта (выставки/фестиваля)».
8. «Управление рисками при производстве независимого медиапроекта».
9. «Взаимодействие продюсера с экспертами и творческой командой при создании образовательного контента».
10. «Анализ современных форматов продюсирования цифрового контента».
11. «Особенности продюсирования театральных постановок в современной России».
12. Психологические методики оценки медиапотребления. Методика «Индивидуальный стиль медиапотребления».
13. Противоречия вокруг методов медиаизмерений в постсоветской России. Дневниковые панели "Комкон" и Russian Research (1990-е) .
14. Методика телефонных интервью для измерений медиааудитории: плюсы и минусы.
15. Методы исследования аудитории печатных СМИ, телевидения, радио. Достоинства и недостатки разных методов.
16. Проект Mediascope WEB-Index: методика, результаты, лидеры рейтинга.
17. Проект Mediascope TV Index : методика, результаты, лидеры рейтинга.
18. Измерение собственной аудитории Первым каналом (см. Коломиец В.П., с.188-227)
19. Проект Mediascope Radio Index: методика, результаты, лидеры рейтинга
20. Проект Mediascope по измерению региональных каналов: TV Mosaic, Radio Mosaic: методика, результаты, лидеры рейтинга

4. Оценивание результатов обучения

Оценивание результатов обучения по дисциплине осуществляется в рамках текущего контроля и промежуточной аттестации, проводимых по балльно-рейтинговой системе (БРС).

Шкала оценки результатов обучения по дисциплине:

Код компетенции	Код индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения по дисциплине	Уровень сформированности компетенции (индикатора достижения компетенции)			
			Высокий	Средний	Ниже среднего	Низкий
			от 85 до 100	от 70 до 84	от 55 до 69	от 0 до 54
			Шкала оценивания			
			отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно
			зачтено			не зачтено

ПК – 1.	ПК 1.1.	Знать				
		способы составления графика реализации медиапроекта и производства медиапродукта (31)	На высоком уровне знает способы составления графика реализации медиапроекта и производства медиапродукта	На хорошем уровне знает способы составления графика реализации медиапроекта и производства медиапродукта	Не достаточно хорошо знает способы составления графика реализации медиапроекта и производства медиапродукта	Не знает способы составления графика реализации медиапроекта и производства медиапродукта
		Уметь				
		Отслеживать и внедрять на практике новые технологии в сфере медиапроизводства (У1)	На высоком уровне умеет отслеживать и внедрять на практике новые технологии в сфере медиапроизводства	На хорошем уровне умеет отслеживать и внедрять на практике новые технологии в сфере медиапроизводства	Не достаточно хорошо умеет отслеживать и внедрять на практике новые технологии в сфере медиапроизводства	Не умеет отслеживать и внедрять на практике новые технологии в сфере медиапроизводства
Владеть						
		Навыками отслеживания и внедрения на практике новых	На высоком уровне владеет навыками отслеживания и внедрения на практике	На хорошем уровне владеет навыками отслеживания и внедрения на практике	Не достаточно хорошо владеет навыками отслеживания и внедрения на практике	Не владеет навыками отслеживания и внедрения на практике новых технологий в сфере медиапроизводства

		технологий в сфере медиапроизводства (B1)	новых технологий в сфере медиапроизводства	новых технологий в сфере медиапроизводства	новых технологий в сфере медиапроизводства	
ПК-3	ПК-3.1	Знать				
		новые востребованные обществом и индустрией медиапродукты, медиаструктуры, медиапредприятия и (или) медиапродукты (32)	На высоком уровне знает новые востребованные обществом и индустрией медиапродукты, медиаструктуры, медиапредприятия и (или) медиапродукты	На хорошем уровне знает новые востребованные обществом и индустрией медиапродукты, медиаструктуры, медиапредприятия и (или) медиапродукты	Не достаточно хорошо знает новые востребованные обществом и индустрией медиапродукты, медиаструктуры, медиапредприятия и (или) медиапродукты	Не знает новые востребованные обществом и индустрией медиапродукты, медиаструктуры, медиапредприятия и (или) медиапродукты
		Уметь				
		Осуществлять контроль за деятельностью медиапредприятия, медиаструктуры или медиапроекта(У2)	На высоком уровне умеет Осуществлять контроль за деятельностью медиапредприятия, медиаструктуры или медиапроекта	На хорошем уровне умеет Осуществлять контроль за деятельностью медиапредприятия, медиаструктуры или медиапроекта	Не достаточно хорошо умеет Осуществлять контроль за деятельностью медиапредприятия, медиаструктуры или медиапроекта	Не умеет Осуществлять контроль за деятельностью медиапредприятия, медиаструктуры или медиапроекта
		Владеть				
		навыками управления деятельностью медиапредприятия, медиаструктуры или медиапроекта (B2)	На высоком уровне владеет навыками управления деятельностью медиапредприятия, медиаструктуры или медиапроекта (B1)	На хорошем уровне владеет навыками управления деятельностью медиапредприятия, медиаструктуры или медиапроекта (B1)	Не достаточно хорошо владеет навыками управления деятельностью медиапредприятия, медиаструктуры или медиапроекта (B1)	Не владеет навыками управления деятельностью медиапредприятия, медиаструктуры или медиапроекта (B1)
		ПК-3.2 Знать				
		Принципы определения и осуществления	На высоком уровне знает Принципы определения и	На хорошем уровне знает Принципы определения и	Не достаточно хорошо знает Принципы определения и	Не знает Принципы определения и осуществления комплекса

