

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Юров Сергей Серафимович Автономная некоммерческая организация высшего образования

Должность: ректор

“ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА”

Дата подписания: 04.06.2026 14:43:26

Уникальный программный ключ:

3cba11a39f7f7fadc578ee5ed1f72a427b45709d10da52f2 Факультет управления бизнесом



УТВЕРЖДАЮ

Ректор

С.С. Юров

«26» февраля 2026 г.

ПРОГРАММА ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

Специальность: 55.05.04 Продюсерство

Специализация: Продюсер мультимедиа

Уровень высшего образования: специалитет

Форма обучения: очная

Москва – 2026

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Целью итоговой аттестации выпускников является определение соответствия результатов освоения обучающимися основной профессиональной образовательной программы требованиям федерального государственного образовательного стандарта (ФГОС) высшего образования по специальности 55.05.04 Продюсерство, специализация «Продюсер мультимедиа».

1.2. Формами итоговой аттестации являются:

- Итоговый экзамен
- Защита выпускной квалификационной работы (далее – ВКР).

Междисциплинарный экзамен является частью итоговой аттестации специалиста. Его цель – выявить теоретическую и практическую подготовку студента к решению профессиональных задач, соответствующих квалификации специалиста, определить уровень профессиональной компетентности будущего продюсера. Выпускной экзамен имеет комплексный, интегрированный характер и предполагает проверку умения выпускника ориентироваться в профессиональной проблематике и решать соответствующие ей практические задачи.

Выпускная квалификационная работа (далее ВКР) по специальности 55.05.04 «Продюсерство» – квалификационная работа творческого характера, представляющая собой заключительный, итоговый этап работы студента, обобщающий и актуализирующий приобретенные им за время обучения знания, умения и опыт.

1.3. Виды профессиональной деятельности выпускников и соответствующие им задачи профессиональной деятельности: художественно-творческая и организационно-производственная.

1.4. Программа ориентирована на следующие профессиональные задачи:
художественно-творческая: инициировать творческие идеи в области аудиовизуальных мультимедийных произведений; взаимодействовать с авторами проекта в разработке творческо-постановочной концепции аудиовизуального произведения, оптимальной тактики его подготовки и реализации; осуществлять экспертную оценку художественных достоинств и зрительского потенциала аудиовизуального произведения; давать квалифицированную оценку творческим проектам и брать на себя ответственность и руководство за реализацию коммерческих и авторских проектов в аудиовизуальной сфере; демонстрировать интеллектуальное стремление к знаниям и потенциал к продолжению художественной и творческой деятельности

организационно-производственная: организовывать и обеспечивать творческо-постановочный и технологический процессы подготовки, съемок, монтажа и звукового оформления аудиовизуального произведения; осуществлять руководство процессом создания и реализации творческих проектов в аудиовизуальной сфере; объединять и направлять творческо-производственную деятельность авторов аудиовизуального произведения и других его создателей; использовать в процессе создания аудиовизуального произведения весь спектр творческо-постановочных и технических возможностей экранных технологий; анализировать конкретные экономические ситуации для принятия стратегических решений.

1.5. Перечень компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в результате освоения образовательной программы высшего образования

Код	Наименование компетенции	Вид итогового испытания, в ходе которого проверяется сформированность компетенции	
		итоговый экзамен	защита ВКР
универсальные компетенции (УК)			
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	+	
УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	+	
УК -3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	+	
УК -4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	+	
УК -5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	+	
УК -6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	+	
УК -7	Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	+	
УК -8	Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	+	+
УК-9	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	+	
УК-10	Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности	+	
общепрофессиональные компетенции (ОПК)			
ОПК-1	Способен анализировать тенденции и направления развития кинематографии, телевидения, мультимедиа, исполнительских искусств в историческом контексте и в связи с развитием других видов художественной культуры, общим развитием гуманитарных знаний и научно-технического прогресса	+	

