

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Юров Сергей Серафимович Автономная некоммерческая организация высшего образования

Должность: ректор

Дата подписания: 07.04.2026 16:38:59

Уникальный программный ключ:

3cba11a39f7f7fad578ee5ed1f72a427b45709d10da52f2f114bf9bf44b8f14

**“ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА”**

ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ



УТВЕРЖДАЮ

Ректор

 С.С. Юров

«04» февраля 2025 г.

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

### Б1.В.12.03 «ПРОДЮСИРОВАНИЕ. ИНДУСТРИЯ ГЕЙМДЕВ»

**Для направления подготовки:**

42.03.05 Медиакоммуникации

(уровень бакалавриата)

**Тип задач профессиональной деятельности:**

*организационный*

**Направленность (профиль):**

«Продюсирование мультимедиа проектов»

**Форма обучения:**

очная

Москва – 2025

Разработчик: Духонина Анна Евгеньевна, руководитель профиля «Продюсирование мультимедиа проектов» АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»

«20» января 2025 г.




/Духонина А.Е./

Рабочая программа разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО 42.03.05 Медиакоммуникации (уровень бакалавриата), утв. Приказом Министерства образования и науки РФ № 527 от 08.06.2017 г.

СОГЛАСОВАНО:

Декан факультета



/Н.Е. Козырева /

«22» января 2025 г.

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цель:** формирование у обучающихся системы знаний и умений в области продюсирования в индустрии геймдев.

### Задачи:

- изучение теоретических основ дисциплины;
- обучение практическим навыкам применения системы знаний и умений в области индустрии геймдев.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

### 2.1. Место дисциплины в учебном плане:

**Блок:** Блок 1. Дисциплины (модули).

**Часть:** Часть, формируемая участниками образовательных отношений.

**Осваивается:** 6 семестр.

## 3. КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**ПК-2** - Способен планировать и организовывать финансирование и производственный процесс создания нового продукта (медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов)

## 4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ОБУЧАЮЩИМСЯ

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения
<b>ПК-2</b> - Способен планировать и организовывать финансирование и производственный процесс создания нового продукта (медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов)	<b>ПК-2.1-</b> Составляет план, оценивает творческую и техническую составляющую проекта, подбирает ресурсы, разрабатывает график выполнения работ	<b>Знает:</b> методы планирования и организации производства <b>Умеет:</b> определять постановочную сложность, стоимость и источники ресурсного обеспечения создания и реализации нового продукта <b>Владеет:</b> навыком планирования производственной деятельности по созданию медиапродукта.
	<b>ПК-2.2-</b> Обосновывает целесообразность создания продукта, его идейно-художественное значение, окупаемость и прибыльность, привлекает	<b>Знает:</b> принципы творческо-постановочного и технологического процессов подготовки и создания медиапрограмм <b>Умеет:</b> производить расчет затрат и ожидаемых результатов от создания продукта, обосновывать целесообразность производства медиапродукта. <b>Владеет:</b> методикой экспертного анализа, методами оценки рисков, навыком эффективной презентации

	инвесторов	
	<b>ПК-2.3-</b> Осуществляет подбор и расстановку кадров, координирует и контролирует деятельность основного и вспомогательного состава рабочей группы для выполнения комплекса работ на протяжении всего производственного процесса	<b>Знает:</b> методы эффективного менеджмента, процессный подход к управлению <b>Умеет:</b> определять необходимое для реализации проекта оборудование, программное обеспечение и трудозатраты, выстраивать эффективную коммуникацию, использовать методы стимулирования, мотивации и контроля <b>Владеет:</b> навыком управления персоналом на протяжении всего производственного процесса

## 5. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ВИДОВ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ ПО СЕМЕСТРАМ

Общая трудоемкость дисциплины «Продюсирование. Индустрия геймдев» для студентов очной формы обучения, реализуемой в АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» по направлению подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации составляет: 4 зачетные единицы (144 часа).

Вид учебной работы	Всего число часов и (или) зачетных единиц
<b>Аудиторные занятия</b>	72
<i>в том числе:</i>	
Лекции	36
Практические занятия	36
Лабораторные работы	-
<b>Самостоятельная работа</b>	45
<i>в том числе:</i>	
часы на выполнение КР / КП	-
<b>Промежуточная аттестация:</b>	
Вид	Экзамен – 6 семестр
Трудоемкость (час.)	27
<b>Общая трудоемкость з.е. / часов</b>	4 з.е. / 144 час.

## 6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2		Количество часов			
№	Наименование				
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самост. работа (в т.ч. КР / КП)
1	Игровая индустрия как отрасль в России	2	2	-	2
2	Типология игр и тренды	2	2	-	2
3	Player Journey Map и геймплей	2	2	-	2
4	Дорожная карта разработки	2	2	-	3
5	Бюджетирование игрового проекта	4	4	-	4
6	Практикум по работе над сметами	4	4	-	4
7	Нишевость: Инди против AAA	2	2	-	3
8	Маркетинг и PR игры	2	2	-	3
9	Разбор маркетинговых стратегий	2	2	-	3
10	Рабочие документы, ГДД и Таск-трекеры	2	2	-	3
11	Проектная команда	2	2	-	3
12	Работа продюсера со службами	2	2	-	3
13	Полишинг продукта	2	2	-	3
14	Самый важный день	2	2	-	3
15	Метрики и оценка успеха	4	4	-	4
Итого (часов)		36	36	-	45
<b>Форма контроля:</b>		<i>экзамен</i>			27
<b>Всего по дисциплине:</b>		144 / 4 з.е.			

### СОДЕРЖАНИЕ ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1: Игровая индустрия как отрасль в России

Структура рынка: PC, Mobile, Console. Терминология (GDD, MVP, Vertical Slice).

Карьерный путь: от QA до Продюсера/СЕО. Особенности экосистемы в РФ: переток кадров, новые издатели и площадки (VK Play).

Тема 2: Типология игр и тренды

Классификация по моделям монетизации (B2P, F2P, подписки). Тренды: возвращение к сингл-плеерным играм, фокус на инди, использование AI в продакшене.

Грантовая поддержка в РФ (ИРИ) как аналог тендерных процедур.

Тема 3: Player Journey Map и геймплей

Определение и цели пути игрока (от рекламы до финала). Как управлять эмоциями через кривую сложности.

Тема 4: Дорожная карта разработки

Этапы: Concept -> Pre-production -> Production -> Testing -> Release -> Live Ops.

