

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Таскаев Сергей Валерьевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 17.08.2026 11:57:39
Уникальный программный ключ:
04c19ed8bfb98f3b6cb77a486b9a8788b8322323



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра медиапроизводства

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Продюсирование» по направлению подготовки 42.03.01
Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в
различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1	стр. 1 из 23	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____
----------------------	--------------	------------------------	---------------

Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации

по дисциплине (модулю)

Продюсирование

Направление подготовки (специальность)

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль)

**Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах
деятельности**

Присваиваемая квалификация
бакалавр

Форма обучения
очная

Челябинск 2026 г.



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра медиапроизводства

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Продюсирование» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 1 из 21

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

42.03.01 Реклама и связи с общественностью, Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности, Продюсирование, очная

Фонд оценочных средств дисциплины (модуля) одобрен и рекомендован:

Проректор по учебной работе _____ утверждено 00.02.2026 А.А. Саламатов

Ученым советом факультета журналистики

Протокол заседания № 8 от 19.02.2026

Председатель Ученого совета

факультета журналистики

согласовано

Б.Н. Киршин

Заседанием кафедры теории медиа

Протокол заседания № 8 от 12.02.2026

Заведующий кафедрой

согласовано

С.А.Гладков

Автор (составитель)

С.А. Гладков

Структура фонда оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине соответствует приказу ректора ФГБОУ ВО «ЧелГУ» от 27.09.2022 г. № 573-1 «Об утверждении шаблонов документов».



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра медиапроизводства

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Продюсирование» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 2 из 23

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

Содержание

1. Паспорт фонда оценочных средств.
2. Перечень формируемых компетенций:
 - 2.1. компетенции, закрепленные за дисциплиной.
3. Содержание оценочных средств по дисциплине:
 - 3.1. виды оценочных средств;
 - 3.2. содержание оценочных средств.
4. Порядок проведения и критерии оценивания промежуточной аттестации:
 - 4.1. порядок проведения промежуточной аттестации;
 - 4.2. критерии оценивания промежуточной аттестации по видам оценочных средств;
 - 4.3. результаты промежуточной аттестации и уровни сформированности компетенций.



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра медиапроизводства

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Продюсирование» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 3 из 23

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности»

Дисциплина: Продюсирование

Семестр (семестры) изучения: 7

Форма (формы) промежуточной аттестации: экзамен

2. ПЕРЕЧЕНЬ ФОРМИРУЕМЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ

2.1. Компетенции, закреплённые за дисциплиной

Изучение дисциплины «Продюсирование» направлено на формирование следующих компетенций:

Коды компетенции (по ФГОС)	Содержание компетенций согласно ФГОС	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
1	2	3
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	Знать: Для достижения УК-2.1.: Знать теоретические основы принятия решений в сфере управления проектами. Уметь: Для достижения УК-2.1.: Уметь работать с теоретическими основами принятия решений в сфере управления проектами Владеть: Для достижения УК-2.1.: Владеть навыками использования теоретических основ принятия решений в сфере управления проектами Знать: Для достижения УК-2.2.: Знать правила выявления и анализа различных способов решения задач в рамках цели проекта и аргументации их выбора. Уметь: Для достижения УК-2.2.: Уметь выявлять и анализировать различные



Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Продюсирование» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 4 из 23

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

		способы решения задач в рамках цели проекта и аргументировать их выбор. Владеть: Для достижения УК-2.2.: Владеть навыками выявления и анализа различных способов решения задач в рамках цели проекта и аргументации их выбора. Знать: Для достижения УК-2.3.: Знать особенности проектирования решения конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений. Уметь: Для достижения УК-2.3.: Уметь проектировать решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений Владеть: Для достижения УК-2.3.: Владеть навыками проектирования решения конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений.
ПК-2:	Способен реализовать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	Знать: Для достижения ПК-2.1.: Знать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью Уметь: Для достижения ПК-2.1.: Уметь отбирать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью Владеть: Для достижения ПК-2.1.: Владеть навыками применения типовых алгоритмов в проектах и кампаниях в сфере рекламы и связей с общественностью



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра медиапроизводства

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Продюсирование» по направлению подготовки 42.03.01
Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в
различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 5 из 23