ОПК-2	Способен ориентироваться в проблематике современной государственной политики Российской Федерации в сфере культуры	+	
ОПК-3	Способен анализировать произведения литературы и искусства, выявлять особенности их экранной или сценической интерпретации	+	
ОПК-4	Способен распознавать художественную, общественную и коммерческую ценность творческого проекта, генерировать идеи создания новых проектов в области экранных или исполнительских искусств	+	
ОПК-5	Способен, пользуясь полученными знаниями в области культуры и искусства, навыками творческо-производственной деятельности, определять оптимальные способы реализации авторского замысла с использованием технических средств и технологий современной индустрии кино, телевидения, мультимедиа или исполнительских искусств	+	
ОПК-6	Способен руководить созданием и реализацией творческого проекта в рамках профессиональных компетенций, объединять работу субъектов творческо-производственного процесса для создания эстетически целостного художественного произведения	+	
ОПК-7	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	+	
профессиональные компетенции по видам деятельности (ПК):			
художественно-творческий			
ПК-1	Способен инициировать и имплементировать творческие идеи создания проектов в области экранных искусств	+	+
ПК-2	Способен взаимодействовать с авторами аудиовизуального произведения в создании творческо-постановочной концепции проекта, включая оптимальную тактику его подготовки и реализации.	+	+
ПК-3	Способен давать квалифицированную оценку проектным инициативам авторов аудиовизуального произведения и составных его частей	+	+
организационно-производственный			
ПК-4	Способен управлять процессом создания и реализации проектов в аудиовизуальной сфере		+
ПК-5	Способен формировать съемочную группу творческими и производственно-техническими кадрами в соответствии с художественными и постановочными задачами конкретного проекта и управлять ими.	+	+

2. ПРОГРАММА ИТОГОВОГО ЭКЗАМЕНА

2.1. Содержание экзамена

Раздел I.

Творческая деятельность продюсера

Причины и условия становления и устойчивого существования профессии «продюсер». Цели, задачи и функциональные обязанности продюсера. Место и роль продюсера в процессе производства аудиовизуальной продукции. Понятие продюсерской деятельности и её векторов: художественно-творческий, организационно-предпринимательский, финансово-экономический. Виды продюсеров в сфере кино и телевидения и их профессиональные обязанности: продюсер информационного вещания, продюсер художественного вещания; генеральный, исполнительный, линейный, полевой (локейшн-менеджер), ассоциированный, ассистирующий, административный, креативный, сопродюсер, продюсер сегмента, продюсер веб-сайта, продюсер пост-продакшн, продюсер спецпроектов.

Структура производственных цехов: назначение цехов, рабочие группы цехов, специфика взаимодействия продюсера с каждым цехом. Режиссерский цех: режиссерпостановщик, второй режиссёр (FirstAssistantDirector), ассистент режиссёра на площадке (SecondAssistantDirector), ассистент режиссёра (ScriptSupervisor), режиссёр по работе с актёрами (CastingDirector), ассистент режиссёра по реквизиту, режиссёр монтажа. Операторский цех: оператор-постановщик, оператор, второй оператор, первый ассистент оператора (FocusPuller), второй ассистент оператора (Clapperloader), механик камеры (видеоинженер), дольщик, кранмейстер, художник по свету (гафер – бригадир осветителей), бригада осветителей. Сценарный цех: сценарист, автор идеи, консультант, редактор. Художественно-постановочный цех: художник-постановщик, гримёрный цех, костюмерный цех, оружейно-пиротехнический цех, цех декоративно-технических сооружений (ЦДТС). Звукорежиссерский цех: звукорежиссер, ассистент звукорежиссёра (Boomoperator), режиссёр звуковых эффектов (SoundEffectDesigner), инженер звукозаписи, звукооформитель, звукорежиссёр перезаписи, композитор / оркестр. Административный цех: исполнительный продюсер, линейный продюсер, менеджер по площадке (LocationManager), администраторы, транспорт.

Предварительный этап. Формулировка идеи телепроекта, создание концепции. Описание потенциальной аудитории по возрастным, гендерным, территориально языковым и социальным параметрам. Анализ трудовых и технических ресурсов, необходимых для реализации проекта. Предварительное определение схемы финансирования. Создание маркетингового плана телепроекта. Подготовительный этап. Формирование основной рабочей группы. Создание сценарного плана и режиссерского сценария. Написание календарно-постановочного плана и генеральной сметы. Создание эскизов и изготовление декораций, костюмов, реквизита. Поиск и утверждение локаций. Создание съёмочных карт и операторских экспликаций. Подбор актёров (кастинг) и проведение предварительных репетиций. Утверждение постановочного проекта. Производственный этап. Съёмочный период. Постпродакшн (отсмотр и анализ отснятого материала, монтаж, цветокоррекция, создание графического оформления телепроекта, озвучание, сведение звука, подготовка всей необходимой документации для эфира). Анализ результатов. Получение обратной связи от целевой аудитории. Анализ прибыли и рентабельности.

Мультимедиа как один из современных форматов творчества. Медиаконвергенция и мультимедиаизация контента.

Понятие мультимедийного продукта. Инструменты и технологии создания мультимедийного продукта. Размещение мультимедийного продукта в глобальном пространстве.