Жизненный цикл игры. Документооборот: работа с юристами (IP, авторское право в РФ) и бухгалтерией.

Тема 5: Бюджетирование игрового проекта  
Инструменты составления сметы (Excel, рейтинги специалистов в РФ). Понятие Burn Rate.  
Отличие внутреннего бюджета от бюджета для инвестора. Расчет маржинальности и окупаемости.

Тема 6: Практикум по работе над сметами  
Подробный разбор смет прототипа. Ответы на вопросы по экономике проекта.

Тема 7: Нишевость: Инди против AAA  
Специфика работы маленьких команд и крупных студий. Издание игр в Китае и на Западе через прокси-компании. Мерч и сувенирная продукция: как инструмент комьюнити-менеджмента.

Тема 8: Маркетинг и PR игры  
Каналы коммуникаций: Steam, соцсети, инфлюенсеры. Партнерство и спонсорство: как привлечь бренды в игру. Разбор успешных кейсов маркетинга в РФ.  
Привлечение известных актеров для озвучания .

Тема 9: Разбор маркетинговых стратегий.  
Разбор представленных маркетинговых стратегий.

Тема 10: Рабочие документы, ГДД и Таск-трекеры  
Технический сценарий и дизайн-документ (GDD). Планирование спринтов, работа в Jira/Asana. График записи озвучки и захвата движений (MoCap).

Тема 11: Проектная команда  
Формирование эффективной команды разработки и мотивация персонала.  
Ответственность продюсера: юридические риски и законы, которые нельзя игнорировать.

Тема 12: Работа продюсера со службами  
Работа со сценаристами и нарративными дизайнерами. Постановка ТЗ художникам и программистам. Выбор аутсорс-партнеров (арт-студии, локализация). Контроль качества (QA).

Тема 13: Полишинг продукта  
Принятие решения о выходе или переносе. Цена ошибки. Работа с QA, маркетингом и разработкой в оценке реального состояния игры. Внешнее тестирование.

Тема 14: Самый важный день.  
Алгоритм действий в день релиза (Day One) по шагам.  
Кейсы успехов и провалов. Кризис-менеджмент.

Тема 15: Метрики и оценка успеха  
Аналитика в играх: Retention, LTV, ARPU. Как замерять эффективность после релиза.

## **7. ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ**

Курсовая работа не предусмотрена

**8. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ:** Приложение 1.

## 9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:

### 9.1. Рекомендуемая литература:

1. Продюсер и авторы визуального ряда фильма : учебное пособие / В. И. Сидоренко, М. С. Онипенко, Д. И. Масуренков [и др.] ; под ред. В. И. Сидоренко ; Всероссийский государственный институт кинематографии им. С. А. Герасимова (ВГИК). – Москва : Юнити-Дана, 2018. – 272 с. : ил., табл. – (Продюсерство). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=685816>
2. Парсаданова, Т. Н. Продюсирование телевизионного контента : актуальные проблемы : учебное пособие / Т. Н. Парсаданова ; Всероссийский государственный университет кинематографии им. С. А. Герасимова (ВГИК). – Москва : Юнити-Дана, 2020. – 200 с. : ил., табл. – (Продюсерство). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=615700>
3. Основы продюсерства : аудиовизуальная сфера : учебник / В. В. Арсеньев, И. Д. Барский, А. Л. Богданов [и др.] ; под ред. Г. П. Иванова, П. К. Огурчикова, В. И. Сидоренко. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 720 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684549>
4. Продюсерство : экономико-математические методы и модели : учебное пособие / О. В. Браилова, Е. Ю. Захарова, В. Г. Горчакова [и др.] ; под ред. Ю. В. Криволицкого, Л. А. Фунберг ; Всероссийский государственный университет кинематографии им. С. А. Герасимова (ВГИК). – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 320 с. : ил., табл., схем. – (Медиаобразование). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=685714>
5. Звегинцева, Е. А. Правовые аспекты творческого предпринимательства : практикум кинопродюсера : учебное пособие / Е. А. Звегинцева ; Всероссийский государственный институт кинематографии им. С. А. Герасимова (ВГИК). – Москва : Юнити-Дана, 2021. – 305 с. – (Продюсерство). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=685822>
6. Парсаданова, Т. Н. Что нужно знать продюсеру о медиа : учебник / Т. Н. Парсаданова ; под ред. Т. Н. Парсадановой ; Всероссийский государственный университет кинематографии им. С. А. Герасимова (ВГИК). – Москва : Юнити-Дана, 2024. – 376 с. : ил., табл. – (Продюсерство). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=712712>
7. Кинопроект : практикум начинающего продюсера : учебное пособие / под ред. В. И. Сидоренко ; Всероссийский государственный институт кинематографии им. С. А. Герасимова (ВГИК). – Москва : Юнити-Дана, 2021. – 416 с. : ил., табл. – (Продюсерство). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=615750>
8. Мастерство продюсера кино и телевидения : учебник / под ред. П. К. Огурчикова, В. И. Сидоренко, В. В. Падейского. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 860 с. : табл., граф., ил, схемы – (Медиаобразование). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684887>
9. Кинодистрибьюция : теория и практика : учебное пособие / под ред. В. И. Сидоренко, Л. А. Ланиной, Н. Б. Ромодановской ; Всероссийский государственный институт

кинематографии им. С. А. Герасимова (ВГИК). – Москва : Юнити-Дана, 2021. – 401 с. : ил., табл., схем. – (Продюсерство). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=685794>

## **9.2. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения.**

При осуществлении образовательного процесса по данной учебной дисциплине предполагается использование:

**Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:**

1. Windows 10 Pro Professional (Договор: Tr000391618, Лицензия: V8732726);
2. Microsoft Office Professional Plus 2019 (Договор: Tr000391618, Лицензия: V8732726);
3. Браузер Google Chrome;
4. Браузер Yandex;
5. Adobe Reader - программа для просмотра, печати и комментирования документов в формате PDF

## **9.3. Перечень современных профессиональных баз данных, информационных справочных систем и ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»**

1. <https://biblioclub.ru/> - университетская библиотечная система online Библиоклуб.ру
2. <http://window.edu.ru/> - единое окно доступа к образовательным ресурсам
3. <https://uisrussia.msu.ru/> - базы данных и аналитических публикаций университетской информационной системы Россия
4. <https://www.elibrary.ru/> - электронно-библиотечная система eLIBRARY.RU, крупнейшая в России электронная библиотека научных публикаций
5. <http://www.consultant.ru/> - справочная правовая система КонсультантПлюс
6. <https://gufo.me/> - справочная база энциклопедий и словарей Gufo.me
7. <https://slovaronline.com> - поисковая система по всем доступным словарям и энциклопедиям

## **10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

1. Оборудованные учебные аудитории, в том числе с использованием видеопроектора и подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.