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

		Знать: Для достижения ПК-2.2.: Знать основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью Уметь: Для достижения ПК-2.2.: Уметь применять основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью Владеть: Для достижения ПК-2.2.: Владеет навыками подготовки основных документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью Знать: Для достижения ПК-2.3.: Знать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта Уметь: Для достижения ПК-2.3.: Уметь отбирать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта Владеть: Для достижения ПК-2.3.: Владеть навыками использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта
УК-9:	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	Знать Для достижения УК-9.1: Знать базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике Уметь Для достижения УК-9.1: Уметь объяснять базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра медиапроизводства

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Продюсирование» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 6 из 23

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

		участия государства в экономике Владеть Для достижения УК-9.1: Владеть навыками применения базовых принципов функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике Знать: Для достижения УК-9.2: Знать методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей Уметь: Для достижения УК-9.2: Уметь применять финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом) Владеть: Для достижения УК-9.2: Владеть навыками контроля собственных экономических и финансовых рисков
--	--	--

3. СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

3.1 Виды оценочных средств

№ п/п	Код компетенции/ планируемые результаты обучения	Контролируемые темы/ разделы	Наименование оценочного средства для текущего контроля	Наименование оценочного средства на промежуточной аттестации/№ задания
1	Знать: Для достижения УК-2.1.: Знать теоретические основы принятия решений в сфере управления проектами. Уметь:	1. О продюсировании в отечественной индустрии масс-медиа /Лек/ 2. Проект как	Типовые контрольные задания или иные материалы	Вопросы к экзамену



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра медиапроизводства

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Продюсирование» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 7 из 23

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

Для достижения УК-2.1.: Уметь работать с теоретическими основами принятия решений в сфере управления проектами Владеть: Для достижения УК-2.1.: Владеть навыками использования теоретических основ принятия решений в сфере управления проектами Знать: Для достижения УК-2.2.: Знать правила выявления и анализа различных способов решения задач в рамках цели проекта и аргументации их выбора. Уметь: Для достижения УК-2.2.: Уметь выявлять и анализировать различные способы решения задач в рамках цели проекта и аргументировать их выбор. Владеть: Для достижения УК-2.2.: Владеть навыками выявления и анализа различных способов	основа продюсерской деятельности. Классификация телепроектов/Лек/ 3. Формат теле-радиопроекта и телеканала, радиостанции /Лек 4. Менеджмент в продюсировании аудиовизуальных проектов/Лек/ 5. Маркетинговая среда. Основные исследовательские инструменты продюсера/Лек/ 6. О телевизионной аудитории /Лек/		
--	--	--	--



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра медиапроизводства

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Продюсирование» по направлению подготовки 42.03.01
Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в
различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 8 из 23

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

решения задач в рамках
цели проекта и
аргументации их
выбора.

Знать:

Для достижения УК-
2.3.:

Знать особенности
проектирования
решения конкретной
задачи проекта,
выбирая оптимальный
способ ее решения,
исходя из действующих
правовых норм и
имеющихся ресурсов и
ограничений.

Уметь:

Для достижения УК-
2.3.:

Уметь проектировать
решение конкретной
задачи проекта,
выбирая оптимальный
способ ее решения,
исходя из действующих
правовых норм и
имеющихся ресурсов и
ограничений

Владеть:

Для достижения УК-
2.3.:

Владеть навыками
проектирования
решения конкретной
задачи проекта,
выбирая оптимальный
способ ее решения,
исходя из действующих
правовых норм и
имеющихся ресурсов и
ограничений.