Жанры современной мультимедийного контента. Возможности для работы продюсера в мультимедийном пространстве (привести примеры). Внутрижанровая дифференциация репортажей на современных медиа: событийный, тематический (проблемный),

специальный. Структурные элементы репортажа: видеоряд, интершум, графика (схема, карта, диаграмма, турнирная таблица), лайф, люфт, синхрон, stand-up, закадровый текст, титры (подписи интервьюируемых, геотитры, поясняющие титры, субтитры, «бегущая строка»). Специфика работы продюсера во всех видах репортажей. Организационная структура информационной службы как миниатюрная копия классической линейно-функциональной организационной структуры. Характеристика линейно-функциональной организационной структуры: линейные полномочия передаются от начальника к подчиненному и далее к другим подчиненным, в основе – принцип функциональной специализации.

Технологии взаимодействия с обществом современных медиа. Роли продюсера в глобальном медиапространстве.

Технологии и инструменты продвижения мультимедийного контента в социальных сетях. Основные принципы SMM в глобальном пространстве.

Современный медиапроект в глобальном пространстве. Структура, планирование, ресурсы медиапроекта. Планирование и развитие медиапроекта. Формирование команды медиапроекта, принципы развития команды в глобальном пространстве.

Медиапланирование в глобальном пространстве. Принципы, инструменты и технологии медиапланирования в современных медиа.

Медиамаркетинг в мультимедийной среде. Инструменты и технологии медиамаркетинга в мультимедийной среде.

Раздел II

Современная экономика медиапроекта

Состояние и главные тенденции развития современной медиаэкономики. Современный медиарынок, как сдвоенный рынок товаров и услуг. Контент – как главный продукт медиаиндустрии. Коммодификация СМИ, информация как товар.

Особенности менеджмента СМИ. Аналитические инструменты и методы медиаменеджмента. Базовые стратегии развития медиакомпаний. Конкурентные стратегии в СМИ. Основные бизнес-модели российских медиапредприятий. Различия между бизнес – моделями «традиционных» медиа, Интернет-СМИ и «новых медиа».

Медиаэкономика на макро- и микроуровне. Материальные и нематериальные активы медиапредприятий. Бизнес – планирование деятельности медиапредприятия.

Сегментация и фрагментация медиааудитории. Основные понятия: сегментирование рынка, сегмент, рыночная ниша, рыночное окно. Стратегии охвата рынка. Выбор стратегии охвата рынка. Основание сегментирования рынка. Принципы и критерии определения целевой аудитории: географическая, демографическая, социально-экономическая сегментация, психографическая, поведенческая сегментация. Классификация целевой аудитории на подгруппы. Сегментирование аудиторий СМИ. Основания для классификации аудитории СМИ: медиалогические, социально-демографические, социально-психологические.

Понятие и функции календарно-постановочного плана. Методика составления календарно-постановочного плана. Факторы, влияющие на рост или снижение производительности труда (на выработку в смену). Информационная и нормативная основа для создания календарно-постановочного плана: киносценарий, режиссерский сценарий, графическая раскадровка сценария, производственно-техническая разработка сцен, утвержденные объекты, актёрский график внешней занятости, постановочный проект, установленный формат фильма (выраженный полезным метражом), утвержденный или расчетный норматив выработки полезного метража в съёмочную смену.

Источники финансирования медиапроектов: рекламная деятельность, государственное финансирование, использование собственных ресурсов, привлечение инвестиций и кредиторов, привлечение спонсоров, совместное производство, абонентская плата. Специфика и технология производства «Productplacement»: основные параметры и особенности размещения продуктов в кадре (активная/пассивная, вербальная/невербальная

демонстрация).

Раздел III

Технологические аспекты профессиональной деятельности продюсера мультимедиа

Объем смысловой и эмоциональной информации, заключаемой в общем плане. Общий план как характеристика среды обитания героя. Средний план как способ в раскрытии и мотивировке действия, развитии драматургии кинопроизведения, характеристика социального статуса героя. Крупный план как один из основных приемов в раскрытии характера, как максимально эмоциональное воздействие на зрителя. Деталь как концентрированное выражение мысли.

Основные понятия кинодраматургии: тема, идея, сверхзадача, сквозное действие, конфликт, событие. Сюжет как основа сценария. Основные компоненты сюжета – действие, мотивировка, конфликт, перипетия. Сюжет и фабула. Драматургическая композиция.

Мизансцена как образный язык режиссера, способность режиссера мыслить пластическими образами. Различие кинематографической и театральной мизансцен. Понятие мизанкадра. Атмосфера как материальная среда, в которой живет, существует экранный образ. Темпоритм как способ выражения режиссерского замысла. Определение темпа и ритма. Ритм как организованное чередование длительностей, темп как скорость протекания процессов, темпоритм как проявление степени напряжения. Внешний и внутренний ритм. Взаимосвязь мизансцены, темпоритма и атмосферы в телевизионном творчестве.