	<p>комплекса мероприятий, направленных на поддержку формирования корпоративной культуры медиапредприятия, медиаструктуры, медиапроекта (33)</p>	<p>осуществления комплекса мероприятий, направленных на поддержку формирования корпоративной культуры медиапредприятия, медиаструктуры, медиапроекта</p>	<p>осуществления комплекса мероприятий, направленных на поддержку формирования корпоративной культуры медиапредприятия, медиаструктуры, медиапроекта</p>	<p>осуществления комплекса мероприятий, направленных на поддержку формирования корпоративной культуры медиапредприятия, медиаструктуры, медиапроекта</p>	<p>мероприятий, направленных на поддержку формирования корпоративной культуры медиапредприятия, медиаструктуры, медиапроекта</p>
Уметь					
	<p>Отслеживать и внедрять на практике комплекс мероприятий, направленных на поддержку формирования корпоративной культуры медиапредприятия, медиаструктуры, медиапроекта (У3)</p>	<p>На высоком уровне умеет Отслеживать и внедрять на практике комплекс мероприятий, направленных на поддержку формирования корпоративной культуры медиапредприятия, медиаструктуры, медиапроекта</p>	<p>На хорошем уровне умеет Отслеживать и внедрять на практике комплекс мероприятий, направленных на поддержку формирования корпоративной культуры медиапредприятия, медиаструктуры, медиапроекта</p>	<p>Не достаточно хорошо умеет Отслеживать и внедрять на практике комплекс мероприятий, направленных на поддержку формирования корпоративной культуры медиапредприятия, медиаструктуры, медиапроекта</p>	<p>Не умеет Отслеживать и внедрять на практике комплекс мероприятий, направленных на поддержку формирования корпоративной культуры медиапредприятия, медиаструктуры, медиапроекта</p>
Владеть					
	<p>навыками отслеживания и внедрения на практике комплекса мероприятий,</p>	<p>На высоком уровне владеет навыками отслеживания и внедрения на практике комплекса</p>	<p>На хорошем уровне владеет навыками отслеживания и внедрения на практике комплекса</p>	<p>Не достаточно хорошо владеет навыками отслеживания и внедрения на практике комплекса мероприятий,</p>	<p>Не владеет навыками отслеживания и внедрения на практике комплекса мероприятий, направленных на поддержку</p>

		направленных на поддержку формирования корпоративной культуры медиапредприятия, медиаструктуры, медиапроекта (ВЗ)	мероприятий, направленных на поддержку формирования корпоративной культуры медиапредприятия, медиаструктуры, медиапроекта	мероприятий, направленных на поддержку формирования корпоративной культуры медиапредприятия, медиаструктуры, медиапроекта	направленных на поддержку формирования корпоративной культуры медиапредприятия, медиаструктуры, медиапроекта	формирования корпоративной культуры медиапредприятия, медиаструктуры, медиапроекта
--	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------

Оценочные материалы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации приведены в Приложении к рабочей программе дисциплины.

Полный комплект заданий и материалов, необходимых для оценивания результатов обучения по дисциплине, хранится на кафедре разработчика.

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

5.1. Учебно-методическое обеспечение

5.1.1. Основная литература

1. Аржанова, К. А. Продюсирование PR-мероприятий : учебное пособие / К. А. Аржанова. - Москва: Русайнс, 2025. - 194 с. - URL: <https://book.ru/books/960493>. - ISBN 978-5-466-10470-7. - Текст: электронный.
2. Косинова, М. И., Методические аспекты продюсирования аудиовизуальных проектов : учебное пособие / М. И. Косинова. — Москва: Русайнс, 2026. — 312 с. — ISBN 978-5-466-11004-3. — URL: <https://book.ru/book/961098>. — Текст: электронный.

5.1.2. Дополнительная литература

1. Шимолин, В. И. Фотожурналистика в процессе трансформации медиапространства : учебное пособие / В. И. Шимолин. — Минск : БГУ, 2017. — 247 с. — ISBN 978-985-566-442-1. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/180504>.
2. Чеснокова, А. В. Проектное управление в маркетинговой деятельности : учебник / А. В. Чеснокова, Е. Г. Попкова, О. И. Радина. - Москва: Русайнс, 2024. - 206 с. - URL: <https://book.ru/books/953957>. - ISBN 978-5-466-06867-2. - Текст: электронный.

5.2. Информационное обеспечение

5.2.1. Электронные и интернет-ресурсы

1. КОД: задачи по логике <https://thecode.media/be-logic/>
2. Энциклопедии, словари, справочники <http://www.rubricon.com>
3. Гуманитарный портал <https://gtmarket.ru/concepts/6892>

5.2.2. Профессиональные базы данных / Информационно-справочные системы

- 1 Официальный интернет-портал правовой информации <http://pravo.gov.ru>
- 2 Справочная правовая система «Консультант Плюс» <http://consultant.ru>
- 3 Справочно-правовая система по законодательству РФ <http://garant.ru>
- 4 Научная электронная библиотека <http://elibrary.ru/>
- 5 Российская государственная библиотека <http://www.rsl.ru/>
- 6 Образовательный портал <http://www.ucheба.com/>

5.2.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение дисциплины

1	Windows	7	Пользовательская	ЗАО "СофтЛайнТрейд"
---	---------	---	------------------	---------------------

	Профессиональная (Starter)	операционная система	№2011.25486 от 28.11.2011 Неискл. право. Бессрочно
2	Office Standard 2007 Russian OLP NL AcademicEdition+	Пакет программных продуктов содержащий в себе необходимые офисные программы	ЗАО "СофтЛайнТрейд"
3	Браузер Chrome	Система поиска информации в сети интернет (включая русскоязычный интернет).	Свободная лицензия Неискл. право. Бессрочно
4	Adobe Acrobat	Пакет программ для создания и просмотра файлов формата PDF	Свободная лицензия Неискл. право. Бессрочно
5	LMS Moodle	ПО для эффективного онлайн- взаимодействия преподавателя и студента	Свободная лицензия Неискл. право. Бессрочно

6. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Наименование вида учебной работы	Наименование учебной аудитории, специализированной лаборатории	Перечень необходимого оборудования и технических средств обучения
Лекции	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа	Специализированная учебная мебель, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории (мультимедийный проектор, компьютер (ноутбук), экран), демонстрационное оборудование, учебно-наглядные пособия
Практические занятия	Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Специализированная учебная мебель, технические средства обучения (мультимедийный проектор, компьютер (ноутбук), экран) и др.
Самостоятельная работа	Компьютерный класс с выходом в	Специализированная учебная мебель на 30 посадочных мест, 30

	Интернет В-600а	компьютеров, технические средства обучения (мультимедийный проектор, компьютер (ноутбук), экран), видеокамеры, программное обеспечение
	Учебная аудитория Д-728 для выполнения курсового проекта	Специализированная мебель, компьютерная техника с возможностью выхода в Интернет и обеспечением доступа в ЭИОС, программное обеспечение
	Читальный зал библиотеки	Специализированная мебель, компьютерная техника с возможностью выхода в Интернет и обеспечением доступа в ЭИОС, экран, мультимедийный проектор, программное обеспечение

7. Особенности организации образовательной деятельности для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Лица с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) и инвалиды имеют возможность беспрепятственно перемещаться из одного учебно-лабораторного корпуса в другой, подняться на все этажи учебно-лабораторных корпусов, заниматься в учебных и иных помещениях с учетом особенностей психофизического развития и состояния здоровья.