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра медиапроизводства

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Продюсирование» по направлению подготовки 42.03.01
Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в
различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 9 из 23

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

2	Знать: Для достижения ПК-2.1.: Знать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью Уметь: Для достижения ПК-2.1.: Уметь отбирать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью Владеть: Для достижения ПК-2.1.: Владеть навыками применения типовых алгоритмов в проектах и кампаниях в сфере рекламы и связей с общественностью Знать: Для достижения ПК-2.2.: Знать основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью Уметь: Для достижения ПК-2.2.: Уметь применять основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей	7. О продюсировании в отечественной индустрии масс-медиа /Пр/ 8. Проект как основа продюсерской деятельности. Классификация телепроектов/Пр/ 9. Формат теле-радиопроекта и телеканала, радиостанции /Пр/ 10. Источники финансирования аудиовизуальных проектов Менеджмент в продюсировании аудиовизуальных проектов /Пр/ 11. Маркетинговая среда. Основные исследовательские инструменты продюсера/Пр/ 12. О телевизионной аудитории /ИКР/	Типовые контрольные задания или иные материалы	Вопросы экзамену	к
---	---	---	--	------------------	---



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра медиапроизводства

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Продюсирование» по направлению подготовки 42.03.01
Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в
различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 10 из 23

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

с общественностью
Владеть:
Для достижения ПК-
2.2.:
Владеет навыками
подготовки основных
документов по
сопровождению
проекта в сфере
рекламы и (или) связей
с общественностью
Знать:
Для достижения ПК-
2.3.:
Знать результаты
исследований для
планирования
рекламной или PR-
кампании при создании
коммуникационного
продукта
Уметь:
Для достижения ПК-
2.3.:
Уметь отбирать
результаты
исследований для
планирования
рекламной или PR-
кампании при создании
коммуникационного
продукта
Владеть:
Для достижения ПК-
2.3.:
Владеть навыками
использования
результатов
исследований для
планирования
рекламной или PR-
кампании при создании



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра медиапроизводства

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Продюсирование» по направлению подготовки 42.03.01
Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в
различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 11 из 23

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

	коммуникационного продукта			
3	УК-9: Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности Знать Для достижения УК-9.1: Знать базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике Уметь Для достижения УК-9.1: Уметь объяснять базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике Владеть Для достижения УК-9.1: Владеть навыками применения базовых принципов функционирования экономики и экономического	1. Ценообразова ние, позиционирование и продвижение телевизионных проектов/Пр/ 2. Продюсер – ключевая фигура отечественного медиабизнеса /Ср/ 3. Проект как план и как вид аудиовизуального произведения /Ср/ 4. Типы проектирования аудиовизуального продукта /Ср/ 5. Роль формата в создании продюсерских теле- и радиопроектов /Ср/ 6. Финансирован ие аудиовизуальных проектов как важная часть деятельности продюсеров /Ср/	Типовые контрольные задания или иные материалы	Вопросы экзамену к



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра медиапроизводства

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Продюсирование» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 12 из 23

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

развития, цели и формы участия государства в экономике Знать: Для достижения УК-9.2: Знать методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей Уметь: Для достижения УК-9.2: Уметь применять финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом) Владеть: Для достижения УК-9.2: Владеть навыками контроля собственных экономических и финансовых рисков				
---	--	--	--	--

Типовые задания, критерии и показатели оценивания в рамках текущего контроля представлены в рабочей программе дисциплины (модуля). Полные комплекты оценочных средств и контрольно-измерительных материалов хранятся на кафедре.

3.2 Содержание оценочных средств

Типовые контрольные задания или иные материалы

1. Творческие задания

1. Опыт успешных отечественных телепродюсеров. Презентация с использованием возможностей сервиса Tilda.



2. Историографическая карта развития отечественного продюсерского кино, радио и телевидения в соответствии с основными периодами развития. Обозначить и раскрыть ключевые точки роста, конкретизируя вклад отдельных продюсеров и событий в становление отечественного медиабизнеса. При подготовке использовать инфографику.

3. Форматы отечественных теле- и радио каналов и соответствующих каналам теле- и радиопередач (программ, проектов). Обобщить в таблицы. При подготовке использовать инфографику.

4. Теле- и радиопроекты Свердловской области. Выявить источники их финансирования. Рассчитать поступления от проекта на телеканал/ радиостанцию на основе действующих расценок.

5. Творческие специалисты теле-, радиопроекта. Подобрать на основе анализа открытых источников УРФО и систематизировать резюме и вакансии творческих специалистов, востребованных в деятельности продюсера аудиовизуальных проектов. Проанализировать соотношение имеющейся и требуемой квалификации, зарплатных предложений для различных специалистов. Обобщить результаты анализа в таблицу.