Задача художника-постановщика – визуализация (в эскизах декораций и натуральных локаций) режиссёрского видения будущего фильма. Основа изобразительного решения картины в литературном сценарии – места действия, характерные черты внешности героев. Первые этапы работы художника-постановщика – композиционное и колористическое решение кадра, соответствие жанру картины. Утверждение основной изобразительной концепции. Команда главного художника – художественно- постановочная группа.

Раздел IV

Правовые аспекты продюсерской деятельности

Правовое регулирование продюсирования. Авторские договоры. Медиаконтент как объект авторского права. Нормативно-правовые документы, регламентирующие деятельность продюсера.

Раздел V

Безопасность жизнедеятельности продюсера и его физическая культура

Безопасность жизнедеятельности в жизни современного общества. Основные классификационные признаки чрезвычайных ситуаций. Основные источники и причины чрезвычайных ситуаций техногенного характера. Укрытие населения (персонала объектов) в защитных сооружениях ГО. Классификация защитных сооружений и их предназначение.

Распределение рабочих и служащих и эвакуация населения, сущность и способы распределения и эвакуации. Применение средств индивидуальной защиты. Порядок обеспечения населения средствами индивидуальной защиты.

Физическая культура продюсера. Профилактика профессиональных заболеваний продюсера. Организм человека как единая саморазвивающаяся и саморегулируемая биологическая система. Характеристика функциональных систем организма и их совершенствование под воздействием направленной физической тренировки.

2.2. Оценочные материалы для проведения итогового экзамена

2.2.1. Описание показателей, критериев и шкалы оценивания

По окончании итогового экзамена объявляется совещание, в котором принимают участие только члены комиссии. На совещании обсуждаются ответы каждого студента; по итогам обсуждения выставляется оценка: “отлично”, “хорошо”, “удовлетворительно”, “неудовлетворительно”.

Критерии оценок.

Оценка «отлично» - результат обучения показывает, что выпускник способен использовать сведения из различных источников для успешного исследования и поиска решений в нестандартных практико-ориентированных ситуациях. Обучающийся показывает высокий уровень теоретических и практических знаний, видит междисциплинарные связи. Профессионально, грамотно, последовательно, хорошим языком излагает материал, формулирует выводы. На вопросы членов комиссии отвечает кратко, аргументировано, уверенно, по существу. Достигнутый уровень оценки результатов обучения по направлению подготовки является основой для формирования компетенций, соответствующих требованиям ФГОС ВО.

Оценка «хорошо» - результат обучения показывает, что выпускник продемонстрировал результат на уровне осознанного владения учебным материалом и учебными умениями, навыками и способами деятельности в профессиональной области; способен анализировать, проводить сравнение и обоснование выбора методов решения заданий в практико-ориентированных ситуациях. Выпускник показывает достаточный уровень профессиональных знаний и владений, свободно оперирует понятиями, методами оценки принятия решений. Имеет представление о междисциплинарных связях, умеет анализировать практические ситуации, но допускает некоторые погрешности. Ответ построен логично, материал излагается хорошим языком, но при этом допущены некоторые незначительные неточности.

Оценка «удовлетворительно» - результат обучения показывает, что выпускник обладает необходимой системой знаний и владеет некоторыми навыками, способен понимать и интерпретировать освоенную информацию, что является основой успешного формирования умений и навыков для решения практико-ориентированных задач. Выпускник показывает достаточные знания, но при ответе отсутствует должная связь между анализом, аргументацией и выводами.

Оценка «неудовлетворительно» - Результат обучения свидетельствует об усвоении некоторых элементарных знаний ключевых вопросов. Допущенные ошибки и неточности при устном ответе показывают, что выпускник не овладел необходимой системой знаний по направлению подготовки, затрудняется при анализе практических ситуаций. Не может привести примеры из реальной практики. Неправильно отвечает на вопросы или затрудняется с ответом.

Особое значение для оценки имеет конкретность ответа, способность студента приводить в качестве примеров достоверные факты.

Студент, в связи с получением оценки «неудовлетворительно», отчисляется из АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» с выдачей справки об обучении. Повторно сдать экзамен можно не ранее чем через год и не позднее чем через пять лет после срока сдачи экзамена.