Для обучения лиц с ОВЗ и инвалидов, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, обеспечены условия беспрепятственного доступа во все учебные помещения. Информация о специальных условиях, созданных для обучающихся с ОВЗ и инвалидов, размещена на сайте университета www//kgeu.ru. Имеется возможность оказания технической помощи ассистентом, а также услуг сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Для адаптации к восприятию лицами с ОВЗ и инвалидами с нарушенным слухом справочного, учебного материала по дисциплине обеспечиваются следующие условия:

- для лучшей ориентации в аудитории, применяются сигналы оповещения о начале и конце занятия (слово «звонок» пишется на доске);
- внимание слабослышащего обучающегося привлекается педагогом жестом (на плечо кладется рука, осуществляется нерезкое похлопывание);
- разговаривая с обучающимся, педагогический работник смотрит на него, говорит ясно, короткими предложениями, обеспечивая возможность чтения по губам.

Компенсация затруднений речевого и интеллектуального развития слабослышащих обучающихся проводится путем:

- использования схем, диаграмм, рисунков, компьютерных презентаций с гиперссылками, комментирующими отдельные компоненты изображения;
- регулярного применения упражнений на графическое выделение существенных признаков предметов и явлений;
- обеспечения возможности для обучающегося получить адресную консультацию по электронной почте по мере необходимости.

Для адаптации к восприятию лицами с ОВЗ и инвалидами с нарушениями зрения справочного, учебного, просветительского материала, предусмотренного образовательной программой по выбранному направлению подготовки, обеспечиваются следующие условия:

- ведется адаптация официального сайта в сети Интернет с учетом особых потребностей инвалидов по зрению, обеспечивается наличие крупношрифтовой справочной информации о расписании учебных занятий;
- педагогический работник, его собеседник (при необходимости), присутствующие на занятии, представляются обучающимся, при этом каждый раз называется тот, к кому педагогический работник обращается;
- действия, жесты, перемещения педагогического работника коротко и ясно комментируются;
- печатная информация предоставляется крупным шрифтом (от 18 пунктов), тотально озвучивается;
- обеспечивается необходимый уровень освещенности помещений;
- предоставляется возможность использовать компьютеры во время занятий и право записи объяснений на диктофон (по желанию обучающихся).

Форма проведения текущей и промежуточной аттестации для обучающихся с ОВЗ и инвалидов определяется педагогическим работником в соответствии с учебным планом. При необходимости обучающемуся с ОВЗ, инвалиду с учетом их индивидуальных психофизических особенностей дается возможность пройти промежуточную аттестацию устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п., либо предоставляется дополнительное время для подготовки ответа.

8. Методические рекомендации для преподавателей по организации воспитательной работы с обучающимися.

Методическое обеспечение процесса воспитания обучающихся выступает одним из определяющих факторов высокого качества образования. Преподаватель вуза, демонстрируя высокий профессионализм, эрудицию, четкую гражданскую позицию, самодисциплину, творческий подход в решении профессиональных задач, в ходе образовательного процесса способствует формированию гармоничной личности.

При реализации дисциплины преподаватель может использовать следующие методы воспитательной работы:

- методы формирования сознания личности (беседа, диспут, внушение, инструктаж, контроль, объяснение, пример, самоконтроль, рассказ, совет, убеждение и др.);

- методы организации деятельности и формирования опыта поведения (задание, общественное мнение, педагогическое требование, поручение, приучение, создание воспитывающих ситуаций, тренинг, упражнение, и др.);

- методы мотивации деятельности и поведения (одобрение, поощрение социальной активности, порицание, создание ситуаций успеха, создание ситуаций для эмоционально-нравственных переживаний, соревнование и др.)

При реализации дисциплины преподаватель должен учитывать следующие направления воспитательной деятельности:

Гражданское и патриотическое воспитание:

- формирование у обучающихся целостного мировоззрения, российской идентичности, уважения к своей семье, обществу, государству, принятым в семье и обществе духовно-нравственным и социокультурным ценностям, к национальному, культурному и историческому наследию, формирование стремления к его сохранению и развитию;

- формирование у обучающихся активной гражданской позиции, основанной на традиционных культурных, духовных и нравственных ценностях российского общества, для повышения способности ответственно реализовывать свои конституционные права и обязанности;

- развитие правовой и политической культуры обучающихся, расширение конструктивного участия в принятии решений, затрагивающих их права и интересы, в том числе в различных формах самоорганизации, самоуправления, общественно-значимой деятельности;

- формирование мотивов, нравственных и смысловых установок личности, позволяющих противостоять экстремизму, ксенофобии, дискриминации по социальным, религиозным, расовым, национальным признакам, межэтнической и межконфессиональной нетерпимости, другим негативным социальным явлениям.

Духовно-нравственное воспитание:

- воспитание чувства достоинства, чести и честности, совестливости, уважения к родителям, учителям, людям старшего поколения;

- формирование принципов коллективизма и солидарности, духа милосердия и сострадания, привычки заботиться о людях, находящихся в трудной жизненной ситуации;

- формирование солидарности и чувства социальной ответственности по отношению к людям с ограниченными возможностями здоровья, преодоление психологических барьеров по отношению к людям с ограниченными возможностями;

- формирование эмоционально насыщенного и духовно возвышенного отношения к миру, способности и умения передавать другим свой эстетический опыт.

Культурно-просветительское воспитание:

- формирование эстетической картины мира;

- формирование уважения к культурным ценностям родного города, края, страны;

- повышение познавательной активности обучающихся.

Научно-образовательное воспитание:

- формирование у обучающихся научного мировоззрения;
- формирование умения получать знания;
- формирование навыков анализа и синтеза информации, в том числе в профессиональной области.