6. Маркетинг в медиаиндустрии: основные инструменты. На основе анализа программных сеток телеканалов/ радиостанций Свердловской области сформулировать рекомендации по использованию стратегий роста И. Ансоффа для различных телеканалов/радиостанций, отдельных теле-, радио проектов.

7. О телевизионной аудитории. Предложить графическую модель профиля аудитории ГТРК-Урал и Геометрия ТВ на основе поведенческого принципа сегментации.

8. Концепция теле-, радио проекта. Изучение и анализ концепций, тем проектов разных жанров и форматов медиаиндустрии Свердловской области. На основе сравнительного анализа конкретизировать конкурентные преимущества собственной идеи проекта.

Вариация ответа:

Концепция теле-/радиопроекта для Свердловской области

1. Анализ текущей медиаситуации в регионе

Перед созданием нового проекта необходимо понять медиаландшафт Свердловской области. На рынке доминируют:



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра медиапроизводства

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Продюсирование» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 14 из 23

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

Информационные программы ("Вести-Урал", новости на "4 канале") - классический формат с официальной повесткой

Публицистические проекты ("Главная тема" на ОТВ) - обсуждение политики и социальных проблем

Развлекательный контент - утренние шоу на радио, музыкальные программы

Краеведческие программы - обращены к истории региона

Выявленные проблемы:

Преобладание официальной информации и политизированного контента

Нехватка современных просветительских проектов

Слабый охват аудитории 25-45 лет

2. Концепция нового проекта

Название: "УРАЛ CODE"

Формат: Еженедельное ток-шоу (25-30 минут) с параллельным выпуском подкаста

Основная идея: Исследование феномена "уральского характера" через истории современных достижений. Мы показываем Урал как территорию инноваций, а уральцев - как созидателей нового.

Целевая аудитория: Активные жители региона 28-45 лет, интересующиеся наукой, технологиями, культурой и саморазвитием.

Структура выпуска:

"Алгоритм" - видеовизитка героя и его проекта



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра медиапроизводства

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Продюсирование» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 15 из 23

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

"Исходный код" - интервью о личном пути и мотивации

"Бета-тест" - интерактив с аудиторией

"Хэштег" - ключевая цитата-итог

3. Конкурентные преимущества

Уникальность формата:

Фокус на современных достижениях вместо исторической тематики

Сочетание просветительского содержания с развлекательной подачей

Кросс-платформенность (ТВ + подкаст + цифровые платформы)

Отличия от существующих проектов:

В отличие от политических ток-шоу, мы говорим о возможностях развития. В отличие от краеведческих программ - о современности. В отличие от развлекательных проектов - о содержательных темах.

Рыночные преимущества:

Привлекательность для рекламодателей (целевая аудитория 28-45 лет)

Потенциал для распространения на федеральных платформах

Возможность создания сообщества вокруг проекта

Проект "УРАЛ CODE" заполняет важную нишу на медиарынке региона, предлагая качественный контент о современных достижениях уральцев и формируя новый образ региона как территории инноваций и возможностей.



2. Групповые задания

*1. Маркетинговая среда. Основные исследовательские инструменты продюсера. Сделать SWOT-анализ теле- или радиопроектов масс-медиа Свердловской области.

Вариация ответа:

Цель: Провести стратегический анализ конкурентоспособности выбранного теле- или радиопроекта Свердловской области.

Пример для анализа: Утреннее шоу «Подъем!» на гипотетической радиостанции «Урал-ФМ».

Методология:

Выбор объекта: Выберите реально существующий или недавно запущенный проект.

Сбор данных: Используйте открытые источники — отзывы в соцсетях, данные о рейтингах (если доступны), медиа-киты станции, анализ контента.

Заполнение матрицы SWOT:

SWOT-анализ утреннего шоу «Подъем!» (радио «Урал-ФМ»):

S (Strengths) — Сильные стороны:

Узнаваемые и харизматичные ведущие.

Высокий уровень интерактивности (конкурсы, голосования, прямые эфиры в соцсетях).

Удачное эфирное время (утренний прайм).

Сильный бренд радиостанции.

W (Weaknesses) — Слабые стороны:



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра медиапроизводства

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Продюсирование» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 17 из 23

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

Предсказуемость рубрик, «приелся» формат.