2.2.2. Типовые контрольные задания или иные материалы

Вопросы экзамена

по специальности 55.05.04 Продюсерство, специализация: «Продюсер мультимедиа»

1. Основные тенденции развития современных медиасистем (глобализация, дигитализация, диверсификация, конвергенция, мобильная журналистика).
2. Медиаконвергенция. Признаки конвергентного медиа. (приведите примеры) (ОПК-
3. Интерактивность современных медиа. (Приведите примеры).
4. Жанровая структура современной телевизионной журналистики. Соотношение жанра и формата. (Приведите примеры)
5. Особенности государственной, коммерческой и общественной моделей телевидения и радиовещания. (Приведите примеры)
6. Новые мультимедийные жанры в Интернет-СМИ (приведите 2-3 примера)
7. Жанровое своеобразие репортажа в мультимедийной журналистике. (приведите 2-3 примера)
8. Жанровое своеобразие интервью в мультимедийной журналистике. (Приведите примеры)
9. Телевидение в системе СМИ: функции, специфика, типология, основные тенденции развития.
10. Телевизионные новости и технология их производства. Информационный сюжет как структурная единица новостного выпуска.
11. Организационная структура информационной службы ТВ каналов.
12. Место и роль продюсера в технологии производства телевизионного репортажа.
13. Инструменты и технологии медиапроектирования в мультимедийной журналистике. (Приведите примеры)
14. Технологии создания современного мультимедийного медиапродукта. (приведите 2-3 примера)
15. Технологический процесс производства и продюсирования телепроекта.
16. Специфика медиамаркетинга в мультимедийной среде. (приведите 2-3 примера)
17. Принципы, инструменты и технологии SMM в медиа. (приведите 2-3 примера)
18. Инструменты взаимодействия и измерения аудитории в современных медиа. (приведите 2-3 примера)
19. Состояние и главные тенденции развития современной мировой медиаэкономики.
20. Двойственный характер современного медиарынка.
21. Конкуренция медиа на рынке свободного времени, на рынке содержания, на рынке рекламы (приведите примеры).
22. Основные стратегии достижения конкурентных преимуществ в медиабизнесе.
23. Бизнес-модели российских СМИ (приведите примеры).
24. Основные принципы сегментирования потребительского рынка. Сегментирование зрительских аудиторий.
25. Цели и структура бизнес-плана медиапредприятия.
26. Цели, задачи и функциональные обязанности продюсера в сфере экранных искусств. Взаимодействие продюсера с основными структурами и участниками производственного процесса.
27. Календарно-постановочный план: назначение, методика составления, роль в управлении производственным процессом и организации взаимодействия съёмочных цехов.
28. Финансирование телепроектов в условиях рыночной экономики
29. Место и роль продюсера в технологии производства телевизионной рекламы. Специфика взаимодействия продюсера и заказчика.
30. Составление календарного плана. Перечень документов. Подготовительный период;
31. Составление сметы расходов на производство фильма . Раздел штатного расписания , начислений по заработной плате. Общестудийные расходы;
32. Форма договоров: с авторами, творческим составом, с актёрами, продюсером.

33. Основной носитель смежного права в аудиовизуальной сфере;
34. Осуществление постановки кино- видеопроекта;
35. Опись документов при подаче заявки на постановку проекта
36. Путь медиапроекта от автора к зрителю
37. Принципы и виды монтажа.
38. Масштаб объектов в кинокадре. Значение крупности плана.
39. Основные понятия кинодраматургии.
40. Основные выразительные средства режиссуры.
41. Формы взаимодействия режиссёра-постановщика и художника-постановщика.
42. Возникновение и развитие продюсерства.
43. Формирование института продюсирования в дореволюционной России (конец XIX века – 1917 г.).
44. Этапы развития российского телевидения.
45. Основные достижения отечественного кинематографа периода его становления (1908 – 1918 гг.).
46. Основные художественные направления в развитии зарубежного кинематографа.
47. Особенности принятия стратегических решений
48. Принятие решений по вопросам внешней среды организации
49. Принятие решений во внутренней среде организации
50. Производственная структура кино-телепредприятия. Кадровое обеспечение
51. Особенности правового режима деятельности продюсера
52. Правовое регулирование продюсирования. Авторские договоры.
53. Медиаконтент как объект авторского права.
54. Требования к безопасности на рабочем месте продюсера.
55. Работа продюсера в чрезвычайных ситуациях. .
56. Приемы оказания первой помощи в чрезвычайных ситуациях.
57. Компоненты профилактической работы профессиональных заболеваний продюсера.
58. Способы профилактики профессиональных заболеваний продюсера.

2.2.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов освоения образовательной программы

Итоговый экзамен принимает экзаменационная комиссия (ЭК). К началу экзамена должны быть подготовлены:

- копия приказа о составе экзаменационной комиссии;
- копия приказа о допуске к итоговой аттестации;
- программа итоговой аттестации;
- экзаменационные билеты;
- зачетные книжки;
- список студентов, сдающих экзамен в соответствующий день;
- бланки протоколов сдачи экзамена;
- чистая бумага со штампом АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»
- нормативные документы

Экзаменационный билет содержит два вопроса из программы.