Вносимые изменения и утверждения на новый учебный год

№ п/п	№ раздела внесения изменений	Дата внесения изменений	Содержание изменений	«Согласовано» Зав. каф. реализующей дисциплину	«Согласовано» председатель УМК института (факультета), в состав которого входит выпускающая
1	2	3	4	5	6
1					
2					
3					

*Приложение к рабочей
программе дисциплины*



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
КГЭУ «КАЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭНЕРГЕТИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «КГЭУ»)

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

по дисциплине

Б1.В.03 Продюсирование медиапроектов

Направление
подготовки

38.04.02 «Менеджмент»

Направленность

Продюсирование медиапроектов и гейм-дизайн

Квалификация
выпускника

магистр

г. Казань, 2026

Оценочные материалы по дисциплине, предназначены для оценивания результатов обучения на соответствие индикаторам достижения компетенций.

Оценивание результатов обучения по дисциплине осуществляется в рамках текущего контроля (ТК) и промежуточной аттестации, проводимых по балльно-рейтинговой системе (БРС).

1. Технологическая карта

Семестр _1_

Наименование раздела	Формы и вид контроля	Рейтинговые показатели							
		I текущий контроль	Дополнительные баллы к ТК1	II текущий контроль	Дополнительные	III текущий контроль	Дополнительные	Итого	Промежуточная аттестация
Раздел 1. Бизнес-модели медиапроектов в цифровой среде креативных индустрий	ТК1	15	0-15					15-30	15-30
Доклад, сообщение		10	0-15						
Кейс-задача		5							
Раздел 2. Разработка и дизайн цифрового медиапроекта	ТК2			15	0-15			15-30	15-30
Доклад, сообщение				10	0-15				
Кейс-задача				5					
Раздел 3. Управление проектом	ТК3					25	0-15	25-40	25-40
Доклад, сообщение						10	0-15		
Кейс-задача						5			
Промежуточная аттестация (зачет)	ОМ								0-45
Устный опрос									0-45

Семестр _2_

Наименование раздела	Формы и вид контроля	Рейтинговые показатели							
		I текущий контроль	Дополнительные баллы к ТК1	II текущий контроль	Дополнительные	III текущий контроль	Дополнительные	Итого	Промежуточная аттестация
Раздел 4. Продвижение медиапроекта в цифровой среде	ТК4	15	0-15					15-30	15-30

Доклад, сообщение		10							
Кейс-задача		5							
Раздел 5. Медиаизмерения , метрики и монетизация медиапроекта	ТК5			15	0-15			15-30	15-30
Доклад, сообщение				10					
Кейс-задача				5					
Раздел 6. Анализ успешности медиапроекта.	ТК6					25	0-15	25-40	25-40
Доклад, сообщение						10			
Кейс-задача						5			
Промежуточная аттестация (экзамен)	ОМ								0-45
Устный опрос									0-45

Семестр _2_

Наименование раздела	Формы и вид контроля	Рейтинговые показатели							Промежуточная аттестация
		I текущий контроль	Дополнительные баллы к ТК1	II текущий контроль	Дополнительные	III текущий контроль	Дополнительные	Итого	
Раздел 4. Продвижение медиапроекта в цифровой среде	ТК4	15	0-15					15-30	15-30
Доклад, сообщение		10							
Кейс-задача		5							
Раздел 5. Медиаизмерения , метрики и монетизация медиапроекта	ТК5			15	0-15			15-30	15-30
Доклад, сообщение				10					
Кейс-задача				5					
Раздел 6. Анализ успешности медиапроекта.	ТК6					25	0-15	25-40	25-40
Доклад, сообщение						10			
Кейс-задача						5			
Промежуточная аттестация (КП)	ОМ								0-45
Устный опрос									0-45

2. Оценочные материалы текущего контроля и промежуточной аттестации

Шкала оценки результатов обучения по дисциплине:

Код компетенции	Код индикатора достижения	Запланированные результаты обучения по дисциплине	Уровень сформированности компетенции (индикатора достижения компетенции)			
			Высокий	Средний	Ниже среднего	Низкий
			от 85 до 100	от 70 до 84	от 55 до 69	от 0 до 54
			Шкала оценивания			
			отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно
			зачтено			не зачтено

ПК – 1.	ПК 1.1.	Знать				
		способы составления графика реализации медиапроекта и производства медиапродукта (31)	На высоком уровне знает способы составления графика реализации медиапроекта и производства медиапродукта	На хорошем уровне знает способы составления графика реализации медиапроекта и производства медиапродукта	Не достаточно хорошо знает способы составления графика реализации медиапроекта и производства медиапродукта	Не знает способы составления графика реализации медиапроекта и производства медиапродукта
		Уметь				
		Отслеживать и внедрять на практике новые технологии в сфере медиапроизводства (У1)	На высоком уровне умеет отслеживать и внедрять на практике новые технологии в сфере медиапроизводства	На хорошем уровне умеет отслеживать и внедрять на практике новые технологии в сфере медиапроизводства	Не достаточно хорошо умеет отслеживать и внедрять на практике новые технологии в сфере медиапроизводства	Не умеет отслеживать и внедрять на практике новые технологии в сфере медиапроизводства
Владеть						
		Навыками отслеживания и внедрения на практике новых технологий в сфере медиапроизводства (В1)	На высоком уровне владеет навыками отслеживания и внедрения на практике новых технологий	На хорошем уровне владеет навыками отслеживания и внедрения на практике новых технологий в сфере	Не достаточно хорошо владеет навыками отслеживания и внедрения на практике новых технологий в сфере	Не владеет навыками отслеживания и внедрения на практике новых технологий в сфере медиапроизводства