2. Аудитории для самостоятельной работы с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.

3. Компьютерный класс с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.

4. Аудио и видеоаппаратура.

5. Учебно-наглядное оборудование.

#### № 424

Учебная аудитория для проведения учебных занятий. Аудитория оснащена оборудованием и техническими средствами обучения:

- а) учебной мебелью: столы, стулья, доска маркерная учебная
- б) стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41, экран, колонки.
- в) 1 компьютер, подключенный к сети «Интернет», с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»

#### № 402

Помещение для самостоятельной работы. Аудитория оснащена оборудованием и техническими средствами обучения:

- а) учебной мебелью: столы, стулья, доска маркерная учебная
- б) стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41, экран, колонки.
- в) 11 компьютеров, подключенных к сети «Интернет», с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»

## **11. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

Продуктивность усвоения учебного материала во многом определяется интенсивностью и качеством самостоятельной работы студента. Самостоятельная работа предполагает формирование культуры умственного труда, самостоятельности и инициативы в поиске и приобретении знаний; закрепление знаний и навыков, полученных на всех видах учебных занятий; подготовку к предстоящим занятиям, экзаменам; выполнение контрольных работ.

Самостоятельный труд развивает такие качества, как организованность, дисциплинированность, волю, упорство в достижении поставленной цели, вырабатывает умение анализировать факты и явления, учит самостоятельному мышлению, что приводит к развитию и созданию собственного мнения, своих взглядов. Умение работать самостоятельно необходимо не только для успешного усвоения содержания учебной программы, но и для дальнейшей творческой деятельности.

Основу самостоятельной работы студента составляет работа с учебной и научной литературой. Из опыта работы с книгой (текстом) следует определенная последовательность действий, которой целесообразно придерживаться. Сначала прочитать весь текст в быстром темпе. Цель такого чтения заключается в том, чтобы создать общее представление об изучаемом (не запоминать, а понять общий смысл прочитанного). Затем прочитать вторично, более медленно, чтобы в ходе чтения понять и запомнить смысл каждой фразы, каждого положения и вопроса в целом.

Чтение приносит пользу и становится продуктивным, когда сопровождается записями. Это может быть составление плана прочитанного текста, тезисы или выписки, конспектирование и др. Выбор вида записи зависит от характера изучаемого материала и целей работы с ним. Если содержание материала несложное, легко усваиваемое, можно ограничиться составлением плана. Если материал содержит новую и трудно усваиваемую информацию, целесообразно его законспектировать.

Результаты конспектирования могут быть представлены в различных формах:

- **План** – это схема прочитанного материала, краткий (или подробный) перечень вопросов, отражающих структуру и последовательность материала. Подробно составленный план вполне заменяет конспект.

- **Конспект** – это систематизированное, логичное изложение материала источника. Различаются четыре типа конспектов.

- **План-конспект** – это развернутый детализированный план, в котором достаточно подробные записи приводятся по тем пунктам плана, которые нуждаются в пояснении.

- **Текстуальный конспект** – это воспроизведение наиболее важных положений и фактов источника.

- **Свободный конспект** – это четко и кратко сформулированные (изложенные) основные положения в результате глубокого осмысливания материала. В нем могут присутствовать выписки, цитаты, тезисы; часть материала может быть представлена планом.

- **Тематический конспект** – составляется на основе изучения ряда источников и дает более или менее исчерпывающий ответ по какой-то схеме (вопросу).

В процессе изучения материала источника, составления конспекта нужно обязательно применять различные выделения, подзаголовки, создавая блочную структуру конспекта. Это делает конспект легко воспринимаемым, удобным для работы.

Подготовка к практическому занятию включает 2 этапа:

Первый этап – организационный;

Второй этап - закрепление и углубление теоретических знаний.

На первом этапе студент планирует свою самостоятельную работу, которая включает:

- уяснение задания на самостоятельную работу;

- подбор рекомендованной литературы;

- составление плана работы, в котором определяются основные пункты предстоящей подготовки.

Составление плана дисциплинирует и повышает организованность в работе.

Второй этап включает непосредственную подготовку студента к занятию. Начинать надо с изучения рекомендованной литературы. Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы студент должен стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, а также разобраться в иллюстративном материале.

Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В процессе подготовки к занятиям рекомендуется взаимное обсуждение материала, во время которого закрепляются знания, а также приобретается практика в изложении и разъяснении полученных знаний, развивается речь.

При необходимости следует обращаться за консультацией к преподавателю. Идя на консультацию, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения.

В начале занятия студенты под руководством преподавателя более глубоко осмысливают теоретические положения по теме занятия, пытаются применить эти знания при выполнении творческих работ, серий эскизов. В процессе обсуждения ошибок и удачных вариантов разработанных серий эскизов, вырабатывается уверенность в умении правильно использовать приобретенные знания для решения практических задач.

## *Методические рекомендации для обучающихся с ОВЗ и инвалидов по освоению дисциплины*

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья имеют возможность изучать дисциплину по индивидуальному плану, согласованному с преподавателем и деканатом.

Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения.

При освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья по индивидуальному плану предполагаются: изучение дисциплины с использованием информационных средств; индивидуальные консультации с преподавателем (разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала), индивидуальная самостоятельная работа.

В процессе обучения студентам из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья информация предоставляется в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

*Для лиц с нарушениями зрения:*

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа (с возможностью увеличения шрифта).

В случае необходимости информация может быть представлена в форме аудиофайла.

*Для лиц с нарушениями слуха:*

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

*Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:*

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

Индивидуальные консультации с преподавателем проводятся по отдельному расписанию, утвержденному заведующим кафедрой (в соответствии с индивидуальным графиком занятий обучающегося).

Индивидуальная самостоятельная работа обучающихся проводится в соответствии с рабочей программой дисциплины и индивидуальным графиком занятий.

Текущий контроль по дисциплине осуществляется в соответствии с фондом оценочных средств, в формах адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации обучающихся.