Максимальное время на подготовку к ответу – 40 минут.

В ходе экзамена студенты имеют право пользоваться данной программой, законодательными и правовыми актами Российской Федерации и местных органов власти. Не допускается использование конспектов, справочной, профессиональной и учебной литературы; электронных средств (мобильных телефонов, планшетов, ноутбуков и т.п.). В случае нарушения указанных правил студент удаляется с экзамена и получает оценку «неудовлетворительно».

Члены Экзаменационной комиссии имеют право задавать студентам дополнительные вопросы в рамках вопросов билета.

2.3. Учебно-методическое и информационное обеспечение итогового экзамена

Литература:

1. 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>
2. Кинодистрибуция : 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>
3. 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>
4. Немировская, М. Л. Телевидение как среда для реализации продюсерских проектов / М. Л. Немировская. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 200 с. : схем., табл., ил. – (Медиаобразование). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=683207>
5. 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>
6. Парсаданова, Т. Н. Телевидение, онлайн- и офлайн-кинотеатры : учебное пособие / Т. Н. Парсаданова, Е. В. Ефименко, Н. Б. Ромодановская ; под ред. Т. Н. Парсадановой ; Всероссийский государственный университет кинематографии им. С. А. Герасимова (ВГИК), Кафедра продюсерского мастерства. – Москва : Юнити-Дана, 2025. – 441 с. – (Продюсерство). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=730119>
7. Парсаданова, Т. Н. Телепродюсерство : современные аспекты : учебное пособие / Т. Н. Парсаданова ; Всероссийский государственный институт кинематографии им. С. А. Герасимова (ВГИК). – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 232 с. – (Продюсерство). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=720271>
8. 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>
9. Продюсерство : экономико-математические методы и модели : учебное пособие / О. В. Браилова, В. Г. Горчакова, С. С. Есионова [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>
10. Ресурсы кинобизнеса : учебное пособие / под ред. В. И. Сидоренко, П. К. Огурчикова, М. В. Шадринной ; Всероссийский государственный институт кинематографии им. С. А. Герасимова (ВГИК). – Москва : Юнити-Дана, 2019. – 353 с. : ил., табл. – (Продюсерство). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686394>

11. Рукомойникова, В. П. Технологии шоу-бизнеса : учебное пособие : [16+] / В. П. Рукомойникова ; Поволжский государственный технологический университет. – Йошкар-Ола : Поволжский государственный технологический университет, 2019. – 80 с. : табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=570651>
12. Сидоренко, В. И. От идеи к бюджету фильма : учебное пособие / В. И. Сидоренко. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 257 с. : схем., табл., ил. – (Продюсерство). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=683434>
13. Сидоренко, В. И. Продюсер и право : юридические аспекты кинопроцесса : учебное пособие / В. И. Сидоренко, Е. А. Звегинцева ; Всероссийский государственный институт кинематографии им. С. А. Герасимова (ВГИК). – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 224 с. : табл. – (Продюсерство). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=720273>
14. Сидоренко, В. И. Сколько стоит фильм? : практическое пособие по расчету стоимости производства и решению правовых вопросов : учебное пособие / В. И. Сидоренко, Е. А. Звегинцева ; под общ. ред. В. И. Сидоренко ; Всероссийский государственный институт кинематографии им. С. А. Герасимова (ВГИК), Кафедра продюсерского мастерства. – Москва : Юнити-Дана, 2022. – 577 с. : табл. – (Продюсерство). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=720272>
15. Сумская, А. С. Продюсирование в студии продакшн : краткий курс истории продюсирования в кино и на телевидении : учебно-методическое пособие / А. С. Сумская ; Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина. – Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2018. – 119 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=696235>

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. <https://biblioclub.ru/> - университетская библиотечная система online Библиоклуб.ру
2. <https://ro-edu.ru/> - Федеральный медиапортал «Российское образование»
3. <https://www.elibrary.ru/> - электронно-библиотечная система eLIBRARY.RU, крупнейшая в России электронная библиотека научных публикаций
4. <http://www.consultant.ru/> - справочная правовая система КонсультантПлюс
5. <https://rusproducers.com/> - Ассоциация продюсеров кино и телевидения
6. <https://orgcinema.ru/> - Гильдия продюсеров и организаторов кинопроцесса союза кинематографистов РФ
7. <https://chartmetric.com/> - комплексная платформа для аналитики музыки, предназначенная для расширения прав и возможностей артистов, лейблов и профессионалов отрасли с действительными знаниями на различных музыкальных платформах
8. Электронный журнал «Медиаскоп» <http://www.mediascope.ru/>
9. Электронный журнал «Медиаальманах» <http://mediaalmanah.ru/>
10. Аналитический портал «Медиатулбокс» <http://mediatoolbox.ru/>
11. Интернет-журнал о современном телерынке «Кабельщик» <http://www.cableman.ru>
12. Система анализа СМИ и соцмедиа в режиме реального времени «Медиалогия» <http://www.mlg.ru>