			в сфере медиапроиз водства	сфере медиапроизв одства	медиапроизво дства	
ПК-3	ПК-3. 1	Знать				
		новые востребованные обществом и индустрией медиапродукты, медиаструктуры, медиапредприят ия и (или) медиапродукты (32)	На высоком уровне знает новые востребован ные обществом и индустрией медиапроду кты, медиаструк туры, медиапредп риятия и (или) медиапроду кты	На хорошем уровне знает новые востребован ные обществом и индустрией медиапродук ты, медиаструкт уры, медиапредпр иятия и (или) медиапродук ты	Не достаточно хорошо знает новые востребован ные обществом и индустрией медиапродук ты, медиаструктур ы, медиапредпри ятия и (или) медиапродукт ы	Не знает новые востребованные обществом и индустрией медиапродукты, медиаструктуры, медиапредприят ия и (или) медиапродукты
		Уметь				
		Осуществлять контроль за деятельностью медиапредприят ия, медиаструктуры или медиапроекта(У2)	На высоком уровне умеет Осуществля ть контроль за деятельност ью медиапредп риятия, медиаструк туры или медиапроект а	На хорошем уровне умеет Осуществлят ь контроль за деятельность ю медиапредпр иятия, медиаструкт уры или медиапроект а	Не достаточно хорошо умеет Осуществлять контроль за деятельностью медиапредпри ятия, медиаструктур ы или медиапроекта	Не умеет Осуществлять контроль за деятельностью медиапредприят ия, медиаструктуры или медиапроекта
		Владеть				
		навыками управления деятельностью медиапредприят ия, медиаструктуры или медиапроекта (В2)	На высоком уровне владеет навыками управления деятельност ью медиапредп риятия, медиаструк туры или медиапроект а (В1)	На хорошем уровне владеет навыками управления деятельность ю медиапредпр иятия, медиаструкт уры или медиапроект а (В1)	Не достаточно хорошо владеет навыками управления деятельностью медиапредпри ятия, медиаструктур ы или медиапроекта (В1)	Не владеет навыками управления деятельностью медиапредприят ия, медиаструктуры или медиапроекта (В1)
	ПК-3. 2	Знать				

	<p>Принципы определения и осуществления комплекса мероприятий, направленных на поддержку формирования корпоративной культуры медиапредприятия, медиаструктуры, медиапроекта (33)</p>	<p>На высоком уровне знает Принципы определения и осуществления комплекса мероприятий, направленных на поддержку формирования корпоративной культуры медиапредприятия, медиаструктуры, медиапроекта</p>	<p>На хорошем уровне знает Принципы определения и осуществления комплекса мероприятий, направленных на поддержку формирования корпоративной культуры медиапредприятия, медиаструктуры, медиапроекта</p>	<p>Не достаточно хорошо знает Принципы определения и осуществления комплекса мероприятий, направленных на поддержку формирования корпоративной культуры медиапредприятия, медиаструктуры, медиапроекта</p>	<p>Не знает Принципы определения и осуществления комплекса мероприятий, направленных на поддержку формирования корпоративной культуры медиапредприятия, медиаструктуры, медиапроекта</p>
Уметь					
	<p>Отслеживать и внедрять на практике комплекс мероприятий, направленных на поддержку формирования корпоративной культуры медиапредприятия, медиаструктуры, медиапроекта (У3)</p>	<p>На высоком уровне умеет Отслеживать и внедрять на практике комплекс мероприятий, направленных на поддержку формирования корпоративной культуры медиапредприятия, медиаструктуры, медиапроекта</p>	<p>На хорошем уровне умеет Отслеживать и внедрять на практике комплекс мероприятий, направленных на поддержку формирования корпоративной культуры медиапредприятия, медиаструктуры, медиапроекта</p>	<p>Не достаточно хорошо умеет Отслеживать и внедрять на практике комплекс мероприятий, направленных на поддержку формирования корпоративной культуры медиапредприятия, медиаструктуры, медиапроекта</p>	<p>Не умеет Отслеживать и внедрять на практике комплекс мероприятий, направленных на поддержку формирования корпоративной культуры медиапредприятия, медиаструктуры, медиапроекта</p>

		кта			
Владеть					
навыками отслеживания и внедрения на практике комплекса мероприятий, направленных на поддержку формирования корпоративной культуры медиапредприятия, медиаструктуры, медиапроекта (ВЗ)	На высоком уровне владеет навыками отслеживания и внедрения на практике комплекса мероприятий, направленных на поддержку формирования корпоративной культуры медиапредприятия, медиаструктуры, медиапроекта	На хорошем уровне владеет навыками отслеживания и внедрения на практике комплекса мероприятий, направленных на поддержку формирования корпоративной культуры медиапредприятия, медиаструктуры, медиапроекта	Не достаточно хорошо владеет навыками отслеживания и внедрения на практике комплекса мероприятий, направленных на поддержку формирования корпоративной культуры медиапредприятия, медиаструктуры, медиапроекта	Не владеет навыками отслеживания и внедрения на практике комплекса мероприятий, направленных на поддержку формирования корпоративной культуры медиапредприятия, медиаструктуры, медиапроекта	

Оценка **«отлично»** выставляется за решение задач и содержательные и корректные доклады;

Оценка **«хорошо»** выставляется за выборочное решение задач и относительно корректные доклады;

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется за относительно полное решение задач;

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется за слабое и неполное решение задач.

3. Перечень оценочных средств

Краткая характеристика оценочных средств, используемых при текущем контроле успеваемости обучающегося по дисциплине:

Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Оценочные материалы
Кейс-задача (КЗ)	Проблемное задание, в котором обучающемуся предлагают осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы	Задания для решения кейс-задачи

Доклад (Дкл), сообщение (Сбщ)	Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы	Темы докладов, сообщений
-------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------

4. Перечень контрольных заданий или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения дисциплины

Пример задания

Для текущего контроля ТК1:

Проверяемая компетенция: ПК-1.1(э), ПК-3.1(у), ПК-3.2(в)

Кейс-задачи

Практическое занятие №1. Анализ ЦА медиасреды креативных индустрий. Медиапотребление

Работая в группах, определенных на занятии, подготовьте анализ определенного СМИ: типологическая характеристика (ТВ, радио либо интернет-СМИ), неформальный портрет целевой аудитории, сравнение контента данного СМИ на разных платформах (в соцсетях, на сайте, в приложении). Оформите в документ *.doc, укажите соавторов и вышлите преподавателю.

Практическое занятие №2. Анализ конкурирующей среды. Медиапотребление молодежной аудитории

Подготовьте анализ одного из медиаканалов с точки зрения теории поколений. Охарактеризуйте медиапотребление каждого из поколений на сайте (бэби-бумеров, поколений X, Y, Z) с точки зрения а) предпочитаемых медианосителей, б) предпочитаемой тематики. Дополнительную информацию о поколениях см. в литературе. Разработайте рекомендации по большему вовлечению молодежной аудитории в медиаконтент.

Практическое занятие №3. Понятие бизнес-модели медиапроекта. Построение примитивной концепции. Основные формы организации телекомпании и других медиа. История и современное состояние медиаизмерений

Подготовьте письменное сообщение по исторической динамике медиаизмерений в России. Сравните результаты проекта Big TV Рейтинг и TV Index. Объем - 2 стр. Объем цитат (чужого текста) должен составлять не более 50% вашей работы.