Автономная некоммерческая организация высшего образования  
**«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА»**

Факультет управления бизнесом  
Кафедра менеджмента и маркетинга

**Фонд оценочных средств**

Текущего контроля и промежуточной аттестации  
по дисциплине (модулю)

**Б1.В.12.03 «ПРОДЮСИРОВАНИЕ. ИНДУСТРИЯ ГЕЙМДЕВ»**

Для направления подготовки:  
42.03.05 Медиакоммуникации  
(уровень бакалавриата)

Тип задач профессиональной деятельности:  
*организационный*

Направленность (профиль):  
«Продюсирование мультимедиа проектов»

Форма обучения:  
очная

*Результаты обучения по дисциплине*

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения
<p><b>ПК-2</b> - Способен планировать и организовывать финансирование и производственный процесс создания нового продукта (медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов)</p>	<p><b>ПК-2.1-</b> Составляет план, оценивает творческую и техническую составляющую проекта, подбирает ресурсы, разрабатывает график выполнения работ</p>	<p><b>Знает:</b> методы планирования и организации производства  <b>Умеет:</b> определять постановочную сложность, стоимость и источники ресурсного обеспечения создания и реализации нового продукта  <b>Владеет:</b> навыком планирования производственной деятельности по созданию медиапродукта.</p>
	<p><b>ПК-2.2-</b> Обосновывает целесообразность создания продукта, его идейно-художественное значение, окупаемость и прибыльность, привлекает инвесторов</p>	<p><b>Знает:</b> принципы творческо-постановочного и технологического процессов подготовки и создания медиапрограмм  <b>Умеет:</b> производить расчет затрат и ожидаемых результатов от создания продукта, обосновывать целесообразность производства медиапродукта.  <b>Владеет:</b> методикой экспертного анализа, методами оценки рисков, навыком эффективной презентации</p>
	<p><b>ПК-2.3-</b> Осуществляет подбор и расстановку кадров, координирует и контролирует деятельность основного и вспомогательного состава рабочей группы для выполнения комплекса работ на протяжении всего производственного процесса</p>	<p><b>Знает:</b> методы эффективного менеджмента, процессный подход к управлению  <b>Умеет:</b> определять необходимое для реализации проекта оборудование, программное обеспечение и трудозатраты, выстраивать эффективную коммуникацию, использовать методы стимулирования, мотивации и контроля  <b>Владеет:</b> навыком управления персоналом на протяжении всего производственного процесса</p>

## Показатели оценивания результатов обучения

Шкала оценивания				
Результат обучения	Критерии оценивания результатов обучения (показатели успешности по уровням освоения)			
	Компетенция не сформирована	Базовый уровень сформированности компетенции	Средний уровень сформированности компетенции	Повышенный уровень сформированности компетенции
ЗНАНИЯ	Отсутствие знаний	Общие, но не структурированные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы	Сформированные структурированные знания
УМЕНИЯ	Отсутствие умений	Частично освоенное умение	В основном освоенное, применяемое в стандартных ситуациях умение	Полностью освоенное, применяемое в стандартных ситуациях умение
НАВЫКИ	Отсутствие навыков	Частично владеет навыками	В целом владеет навыком	Свободно владеет навыком

### Оценочные средства

#### Задания для текущего контроля

#### 1. Игровая индустрия как отрасль в России

1. Какой из перечисленных форматов документов используется для описания концепции и механик игры на этапе планирования?

- a) MVP
- b) NDA
- c) **GDD**
- d) ToR

2. Какой типичный карьерный путь в игровой индустрии может привести к позиции продюсера?

- a) Программист → Гейм-дизайнер → Маркетолог
- b) Художник → Сценарист → Звукорежиссер
- c) **QA-инженер → Менеджер проекта → Продюсер**
- d) Бухгалтер → Юрист → HR-менеджер

3. Какая из перечисленных платформ НЕ является одной из основных аппаратных платформ (платформенных сегментов) игрового рынка?

- a) PC
- b) Mobile
- c) Console
- d) **Social Media**

4. Что из перечисленного является российской игровой платформой/издателем, активно развивающейся в последние годы?

- a) Steam
- b) Epic Games Store
- c) **VK Play**
- d) GOG

5. Какой термин описывает минимально жизнеспособную версию продукта для проверки гипотез?

- a) GDD
  - b) **MVP**
  - c) Vertical Slice
  - d) Live Ops
- 

## 2. Типология игр и тренды

1. Какая модель монетизации предполагает первоначальную покупку игры для получения доступа к основному контенту?
    - a) F2P (Free-to-Play)
    - b) **B2P (Buy-to-Play)**
    - c) Подписка (Subscription)
    - d) Donation
  2. Какой из современных трендов НЕ характерен для индустрии (по материалам курса)?
    - a) Возвращение интереса к сингл-плеерным играм
    - b) Фокус на инди-разработку
    - c) **Полный отказ от использования F2P-моделей**
    - d) Использование AI в продакшене
  3. Что из перечисленного является аналогом тендерных процедур для получения финансирования игровых проектов в России?
    - a) Гранты от иностранных фондов
    - b) Краудфандинг
    - c) **Грантовая поддержка ИРИ (Института развития интернет-инициатив)**
    - d) Венчурные инвестиции
  4. Какая бизнес-модель основана на регулярных платежах за доступ к контенту или сервису?
    - a) B2P
    - b) F2P
    - c) **Подписка (Subscription)**
    - d) Премиум-обновление
  5. Какой тренд связан с автоматизацией процессов создания контента?
    - a) Возрождение пиксель-арта
    - b) **Использование AI в продакшене**
    - c) Развитие киберспорта
    - d) Увеличение бюджета на кинематографические ролики
- 

## 3. Player Journey Map и геймплей

1. Что такое Player Journey Map?
  - a) Карта достижений в игре
  - b) **Визуализация пути игрока от первого контакта с игрой до ее завершения**
  - c) График прогресса уровня сложности
  - d) Маршрут персонажа по игровому миру
2. Какова основная цель построения Player Journey Map?
  - a) Рассчитать бюджет маркетинга
  - b) **Понять и спроектировать ключевые точки взаимодействия и эмоции игрока**
  - c) Определить системные требования игры
  - d) Написать сценарий игры
3. Какой инструмент помогает управлять эмоциональным состоянием игрока в процессе прохождения?
  - a) Диаграмма Ганта
  - b) **Кривая сложности (кривая драматургии)**