Слабый гостевой пул (часто приглашают одних и тех же местных знаменитостей).

Техническое качество подкаст-версии ниже среднего.

О (Opportunities) — Возможности:

Партнерство с крупными городскими событиями (фестивали, концерты) для проведения прямых эфиров на площадках.

Создание уникального видеоконтента для YouTube и Telegram-канала (блоги ведущих, закулисы).

Расширение тематики: добавить рубрики о кино, технологиях, психологии для привлечения более широкой аудитории.

Т (Threats) — Угрозы:

Жесткая конкуренция с утренними шоу федеральных радиостанций («Европа Плюс», «Русское Радио»).

Падение интереса к линейному радио среди молодежи (миграция в стриминги и подкасты).

Снижение рекламных бюджетов локальных компаний.

Итог: На основе анализа сформулируйте стратегические рекомендации для продюсера проекта (например: «Разработать новую рубрику с видеовключениями для привлечения молодежи» или «Улучшить качество подкастов для конкуренции со стримингами»).

*2. Разработка бизнес-плана телепроекта.



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра медиапроизводства

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Продюсирование» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 18 из 23

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

Сделать проект расходов на предварительном, подготовительном, производственном этапах создания учебного теле- или радиопрокта.

***3. Стратегии продаж и продвижения теле- или радиопрокта.**

Подготовить проект продвижения и продаж учебного аудиовизуального продукта.

Вопросы к экзамену

1. Осуществление организационно-финансового и идейно-художественного руководства производством кино- и телевизионных программ.

Вариация ответа:

Осуществление организационно-финансового и идейно-художественного руководства производством кино- и телевизионных программ

Это комплексный процесс, который требует от продюсера сочетания творческого vision и менеджерской компетенции. Рассмотрим две ключевые составляющие:

1. Организационно-финансовое руководство

Это практическая и административная основа производства, включающая:

Организационная составляющая:

Формирование команды: Подбор режиссера, сценариста, оператора, актеров и технического персонала

Составление производственного графика: Детальное планирование всех этапов (подготовительный, съемочный, монтажный)

Организация съемочного процесса: Обеспечение работы съемочной группы, бронирование локаций, согласование разрешений



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра медиапроизводства

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Продюсирование» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 19 из 23

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

Контроль соблюдения сроков: Оперативное решение возникающих проблем и корректировка графика

Юридическое сопровождение: Оформление договоров, прав на интеллектуальную собственность, лицензий

Финансовая составляющая:

Разработка бюджета: Детальный расчет всех статей расходов - от зарплат до постпродакшна

Привлечение финансирования: Поиск инвесторов, партнеров, получение грантов

Контроль расходов: Ежедневный мониторинг исполнения бюджета, оптимизация затрат

Финансовое планирование: Распределение средств между этапами производства

Окупаемость проекта: Разработка стратегии монетизации и дистрибуции

2. Идеино-художественное руководство

Это творческая составляющая, определяющая качество и уникальность контента:

Идейная составляющая:

Разработка концепции: Создание основной идеи проекта, его уникального послания

Формирование креативной команды: Подбор сценаристов и режиссеров, способных реализовать замысел



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра медиапроизводства

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Продюсирование» по направлению подготовки 42.03.01
Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в
различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 20 из 23

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

Утверждение сценария: Контроль соответствия сценария
первоначальной концепции

Сохранение авторского замысла: Обеспечение единства
художественного высказывания на всех этапах

Художественная составляющая:

Создание визуальной концепции: Утверждение операторского
решения, работы художников-постановщиков

Кастинг актеров: Участие в подборе актеров, соответствующих
художественному замыслу

Контроль качества: Оценка монтажа, звукового оформления,
визуальных эффектов

Формирование уникального стиля: Создание узнаваемого визуального
языка проекта

Синтез двух подходов

Успешный продюсер должен находить баланс между:

Творческими амбициями и бюджетными ограничениями

Художественной целостностью и коммерческой целесообразностью

Авторским видением и зрительскими ожиданиями

Ключевые компетенции продюсера:

Стратегическое мышление и умение принимать решения

Коммуникативные навыки для работы с творческими людьми

Понимание рынка и зрительских предпочтений



Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Продюсирование» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 21 из 23