Доклады, сообщения

1. Разработка идей
2. Формирование команд
3. Технология питчинга
4. Препродакшен
5. Написание сценария
6. Календарно-производственный план
7. Составление бюджета
8. Специфическая документация для выбранного формата
9. Промежуточный контроль документации.
10. Продакшн (промо-ролика, сцены или «пилота», в зависимости от специфики проекта)
11. Постпродакшн и презентация проекта

Для текущего контроля ТК2:

Проверяемая компетенция: ПК-1.1(у), ПК-3.1(в), ПК-3.2(э)

Кейс-задачи

Практическое занятие №4. Создание команды. Система государственного регулирования телевидения в России и за рубежом. Методики медиаизмерений

Проанализируйте отчет о рейтинге самых популярных передач на ПЕРВОМ КАНАЛЕ, воспользовавшись результатами измерения СМИ, выполненного маркетинговым информационным центром Mediascope. Какие показатели использовались в отчете и о чем они говорят? Какие выводы можно сделать, опираясь на эти данные?

Для работы воспользуйтесь следующим алгоритмом: 1. Войдите на сайт <http://mediascope.net>. 2. «Кликните» на пункте «Рейтинги СМИ». 3. Выберите «Телевидение», регион «Россия», неделя «1.10.2018 – 07.10.2018», тип «Программы-лидеры по жанрам». 4. Нажмите кнопку «Сформировать».

Практическое занятие №5. Идея и концепция проекта Технологии распространения телевизионного сигнала.

Найдите самостоятельно отчет о рейтинге информационно-аналитических телепередач и сделайте выводы.

Для работы воспользуйтесь следующим алгоритмом: 1. Войдите на сайт <http://mediascope.net>. 2. «Кликните» на пункте «Рейтинги СМИ». 3. Выберите «Телевидение», регион «Россия», неделя «1.10.2018 – 07.10.2018», тип «Программы-лидеры по жанрам», жанр «Информационно-аналитические передачи». 4. Нажмите кнопку «Сформировать».

Практическое занятие №6. Аналоговое, цифровое вещание.

Воспользовавшись любым каталогом прессы России, сформируйте список из самых популярных печатных периодических изданий в России, посвященных строительству.

1. Сколько периодических изданий в настоящее время освещает данную тему?
2. Сколько среди них иллюстрированных журналов?
3. Какие периодические издания имеют максимальный тираж?
4. Как полученная информация может использоваться в планировании выходов рекламы?

Доклады, сообщения

1. Каналы дистрибуции, более всего повлиявшие на генезис новых цифровых форматов.
 2. Ограничения мобильных устройств на новых журналистских форматах.
 3. Стратегии изданий, продвигающих свои материалы.
 4. Новые видеоформаты.
 5. Классификация медиаформатов на основе их производственной, посреднической и медиальной функции.
 6. Представление событий и возможности коммуникации (быстрые и медленные медиа, социальные медиа, пользовательский контент и др.)
 7. Признаки формата: 1) привязанность к целевой группе; 2) повторяемость; 3) ориентация на временные растры; 4) «обрамление» новостями (новостная лента, новости транслируются каждые полчаса или даже за пять минут до начала каждого часа и т.д.); 5) связанность со сложившимся каноном, имеющим повторяющийся характер; 6) наличие «программных» элементов (язык, манера поведения и т.п.) в рамках общей концепции издания, канала.
-

Для текущего контроля ТКЗ:

Проверяемая компетенция: ПК-1.1(в), ПК-3.1(э), ПК-3.2(у)

Кейс-задачи

Практическое занятие №7. Разработка бизнес-плана. Мультиплексы.

Проанализируйте информацию, представленную ниже. Выделите пять телеканалов, имеющих наиболее высокую долю аудитории. Можно ли сказать, что эти каналы имеют более высокий рейтинг? Обоснуйте свой ответ.

Сравните данные по доле аудитории телеканалов Первого, "Россия1", "Рен-ТВ" и ТНТ среди разных возрастных категорий с собственными данными каналов о возрастных параметрах своей аудитории. Если есть ли расхождения с данными таблицы, объясните это.

Среднесуточные доли аудитории телеканалов по России рассчитаны за период: 01.10.2018 - 07.10.2018г.).

Практическое занятие №8. Поиск внутренних и внешних партнеров / оценка категории экспертности.

Процесс организации информационного производства.

Расшифруйте данные таблицы (RTG – рейтинг, SHR – доля). Используя данные таблицы, определите, в какой временной промежуток радиостанция «Радио 101» наиболее популярна у автолюбителей. Какой временной интервал будет наиболее дорогой для рекламодателя?

Доклады, сообщения

1. Требования к контенту в печатных СМИ.
 2. Требования к контенту в электронных СМИ.
 3. Требования к контенту в социальных сетях и мессенджерах.
 4. Требования к контенту в приложениях.
 5. Основы адаптации контента для разных платформ.
 6. Определение технологии, способы использования.
 7. Виды ТВ-приложений.
 8. Инструменты анализа: Trendr.tv, Bluefin.
 9. Рекомендации по использованию технологии в маркетинге компании/продукта.
-

Для текущего контроля ТК4:

Проверяемая компетенция: ПК-1.1(з), ПК-3.1(у), ПК-3.2(в)

Кейс-задачи

Практическое занятие №9. Внутренний менеджмент в проекте. Редакционно-издательский маркетинг.

Рейтинг передачи телеканала «У» в субботу в 18:00 составляет 6% (Rating = 6%).

Доля телезрителей в этот момент составляет 25% (Share 25%).

Какова доля всех телезрителей в этот момент?

Практическое занятие №10. Разработка контент-плана, подготовка платформы Редакционно-издательский маркетинг.

Доля телезрителей в пятницу в 21:30 составляет 70% владельцев телевизоров (НУТ = 70%). Рейтинг телеканала «С» в это время 15% (Rating = 15%). Какова доля «С» в это время?

Практическое занятие №11. Изучение и исследование рынка потребителей, рынка СМИ и конкурентных изданий

В городе проживает 152 000 человек. Газету читает 13 000 человек. Телепередачу смотрят 47 000 человек.

Каковы рейтинги газеты и телепередачи?