- c) Финансовый прогноз
  - d) Маркетинговая воронка
4. На каком этапе пути игрока происходит первый контакт с рекламой или упоминанием об игре?
- a) Онбординг
  - b) **Осведомленность (Awareness)**
  - c) Финал
  - d) Ретеншн (Удержание)
5. Что должно происходить на этапе "Онбординга" (обучения) игрока?
- a) **Постепенное и понятное знакомство с основными механиками и миром игры**
  - b) Предложение совершить внутриигровую покупку
  - c) Прохождение кульминационного боя с боссом
  - d) Получение всех достижений

---

#### 4. Дорожная карта разработки

1. Какой этап разработки игры следует после "Pre-production"?
- a) Concept
  - b) Release
  - c) **Production**
  - d) Live Ops
2. Что такое "Live Ops" в жизненном цикле игры?
- a) Этап первоначального концепта
  - b) Фаза активной разработки контента
  - c) **Фаза поддержки и обновлений игры после релиза**
  - d) Процедура тестирования игры
3. С какими специалистами продюсер активно работает на этапе документооборота?
- a) Только с программистами
  - b) **С юристами (по вопросам IP, авторского права) и бухгалтерией**
  - c) Только с маркетологами
  - d) Только с гейм-дизайнерами
4. На каком этапе обычно создается Vertical Slice?
- a) Concept
  - b) **Pre-production**
  - c) Live Ops
  - d) Testing
5. Какой этап НЕ является частью основных этапов дорожной карты разработки?
- a) Production
  - b) Testing
  - c) Release
  - d) **Краудфандинг**

---

#### 5. Бюджетирование игрового проекта

1. Что такое "Burn Rate" в контексте бюджетирования проекта?
- a) Скорость сгорания топлива в игровом движке
  - b) **Скорость расходования бюджета проекта за единицу времени (например, в месяц)**
  - c) Ставка налога на прибыль
  - d) Процент неудачных проектов в индустрии
2. Для какой цели обычно составляется упрощенная или оптимистичная версия бюджета?
- a) Для внутреннего учета
  - b) **Для презентации инвесторам или издателям**

- c) Для расчета налогов
  - d) Для оплаты счетов аутсорсеров
  - 3. Какой показатель рассчитывается для оценки прибыльности проекта с учетом переменных затрат?
    - a) ARPU
    - b) **Маржинальность**
    - c) Retention
    - d) Burn Rate
  - 4. Какие инструменты чаще всего используются для составления первичных смет игрового проекта?
    - a) **Excel/Google Таблицы**
    - b) Jira
    - c) Photoshop
    - d) Visual Studio
  - 5. Что в первую очередь необходимо оценить для расчета реалистичного бюджета на разработку в РФ?
    - a) Мнение инфлюенсеров
    - b) **Рейты (ставки) специалистов в регионе**
    - c) Цены на игровые консоли
    - d) Количество потенциальных игроков
- 

## 6. Практикум по работе над сметами

- 1. Основная цель детального разбора сметы прототипа — это:
    - a) Увеличить бюджет в два раза
    - b) **Понять структуру затрат и проверить реалистичность расчетов**
    - c) Сразу перейти к этапу продакшена
    - d) Найти самую дорогую статью расходов и удалить ее
  - 2. При расчете экономики проекта на этапе прототипа ключевой вопрос:
    - a) "Какой будет финальный босс?"
    - b) **"Окупится ли проект при заданных допущениях?"**
    - c) "Сколько наград выигрывает игра?"
    - d) "Кого пригласить на озвучку?"
  - 3. Что НЕ является типичной статьей расходов в смете на прототип?
    - a) Трудозатраты программистов и художников
    - b) **Затраты на масштабную TV-рекламу**
    - c) Стоимость лицензий на ПО
    - d) Аренда рабочего пространства (коворкинг)
  - 4. Если смета прототипа показывает высокий Burn Rate, продюсер должен:
    - a) Немедленно запустить проект в продакшен
    - b) **Пересмотреть план разработки, сроки или состав команды**
    - c) Увеличить бюджет на маркетинг
    - d) Игнорировать, так как это норма для прототипа
  - 5. Анализ сметы помогает ответить на экономический вопрос:
    - a) "Какой игровой движок самый модный?"
    - b) **"Каковы наши ключевые финансовые риски и точки контроля?"**
    - c) "Какого цвета должен быть логотип?"
    - d) "Сколько уровней должно быть в игре?"
- 

## 7. Нишевость: Инди против AAA

- 1. Какое утверждение верно для инди-студий по сравнению с крупными AAA-разработчиками?
  - a) Имеют большие бюджеты на маркетинг

- b) **Чаще экспериментируют с механиками и художественным стилем**
  - c) Всегда разрабатывают игры только для консолей
  - d) Не сталкиваются с проблемами локализации
2. Зачем инди-разработчики могут использовать прокси-компании для издания игр в Китае?
- a) Чтобы не платить налоги
  - b) **Чтобы упростить compliance с местным законодательством и получить доступ к рынку**
  - c) Чтобы увеличить время разработки
  - d) Чтобы избежать создания мерча
3. Мерч (сувенирная продукция) в игровой индустрии — это в первую очередь:
- a) Способ снизить стоимость разработки
  - b) **Инструмент комьюнити-менеджмента и монетизации фанатов**
  - c) Обязательный пункт в договоре с издателем
  - d) Главный источник дохода для любой студии
4. Что является ключевым отличием в командной структуре маленькой инди-команды?
- a) Наличие большого юридического отдела
  - b) **Специалисты часто совмещают несколько ролей (например, художник и гейм-дизайнер)**
  - c) Строгое разделение на отделы с множеством уровней менеджмента
  - d) Работа только по найму, без фрилансеров
5. С каким вызовом чаще сталкиваются крупные AAA-студии, в отличие от инди?
- a) Недостаток талантливых разработчиков
  - b) Невозможность использовать современные технологии
  - c) **Сложность управления большими командами и бюджетами, высокие ожидания публики**
  - d) Отсутствие интереса со стороны издателей