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

Способность совмещать творческие и коммерческие задачи

2. Анализ PR-кампании конкретного проекта;
3. Роль кастинга в успехе проекта (на примере одного проекта);
4. Особенности работы продюсера с заказчиком;
5. Продюсирование и постановка шоу-программ;
6. Социально-культурный проект: сущность, специфика, история;
7. Продюсирование как особый вид деятельности менеджера скд;
8. Продюсирование социально-культурных проектов в учреждениях культуры
9. Продюсирование в сфере исполнительских искусств.
10. Продюсирование интернет проектов.
11. Продюсирование в шоу-бизнесе.
12. Продюсирование социально-культурных проектов.
13. Краудфандинг: исторические аспекты и современные технологии
14. Селебрити-маркетинг как новый подход в финансировании проекта.
15. Продакт-плейсмент как инструмент продюсерской деятельности.
16. Взаимодействие культуры и бизнеса: креативные подходы в спонсоринге.
17. Риски в продюсерской деятельности, их последствия и способы защиты от них.
18. Нарушение и защита авторских прав в продюсерских проектах.
19. Работа продюсера с селебрити.
20. Продакт-плейсмент как инструмент продвижения проекта.
21. Мировой опыт продюсирования фестивалей.

4. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

4.1. Порядок проведения промежуточной аттестации

Экзамен по дисциплине в 7 семестре выставляется по итогам работы студента в семестре (текущая успеваемость) и результатам собеседования на зачете.



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра медиапроизводства

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Продюсирование» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 22 из 23

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

4.2. Критерии оценивания промежуточной аттестации по видам оценочных средств.

4.2.1 Критерии оценивания творческих заданий

Отлично (зачтено)	Хорошо (зачтено)	Удовлетворительно (зачтено)	Неудовлетворительно (зачтено)
<i>Высокий уровень освоения проверяемых компетенций</i>	<i>Средний уровень освоения проверяемых компетенций</i>	<i>Базовый уровень освоения проверяемых компетенций</i>	<i>Недостаточный уровень освоения проверяемых компетенций</i>
Задание выполнено в полном объеме; пояснение не содержит ошибок.	Задание выполнено в полном объеме; пояснение содержит 2–3 негрубые ошибки	Задание выполнено не в полном объеме ИЛИ пояснение содержит грубые ошибки.	Задание выполнено в полном объеме; пояснение содержит большое количество ошибок.

4.3. Результаты промежуточной аттестации и уровни сформированности компетенций

При подведении итогов учитываются результаты текущей аттестации.

При подведении итогов учитываются результаты текущей аттестации. Полученные за текущую аттестацию баллы суммируются с баллами, полученными за каждый этап при прохождении промежуточной аттестации:

0-49 баллов - неудовлетворительно (2) / незачет;

50-69 баллов - удовлетворительно (3) / зачет;

70-90 баллов - хорошо (4) / зачет;

91-100 баллов - отлично (5) / зачет.

Особенности проведения процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья обозначены в рабочей программе дисциплины (модуля).

Уровни сформированности компетенций определяется следующим образом:

1. *Низкий уровень* соответствует оценке неудовлетворительно.



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра медиапроизводства

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Продюсирование» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 23 из 23

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

2. *Базовый уровень* соответствует оценке удовлетворительно. Он предполагает формирование компетенций на начальном уровне: знание основных положений дисциплины.

3. *Средний уровень* соответствует оценке хорошо:

☐ предполагает формирование компетенций на более высоком уровне: формируются комплексное знание содержания дисциплины, умение сбора, анализа информации, необходимой для использования информационных технологий в научно-исследовательской работе;

☐ студент способен давать развернутые ответы на теоретические вопросы дисциплины на уровне не ниже оценки «удовлетворительно».

4. *Высокий уровень* сформированности компетенций соответствует оценке отлично:

☐ предполагает формирование компетенций на высоком уровне, готовность к самостоятельной профессиональной деятельности;

☐ студент способен аргументировать собственную точку зрения по дискуссионным вопросам дисциплины, решать ситуационные задачи, критически оценивать информацию, формулировать собственные выводы.