Доклады, сообщения

1. Отличия технологии ОТТ от эфирного, кабельного, спутникового и IP-вещания.
 2. Крупнейшие сервисы ОТТ в России. Общая характеристика рынка.
 3. Сегменты структуры видеорынка ОТТ.
 4. Особенности просмотра на мировом рынке ОТТ-видеосервисов и роль UGC-контента
 5. Отличия видеосмотра по категориям устройств
 6. Жанровые предпочтения в области видеосмотра
 7. Роль UGC контента на ОТТ рынке
 8. Ключевые игроки мирового рынка ОТТ: Amazon, Netflix, Verizon, FiOS On Demand, Redbox Instant, Hulu, iTunes, Youtube.
 9. Использование ОТТ-сервисов в маркетинговой деятельности компаний.
-

Для текущего контроля ТК5:

Проверяемая компетенция: ПК-1.1(у), ПК-3.1(в), ПК-3.2(з)

Кейс-задачи

Практическое занятие №12. Определение ресурсов и мультимедийных инструментов проекта. Изучение и исследование рынка потребителей, рынка СМИ и конкурентных изданий

В городе проживает 152 000 человек. Из них мужчины в возрасте 25-40 лет составляют 9%. Согласно исследованиям, 4000 мужчин этого возраста смотрели телепередачу. Каков рейтинг передачи для мужчин этого возраста?

Практическое занятие №13. Предпроизводственная деятельность продюсера.

Рейтинг передачи составляет 12%. Доля передачи — 25%. Население города — 70 000 человек. Сколько всего людей смотрело телевизор во время выхода передачи?

Практическое занятие №14. Цифровой дизайн проекта / моушнвозможности. Сценарный период

Средний рейтинг телеканала 7%. 18% населения страны смотрели телевизор в рассматриваемый период времени. Какова доля телеканала в этот период времени?

Доклады, сообщения

1. VR/AR-технологии. История AR/VR
 2. Рынок виртуальной и дополненной реальности в мире и России.
 3. Использование технологии в играх;кино;спортивных трансляциях и шоу;социальных сетях;маркетинге.
 4. Интеграция традиционного контента в виртуальной реальностью.
 5. Российские и зарубежные кейсы.
 6. Возможности технологии для медиа.
 7. Создание виртуальных туров, обучающих, презентационных, рекламных приложений и игр
 8. Кейс «The New York Times».
 9. Использование технологии 360° в период освещения выборов президента США и последующих протестов.
 10. Контент данного формата в практике работы видеоагентств Reuters и Ruptly.
 11. Кейс National Geographic.
 12. «Революция 360» от телеканала RT.
-

Для текущего контроля ТК6:

Проверяемая компетенция: ПК-1.1(в), ПК-3.1(э), ПК-3.2(у)

Кейс-задачи

Практическое занятие №15. Финальные измерения и метрики проекта. Подготовительный, съемочный монтажный периоды.

Проанализируйте количественные и качественные показатели аудитории новостного медиа, выбрав один из счетчиков посещаемости, расположенный внизу страницы СМИ (варианты - в журнале). Сделайте выводы. Подготовьте сообщение на 5 минут.

На занятие обязательно принесите скриншоты страниц счетчика в jpg.

План анализа

1. Посещаемость в динамике (неделя, месяц), анализ подъемов и спадов
2. Поискные запросы аудитории
3. Устройства входа
4. Разрешения экрана
5. География аудитории
6. Длина сессии
7. Время, проведенное на ресурсе
8. Глубина просмотра
9. Ядро аудитории
10. Источники аудитории (прямые заходы, поиск, агрегаторы, соцсети и т.д.)

Практическое занятие №16. Презентация проекта. Организация выпуска телевизионного контента в эфир.

Проанализируйте используемые инструменты вовлеченности на страницах региональных СМИ. Оцените эффективность данных инструментов

- система комментирования
- подписки
- голосования
- викторины и розыгрыши
- возможности для отправки новостей читателями
- акции для читателей
- кнопки соцсетей, расположенные так, что пользователю удобно делиться материалами
- возможности регистрации
- предпочтения для постоянных «членов клуба»
- режиссура мультимедийных историй.

Доклады, сообщения

1. Цели и задачи размещения интерактивного контента.
 2. Виды, форматы интерактивного контента.
 3. Примеры интерактивного контента в практике редакций СМИ.
 4. Ситуация «игры с потребителем» в отечественном журнальном сегменте.
 5. Постоянное обновления возможностей «упаковки» контента качественного или массового типа.
 6. Социальные сети, игры, QR-коды как примеры реализации технологии.
 7. Технология создания подобного контента.
 8. Российские и зарубежные кейсы.
-

Для промежуточной аттестации:

Перечень вопросов для устного опроса:

1. Какие типы устройств применяются для потребления медиа? Кратко опишите специфику двух-трех из них.
2. Какие практики медиапотребления вы можете выделить? Как их следует группировать? Как эти группы влияют на форматы журналистских материалов?
3. Кратко охарактеризуйте технологические и форматные ограничения материала в современных цифровых медиа.

4. Расскажите о роли повестки в современных цифровых СМИ и инструментах, которые применяются для обозначения повестки. Приведите собственные примеры.
5. Опишите вызовы, с которыми сталкивается продюсер в адаптивном цифровом издании.
6. Как помогает оценка расстояния Левенштейна менеджерам цифрового издания?
7. Составьте форматный алфавит для любого издания (по выбору). Изучите особенности строения всех типов материалов издания, выясните, как один тип может переходить в другой или заменяться.
8. Назовите основные количественные метрики аудитории.
9. Назовите основные индикаторы качества поведения аудитории.
10. В чем выражается вовлеченность пользователя, чем она может быть увеличена?
11. Назовите основные типы источников аудитории для новостных СМИ, почему они должны быть диверсифицированы?
12. Каким образом пользователь участвует в дистрибуции новостей?
13. Почему трафик главных страниц у подавляющего большинства изданий падает, и в чем стратегическое значение этого феномена?
14. Из чего состоят расходы издания?
15. Из чего состоят доходы издания?
16. Объясните смысл формулы доходов издания.
17. Дайте характеристику любым двум компонентам формулы доходов. Что произойдет, если их изменить поодиночке? Вместе?
18. Назовите три сайта с paywall. К каким типам paywall они относятся?
19. Опишите вызовы, стоящие перед издателями, проводящими стратегию «mobile first» в отношении платного контента.
20. Классификация медиаформатов
21. Кроссплатформенный контент в медиакоммуникациях
22. Social TV
23. Развитие OTT-сервисов в России
24. Инновационные медиаформаты: виртуальная реальность
25. Инновационные медиаформаты: видео в формате 360°
26. Инновационные медиаформаты: интерактивный контент
27. Медиаформаты трансляции продуктов массовой (потребительской) культуры в журнальном сегменте
28. Новые медиаформаты трансляции качественного содержания в журнальных изданиях
29. Медиаформаты классической трансляции рекламных продуктов
30. Медиаформаты конвергентной трансляции рекламы