## 8. Маркетинг и PR игры

1. Какой канал НЕ является основным для коммуникации с аудиторией перед релизом PC-игры?
- a) **Страница в печатном игровом журнале**
  - b) Страница игры в Steam
  - c) Социальные сети (VK, Telegram, Twitter)
  - d) Коллаборации с инфлюенсерами (стримерами, блогерами)
2. Что из перечисленного является примером партнерства с брендом (brand partnership)?
- a) Продажа игры на распродаже
  - b) **Включение в игру виртуальных предметов, связанных с известной маркой одежды**
  - c) Наем актера для озвучки
  - d) Проведение внутреннего тестирования
3. Привлечение известного актера для озвучки персонажа — это в первую очередь инструмент:
- a) Снижения затрат
  - b) **PR и повышения узнаваемости проекта**
  - c) Ускорения разработки
  - d) Исправления багов
4. Какой канал является платформенным и критически важным для маркетинга большинства PC-игр?
- a) App Store
  - b) Google Play

- c) **Steam**
  - d) PlayStation Store
  - 5. Успешный маркетинговый кейс в РФ может включать:
    - a) **Использование локальных социальных сетей и сотрудничество с русскоязычными стримерами**
    - b) Исключительно рекламу на американском телевидении
    - c) Полный отказ от PR до дня релиза
    - d) Маркетинг только на иностранных языках
- 

## 9. Разбор маркетинговых стратегий.

- 1. Основная цель разбора маркетинговых стратегий — это:
    - a) Сравнить бюджеты разных студий
    - b) **Выявить успешные и неудачные тактики для применения в своих проектах**
    - c) Определить самого высокооплачиваемого маркетолога
    - d) Узнать, сколько стоит самая дорогая рекламная кампания
  - 2. При анализе кейса неудачной маркетинговой кампании важно понять:
    - a) Какой был логотип у игры
    - b) **Какие решения привели к низкому охвату или негативной реакции аудитории**
    - c) Как звали продюсера проекта
    - d) На каком движке была сделана игра
  - 3. Эффективная маркетинговая стратегия для инди-игры часто делает акцент на:
    - a) Запуске рекламы во время Супербоула
    - b) **Уникальности геймплея, стиле и прямом контакте с комьюнити**
    - c) Сокрытии информации об игре до релиза
    - d) Копировании кампании последней AAA-игры
  - 4. Что НЕ является типичным компонентом маркетинговой стратегии игры?
    - a) Определение целевой аудитории
    - b) План по коммуникациям в соцсетях
    - c) **Техническое задание для программистов на создание движка**
    - d) Бюджет на рекламу и сотрудничество с инфлюенсерами
  - 5. Анализ "успешного кейса" включает изучение:
    - a) Только стартового бюджета
    - b) **Причин, по которым кампания сработала: каналы, сообщения, timing**
    - c) Только количества установок в первый день
    - d) Личных предпочтений маркетолога
- 

## 10. Рабочие документы, ГДД и Таск-трекеры

- 1. Какой документ является основным, подробно описывающим дизайн игры, ее механики, сеттинг и контент?
  - a) Техническое задание (ТЗ) для художника
  - b) Маркетинговый план
  - c) **Game Design Document (GDD)**
  - d) Пользовательское соглашение (EULA)
- 2. Для чего используются таск-трекеры типа Jira или Asana?
  - a) Для рендеринга графики
  - b) Для составления финансовой отчетности
  - c) **Для планирования задач, отслеживания прогресса и управления спринтами в разработке**
  - d) Для записи голоса актеров
- 3. Что такое "технический сценарий" в контексте разработки игры?
  - a) Сценарий для трейлера
  - b) **Документ, описывающий взаимодействие игровых систем, логику и параметры**

- c) Литературный сценарий истории игры
  - d) Скрипт для озвучки
  - 4. Для планирования процесса записи озвучки и захвата движения (MoCap) используется:
    - a) Финансовая смета
    - b) **График (расписание) сессий с указанием дат, актеров и студий**
    - c) Game Design Document
    - d) Отчет об ошибках (баг-репорт)
  - 5. GDD — это "живой" документ, который:
    - a) Никогда не меняется после начала продакшена
    - b) **Постоянно обновляется и уточняется в процессе разработки**
    - c) Нужен только для получения финансирования
    - d) Создается исключительно маркетологами
- 

## 11. Проектная команда

- 1. Ключевая ответственность продюсера в формировании команды — это:
    - a) Лично выполнять работу за всех отстающих специалистов
    - b) **Подобрать специалистов с нужными компетенциями и наладить эффективное взаимодействие между ними**
    - c) Установить самую высокую зарплату на рынке
    - d) Проводить ежедневные тимбилдинги
  - 2. Что из перечисленного является важным юридическим риском, который продюсер не должен игнорировать?
    - a) Цветовая палитра интерфейса
    - b) **Соблюдение авторских прав на используемые активы и лицензионных соглашений ПО**
    - c) Количество фоновых текстур на уровне
    - d) Имя главного героя
  - 3. Какой метод НЕ является эффективным для мотивации креативной команды разработчиков?
    - a) Четкое видение проекта и понимание каждым своей роли
    - b) Возможность профессионального роста
    - c) **Жесткий микроменеджмент и тотальный контроль каждого действия**
    - d) Справедливое вознаграждение и признание заслуг
  - 4. При формировании команды для нового проекта продюсер должен учитывать:
    - a) Только стоимость найма
    - b) **Баланс компетенций, опыт совместной работы и личностную совместимость**
    - c) Исключительно рекомендации из одной компании
    - d) Только кандидатов с опытом работы в AAA
  - 5. Закон, который нельзя игнорировать при разработке игры в РФ, касается:
    - a) **Защиты персональных данных пользователей**
    - b) Требований к минимальному FPS
    - c) Обязательного использования русского языка в интерфейсе
    - d) Количества полигонов в 3D-моделях
- 

## 12. Работа продюсера со службами

- 1. Основная цель постановки ТЗ (технического задания) художнику или программисту — это:
  - a) Дать полную творческую свободу без ограничений
  - b) **Четко сформулировать ожидаемый результат, сроки и технические требования**
  - c) Снизить стоимость работы специалиста
  - d) Переложить на него ответственность за дизайн всей игры

2. При выборе аутсорс-партнера (например, арт-студии) важно:
    - a) Выбрать самого дешевого исполнителя
    - b) **Оценить портфолио, опыт в подобных задачах, проверить репутацию и согласовать процесс коммуникации**
    - c) Предоставить минимальную информацию о проекте
    - d) Требовать работу по методике "waterfall" при любых условиях
  3. Работа продюсера со сценаристами и нарративными дизайнерами включает:
    - a) **Согласование общего видения истории, ее интеграции в геймплей и контроль за соблюдением сроков**
    - b) Написание кода для диалоговой системы
    - c) Создание концепт-артов персонажей
    - d) Личную корректуру каждого диалога
  4. Контроль качества (QA) — это процесс, который:
    - a) Проводится только в день релиза
    - b) **Должен быть интегрирован в разработку на разных этапах для поиска и документирования ошибок**
    - c) Отвечает за креативную составляющую игры
    - d) Выполняется исключительно автоматическими системами без участия людей
  5. При работе с локализаторами продюсер должен предоставить:
    - a) Исходный код игры
    - b) **Текстовые файлы для перевода, глоссарий терминов, контекст и информацию о персонажах**
    - c) Финансовый отчет студии
    - d) Инструкцию по сборке игрового движка
- 