3. Рекомендации по подготовке и оформлению ВКР

3.1. Общие требования к содержанию и оформлению ВКР

Выпускная квалификационная работа – самостоятельная, творческая работа студента, при выполнении которой обучающийся должен показать свою способность и

умение, опираясь на полученные углубленные знания, умения и сформированные общекультурные и профессиональные компетенции, самостоятельно решать на современном уровне задачи своей профессиональной деятельности, грамотно излагать специальную информацию, научно аргументировать и защищать свою точку зрения.

Выполнение дипломной работы является заключительным этапом обучения студента и имеет целью:

- систематизацию, закрепление и расширение теоретических знаний студента, на основе которых решается вопрос о присвоении ему соответствующей квалификации;
- выявление знаний студентом основных закономерностей развития искусства и специфики выразительных средств различных его видов, процесса создания и реализации аудиовизуального произведения, методов организации творческого и производственно-технологического процессов, а также знаний продюсирования, общих основ теории кино, режиссерской, актерской профессий, профессий оператора, художника, монтажера и звукорежиссера фильма;
- развитие навыков самостоятельного анализа произведений литературы и искусства;
- творческое освоение научных, законодательных, нормативно методических и других материалов;
- выявление степени подготовленности студента к активной, самостоятельной работе в профессиональной сфере деятельности.

Выпускная квалификационная может быть представлена в следующем виде:

1. Готовое аудиовизуальное произведение любого объема, вида и жанра, в создании которого студент принимал непосредственное участие в качестве продюсера, исполнительного или линейного продюсера. При этом помимо указанного фильма (ролика, мультимедийного продукта, теле- или радиопрограммы и т.п.) студент представляет пояснительную записку, включающую в себя: продюсерскую концепцию создания проекта; принципы и порядок формирования основного состава съемочной группы; оценку зрительского потенциала кино- или телефильма; календарно- постановочный план и генеральную смету; расширенный бизнес-план с указанием источников формирования ресурсов и ожидаемых экономических результатов проката (показа) произведения; организационно-производственный анализ работы съемочной группы;

2. Законченную разработку проекта создания и реализации аудиовизуального произведения по литературному сценарию, утвержденному персонально для каждого студента. В проекте должны быть отражены следующие разделы: продюсерская экспертная оценка литературного сценария; творческо-производственная разработка литературного сценария (в разрезе сцен и объектов); оценка зрительского потенциала медиапроекта и рекомендации по его повышению; требования, предъявляемые к основному составу творческой группы и исполнителям; показатели, характеризующие творческо-постановочную сложность проекта; постановочная экспликация, предусматривающая оптимальные творческо-постановочные решения съемок и монтажа фильма; календарный план и расширенный лимит затрат (генеральную смету); конкретные и аргументированные (с необходимыми расчетами) предложения по формированию источников финансирования производства фильма; бизнес-план; предложения по использованию новых экранных технологий.

Выпускная квалификационная работа должна отвечать следующим основным требованиям:

- представлять самостоятельную разработку творческо-постановочной и производственно-экономической документации и других материалов по созданию и реализации аудиовизуального произведения на основе литературного сценария и подготовленной самим студентом продюсерской концепции, стратегии и тактики постановки и продвижения фильма;
- являться итогом приобретенных теоретических и практических знаний, умений и навыков;

– свидетельствовать о способности студента творчески осмысливать основные принципы и методы управления медиапроектом и функционирования рынка реализации аудиовизуальной продукции, применять новые методологические и методические принципы при анализе различных составляющих медиапроцесса, пользоваться современными методами изучения исследуемых явлений и процессов, самостоятельно формулировать выводы на основе изучения современной практики функционирования мультимедийной аудиовизуальной сферы в целом;

– иметь практическую значимость, четкую направленность на реализацию эстетических и социально-экономических задач в условиях рыночных отношений; ориентироваться на выявление, анализ и обобщение новых подходов и тенденций в мультимедийной сфере;

– отличаться лаконизмом, четким, ясным и, возможно, проблемно-полемиическим характером изложения материала, достоверностью фактов; отражать собственные взгляды и комментарии, умение пользоваться рациональными приемами поиска, отбора, систематизации и обработки информации;

– отражать высокую научную добросовестность, достоверность данных и объективность автора.

Авторская разработка ВКР должна обладать актуальностью и быть в максимальной степени приближена к реальным условиям медиапроизводства и медиабизнеса.