Темы курсовой работы:

1. «Разработка и продюсирование документального веб-сериала: от идеи до стриминга».
2. «Особенности продюсирования короткометражного игрового фильма для международных фестивалей».
3. «Специфика производства мультимедийного спецпроекта для интернет-СМИ».
4. «Продюсирование образовательного онлайн-курса: стратегия контента и маркетинга».
5. «Организация и продвижение подкаста: от концепции до монетизации».
6. «Стратегии продвижения медиапроекта в социальных сетях и мессенджерах».
7. «Продюсирование культурно-просветительского проекта (выставки/фестиваля)».
8. «Управление рисками при производстве независимого медиапроекта».
9. «Взаимодействие продюсера с экспертами и творческой командой при создании образовательного контента».
10. «Анализ современных форматов продюсирования цифрового контента».
11. «Особенности продюсирования театральных постановок в современной России».

12. Психологические методики оценки медиапотребления. Методика «Индивидуальный стиль медиапотребления».
13. Противоречия вокруг методов медиаизмерений в постсоветской России Дневниковые панели "Комкон" и Russian Research (1990-e) .
14. Методика телефонных интервью для измерений медиааудитории: плюсы и минусы.
15. Методы исследования аудитории печатных СМИ, телевидения, радио. Достоинства и недостатки разных методов.
16. Проект Mediascope WEB-Index: методика, результаты, лидеры рейтинга.
17. Проект Mediascope TV Index : методика, результаты, лидеры рейтинга.
18. Измерение собственной аудитории Первым каналом (см. Коломиец В.П., с.188-227)
19. Проект Mediascope Radio Index: методика, результаты, лидеры рейтинга
20. Проект Mediascope по измерению региональных каналов: TV Mosaic, Radio Mosaic: методика, результаты, лидеры рейтинга

Рецензия

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Продюсирование медиапроектов»

Содержание ОМ соответствует требованиям федерального государственного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» и учебному плану.

ОМ соответствует требованиям, предъявляемым к структуре, содержанию ОМ по дисциплине, а именно:

1 Перечень формируемых компетенций, которыми должен овладеть обучающийся в результате освоения дисциплины, соответствует ФГОС ВО и профстандарту, будущей профессиональной деятельности выпускника.

2 Показатели и критерии оценивания компетенций, а также шкалы оценивания обеспечивают возможность проведения всесторонней оценки результаты обучения, уровней сформированности компетенций.

3 Контрольные задания и иные материалы оценки результатов освоения разработаны на основе принципов оценивания: валидности, определённости, однозначности, надёжности, а также соответствуют требованиям к составу и взаимосвязи оценочных средств, полноте по количественному составу оценочных средств и позволяют объективно оценить результаты обучения, уровни сформированности компетенций.

4 Методические материалы ОМ содержат чётко сформулированные рекомендации по проведению процедуры оценивания результатов обучения и сформированности компетенций.

5. Направленность ОМ по дисциплине соответствует целям ОПОП ВО по направлению 38.04.02 «Менеджмент», профстандартам.

6. Объём ОМ соответствует учебному плану подготовки.

7. Качество ОМ в целом обеспечивают объективность и достоверность результатов при проведении оценивания с различными целями.

Заключение. На основании проведенной экспертизы можно сделать заключение, что ОМ по дисциплине соответствует требованиям ФГОС ВО, профессионального стандарта, современным требованиям рынка труда и рекомендуются для использования в учебном процессе.

Следует отметить, что созданы условия для максимального приближения системы оценки и контроля компетенций обучающихся к условиям их будущей профессиональной деятельности.

Рассмотрено на заседании учебно-методического совета ИЦТЭ
« 24 » 02 2026 г., протокол № 6

Председатель УМС _____ Р.Р. Зайнуллин
(подпись)

Рецензент:

24.02.2026г.

Аннотация к рабочей программе дисциплины Б1.В.03 Продюсирование медиапроектов

(заполняется в соответствии с учебным планом и рабочей программой дисциплины)

Направление подготовки: 38.04.02 Менеджмент

Направленность (профиль): Продюсирование медиапроектов и гейм-дизайн

Квалификация выпускника: магистр

Цель освоения дисциплины: познакомить слушателей с изменениями, связанными с дигитализацией общественной жизни, с технологическими тенденциями развития современных медиа, меняющимися бизнес-моделями, методологией создания новых СМИ, тенденциями мультимедиазации журналистики и влияния медиа на культурные и социальные практики.

Объем дисциплины: 6 (216 час.)

Семестр: 1, 2

Краткое содержание основных разделов дисциплины:

Раздел 1. Бизнес-модели медиапроектов в цифровой среде креативных индустрий

Тема 1.1. Анализ ЦА медиасреды креативных индустрий. Анализ конкурирующей среды

Тема 1.2. Понятие бизнес-модели медиапроекта. Построение примитивной концепции.

Раздел 2. Разработка и дизайн цифрового медиапроекта

Тема 2.1. Создание команды

Тема 2.2. Идея и концепция проекта

Раздел 3. Управление проектом

Тема 3.1. Разработка бизнес-плана

Тема 3.2. Поиск внутренних и внешних партнеров / оценка категории экспертности

Раздел 4. Продвижение медиапроекта в цифровой среде

Тема 4.1. Внутренний менеджмент в проекте

Тема 4.2. Разработка контент-плана, подготовка платформы

Раздел 5. Медиаизмерения , метрики и монетизация медиапроекта

Тема 5.1. Определение ресурсов и мультимедийных инструментов проекта

Тема 5.2. Цифровой дизайн проекта / мультимедийные возможности

Раздел 6. Анализ успешности медиапроекта.

Тема 6.1. Финальные измерения и метрики проекта

Тема 6.2. Презентация проекта

Форма промежуточной аттестации: зачет, КП, экзамен.