### 13. Полишинг продукта

1. Что такое "полишинг" (polishing) в разработке игр?
  - a) Создание первой версии прототипа
  - b) **Финальная стадия доработки, направленная на улучшение пользовательского опыта, устранение мелких недочетов и повышение общей гладкости**
  - c) Написание маркетинговых материалов
  - d) Процесс найма команды
2. Главный критерий для принятия решения о переносе релиза игры — это:
  - a) Мнение одного ключевого инвестора
  - b) **Оценка того, что текущее состояние игры не соответствует минимально допустимому качеству для рынка и нанесет ущерб репутации**
  - c) Желание добавить еще одну большую фичу
  - d) Запрос маркетингового отдела о более длительной кампании
3. Цена ошибки выпуска недополишенной игры — это, в первую очередь:
  - a) **Потеря доверия игроков, негативные отзывы и потенциальный провал в продажах**
  - b) Необходимость выпустить патч
  - c) Невозможность участвовать в грантовых конкурсах
  - d) Повышение стоимости следующего проекта
4. Для оценки реального состояния игры перед релизом продюсер должен учитывать мнение:
  - a) Только ведущего программиста
  - b) **Команды разработки, QA-отдела и маркетинга**
  - c) Только фокус-группы внешних тестеров
  - d) Только самого себя
5. Внешнее тестирование (external playtesting) полезно, потому что позволяет:
  - a) Сэкономить на внутреннем QA

- b) **Получить непредвзятую обратную связь от игроков, не знакомых с проектом**
  - c) Окончательно утвердить дизайн-документ
  - d) Протестировать серверы на максимальную нагрузку
- 

#### 14. Самый важный день.

1. Что является КРИТИЧЕСКИ важным действием в день релиза (Day One)?
    - a) Начать планирование следующего проекта
    - b) **Мониторить запуск и стабильность серверов, первые отзывы и ключевые метрики (продажи, онлайн)**
    - c) Отправить команду в отпуск
    - d) Провести итоговое собрание по подведению итогов разработки
  2. Какая из перечисленных задач НЕ входит в алгоритм действий в день релиза?
    - a) Координация с маркетингом на запуск финальных рекламных активностей
    - b) Готовность команды поддержки и разработчиков к оперативному решению критических проблем
    - c) **Внесение масштабных изменений в геймплей на основе первых 10 минут обратной связи**
    - d) Публикация официального сообщения о релизе в соцсетях
  3. Кризис-менеджмент в день релиза может потребоваться в случае:
    - a) Успешного запуска без багов
    - b) **Серверных сбоев, критических ошибок, вызывающих краши игры, или волны негатива в соцсетях**
    - c) Получения первых положительных отзывов
    - d) Планового выхода небольшого патча
  4. Анализ кейса провального релиза чаще всего показывает наличие:
    - a) Идеально отлаженной игры
    - b) **Серьезных технических проблем, плохой коммуникации с комьюнити или неверных маркетинговых ожиданий**
    - c) Чрезмерно довольной команды разработчиков
    - d) Избыточного бюджета на полишинг
  5. Первые несколько часов после релиза важны для сбора данных о:
    - a) Планах конкурентов
    - b) **Пиковом онлайн, первых продажах и основных точках возмущения игроков (если есть)**
    - c) Личных предпочтениях разработчиков
    - d) Ценах на акции компаний-конкурентов
- 

#### 15. Метрики и оценка успеха

1. Какой показатель измеряет, какая доля игроков возвращается в игру через день, неделю или месяц после установки?
  - a) ARPU
  - b) **Retention (Удержание)**
  - c) LTV
  - d) Conversion Rate
2. Что означает метрика LTV (Lifetime Value)?
  - a) Общие затраты на разработку игры
  - b) **Прогнозируемый общий доход, который принесет один игрок за все время своего взаимодействия с игрой**
  - c) Количество активных игроков в день
  - d) Средняя стоимость привлечения одного пользователя
3. ARPU (Average Revenue Per User) — это:
  - a) **Средний доход с одного пользователя за определенный период**

- b) Общее количество пользователей
  - c) Стоимость одной рекламной кампании
  - d) Показатель удовлетворенности игроков
4. Для чего используется аналитика после релиза?
- a) Чтобы уволить половину команды
  - b) **Чтобы принимать обоснованные решения по развитию игры, контенту и монетизации на основе данных о поведении игроков**
  - c) Только для отчета перед инвесторами
  - d) Чтобы доказать, что игра идеальна
5. Резкое падение метрики Retention на 7-й день чаще всего указывает на проблемы с:
- a) Ценой игры в магазине
  - b) Качеством рекламных роликов
  - c) **Игровым циклом, скучным эндгеймом или отсутствием долгосрочной мотивации**
  - d) Скоростью загрузки титров

### Промежуточная аттестация

Форма семестрового контроля:

**экзамен**

Перечень вопросов к экзамену:

1. Опишите основные этапы дорожной карты (roadmap) разработки игры от концепта до поддержки после релиза.
2. Дайте определение терминам GDD (Game Design Document) и MVP (Minimum Viable Product). Какой документ и для каких целей используется на ранних этапах?
3. В чем заключаются ключевые различия в организации работы и подходе к разработке между инди-студией и крупной AAA-компанией?
4. Что такое Player Journey Map (Карта пути игрока) и какую цель она преследует при проектировании игрового опыта?
5. Объясните, как с помощью кривой сложности (кривой драматургии) можно управлять эмоциями игрока на протяжении прохождения.
6. Перечислите основные модели монетизации в игровой индустрии и дайте краткую характеристику каждой (B2P, F2P, подписка).
7. Каков типичный карьерный путь от рядовой позиции (например, QA-инженер) до роли Продюсера в игровой индустрии?
8. Что такое Burn Rate в контексте управления бюджетом проекта и почему этот показатель критически важен для продюсера?
9. Какие основные каналы маркетинга и PR используются для продвижения PC-игры перед релизом? Приведите примеры для российского рынка.
10. Опишите алгоритм действий продюсера и команды в день релиза (Day One). Какие кризисные ситуации требуют немедленного реагирования?
11. Что такое Live Ops (Live Operations) и какие задачи решаются на этой фазе жизненного цикла игры?
12. Какие юридические аспекты и риски (например, связанные с авторским правом, IP, персональными данными) обязан контролировать продюсер при разработке игры в РФ?
13. Как формируется эффективная проектная команда? Какие принципы мотивации креативных специалистов наиболее действенны?
14. Объясните разницу между внутренним бюджетом проекта и бюджетом для инвестора/издателя. Почему они могут отличаться?
15. Для чего нужен этап полишинга (polishing) и как принимается решение о готовности игры к релизу или его переносу?

16. Дайте определение ключевым аналитическим метрикам: Retention, LTV, ARPU. Как они используются для оценки успеха после релиза?
17. Какова роль продюсера в работе с внешними подрядчиками (аутсорс) — например, с арт-студией или локализаторами? На что обращать внимание при выборе партнера?
18. В чем заключается практическая польза от построения и анализа детальной сметы (бюджета) на этапе прототипа?
19. Что такое грантовая поддержка ИРИ и как она функционирует как аналог тендерных процедур для разработчиков в России?
20. Как мерч (сувенирная продукция) связан с комьюнити-менеджментом и может ли он быть источником дохода?
21. Какие современные тренды наблюдаются в игровой индустрии (например, в моделях монетизации, типах проектов, использовании технологий)?
22. Опишите процесс и цели внешнего тестирования (external playtesting) игры перед релизом.
23. Какие инструменты управления проектами (task-трекеры) и для каких целей (планирование спринтов, контроль задач) используются в разработке?
24. Как продюсер должен работать со сценаристами, нарративными дизайнерами, художниками и программистами для эффективной постановки задач и контроля их выполнения?
25. В чем состоит ответственность продюсера в контроле качества (QA)? На каких этапах разработки должна быть задействована QA-команда?
26. Какие особенности экосистемы игровой индустрии в РФ (переток кадров, новые платформы, издатели) вы можете назвать?
27. Как использование искусственного интеллекта (AI) влияет на процессы продакшена в современной игровой разработке?
28. Объясните, что такое Vertical Slice (Вертикальный срез) и на каком этапе разработки он создается.
29. Какие каналы и стратегии можно использовать для привлечения партнерств с брендами (brand partnership) в игровой проект?
30. Проанализируйте, какие факторы чаще всего приводят к провалу игрового проекта с точки зрения управления (менеджмент, планирование, коммуникация, оценка рынка).

### **Критерии оценки при проведении промежуточной аттестации**

Оценивание знаний обучающихся осуществляется по 4-балльной шкале при проведении экзаменов и зачетов с оценкой (оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно») или 2-балльной шкале при проведении зачета («зачтено», «не зачтено»).

При прохождении обучающимися промежуточной аттестации оцениваются:

1. Полнота, четкость и структурированность ответов на вопросы, аргументированность выводов.
2. Качество выполнения практических заданий (при их наличии): умение перевести теоретические знания в практическую плоскость; использование правильных форматов и методологий при выполнении задания; соответствие результатов задания поставленным требованиям.
3. Комплексность ответа: насколько полно и всесторонне обучающийся раскрыл тему вопроса и обратился ко всем ее аспектам.

### **Критерии оценивания**

4-балльная шкала и 2-балльная шкалы	Критерии
«Отлично» или «зачтено»	<p>1. Полные и качественные ответы на вопросы, охватывающие все необходимые аспекты темы. Обучающийся обосновывает свои выводы с использованием соответствующих фактов, данных или источников, демонстрируя глубокую аргументацию.</p> <p>2. Обучающийся успешно переносит свои теоретические знания в практическую реализацию. Выполненные задания соответствуют высокому уровню качества, включая использование правильных форматов, методологий и инструментов.</p> <p>3. Обучающийся анализирует и оценивает различные аспекты темы, демонстрируя способность к критическому мышлению и самостоятельному исследованию.</p>
«Хорошо» или «зачтено»	<p>1. Обучающийся предоставляет достаточно полные ответы на вопросы с учетом основных аспектов темы. Ответы обучающегося имеют ясную структуру и последовательность, делая их понятными и логически связанными.</p> <p>2. Обучающийся способен применить теоретические знания в практических заданиях. Выполнение задания в целом соответствует требованиям, хотя могут быть некоторые недочеты или неточные выводы по полученным результатам.</p> <p>3. Обучающийся представляет хорошее понимание темы вопроса, охватывая основные аспекты и направления ее изучения. Ответы обучающегося содержат достаточно информации, но могут быть некоторые пропуски или недостаточно глубокие суждения.</p>
«Удовлетворительно» или «зачтено»	<p>1. Ответы на вопросы неполные, не охватывают всех аспектов темы и не всегда структурированы или логически связаны. Обучающийся предоставляет верные выводы, но они недостаточно аргументированы или основаны на поверхностном понимании предмета вопроса.</p> <p>2. Обучающийся способен перенести теоретические знания в практические задания, но недостаточно уверен в верности примененных методов и точности в их выполнении. Выполненное задание может содержать некоторые ошибки, недочеты или расхождения.</p> <p>3. Обучающийся охватывает большинство основных аспектов темы вопроса, но демонстрирует неполное или поверхностное их понимание, дает недостаточно развернутые объяснения.</p>
«Неудовлетворительно» или «не зачтено»	<p>1. Обучающийся отвечает на вопросы неполно, не раскрывая основных аспектов темы. Ответы обучающегося не структурированы, не связаны с заданным вопросом, отсутствует их логическая обоснованность. Выводы, предоставляемые обучающимся, представляют собой простые утверждения без анализа или четкой аргументации.</p> <p>2. Обучающийся не умеет переносить теоретические знания в практический контекст и не способен применять их для выполнения задания. Выполненное задание содержит много ошибок, а его результаты не соответствуют поставленным требованиям и (или) неправильно интерпретируются.</p> <p>3. Обучающийся ограничивается поверхностным рассмотрением темы и не показывает понимания ее существенных аспектов. Ответ обучающегося частичный или незавершенный, не включает анализ рассматриваемого вопроса, пропущены важные детали или связи.</p>