НАУЧНЫЙ РУКОВОДИТЕЛЬ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

Научный руководитель назначается из числа профессорско-преподавательского состава кафедры и утверждается приказом ректора.

К обязанностям научного руководителя относятся:

- знакомство студента с требованиями, предъявляемыми к ВКР;
- корректировка формулировки темы в соответствии с интересами студента и с учетом направлений научно-исследовательской работы коллектива кафедры;
- помощь в составлении плана работы;
- проведение консультаций и собеседований со студентом в ходе подготовки и написания работы;
- контроль и фиксация выполнения графика подготовки ВКР;
- проверка ВКР на антиплагиат по программе «Антиплагиат.ВУЗ»;
- проверка выполненной работы и составление письменного отзыва;
- консультации по подготовке к защите на заседании ГЭК.

СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

Независимо от темы выпускная квалификационная работа должна содержать следующие обязательные составные части:

1. **Титульный лист** установленного образца.
2. **Задание** на выполнение выпускной квалификационной работы.
3. **Содержание** включает в себя наименования глав и параграфов ВКР. Обязательное требование – дословное повторение в заголовках содержания названий глав и параграфов, представленных в тексте, в той же последовательности и соподчиненности с указанием номеров страниц.
4. **Введение.** Здесь раскрывается актуальность темы выпускной квалификационной работы, указываются объект и предмет исследования, ставятся цель и задачи, определяются

теоретические основы, информационное обеспечение (законодательные и нормативно-правовые акты, материалы по исследуемому объекту за период не менее 3 лет), методы исследования. Во введении не следует давать определения, информацию в форме таблиц или рисунков. Все формулировки должны быть краткими, четкими, логически последовательными, с соблюдением принципа субординации цели и задач.

5. Основная часть работы состоит из теоретической, расчетно-аналитической и практической глав, разбитых на параграфы.

В основной части работы должно быть полно и систематизировано изложено состояние вопроса, которому посвящена данная работа. Предметом анализа должны быть новые идеи, проблемы, возможные подходы к их решению, результаты предыдущих исследований по вопросу, которому посвящена данная работа (при необходимости), а также возможные пути решения поставленных целей и задач.

Основная часть выпускной ВКР состоит из нескольких логически завершенных разделов (глав), которые могут разбиваться на параграфы и пункты. Каждый из разделов (глав) посвящен решению одной из задач, сформулированных во введении. Каждая глава является базой для последующей. Количество глав не может быть менее одной. Названия глав должны быть предельно краткими и точно отражать их основное содержание. Название главы не может повторять название ВКР. Последовательность теоретического и экспериментального разделов в основной части выпускной работы не является регламентированной и определяется типом и логикой исследования. В заключительной главе анализируются основные результаты, полученные лично автором в процессе исследования, приводятся разработанные им рекомендации и предложения, опыт и перспективы их практического применения.

Каждая глава должна заканчиваться краткими выводами. Выводы – новые суждения, а, точнее – умозаключения, сделанные на основе анализа теоретического и/или эмпирического материала данной главы.

6. Заключение. В заключение работы дается обобщенная итоговая оценка проделанной научно-исследовательской работы. По содержанию заключения судят о профессиональной зрелости и практической квалификации, о теоретической и практической значимости ВКР. Важно, чтобы заключение не стало механическим суммированием выводов по параграфам и главам. Оно должно быть итогом интегрирования этих выводов, синтезированным выражением всего существенного, что содержится в работе. Как правило, в заключении выпускной квалификационной работы отражаются следующие аспекты:

- перспективность использованного подхода;
- новизна работы;
- целесообразность применения тех или иных методов и методик;
- сжатая формулировка основных выводов, полученных в результате проведения исследования.

Заключение должно содержать общие итоги выпускной квалификационной работы, перечисляются конкретные результаты, полученные обучающимся, указываются направления использования предложенных им теоретических и практических решений.

7. Список литературы включает все источники, на которые есть ссылки в выпускной квалификационной работе. Он должен **содержать не менее 40 позиций** и оформляется в соответствии с требованиями ГОСТ.

8. Приложение. В этом разделе, если он необходим, помещаются иллюстративные материалы, схемы, таблицы, результаты расчетов и т.д. В приложения включаются материалы, имеющие дополнительное справочное или документально подтверждающее

значение, но не являющиеся необходимыми для понимания содержания ВКР, например, копии документов, выдержки из отчетных материалов, отдельные положения из инструкций и правил, статистические данные, данные о проекте. Приложения не должны составлять более 1/3 общего объема ВКР.

Последний лист ВКР содержит дату предоставления готовой работы в деканат и подпись обучающегося.

ВКР должна быть выдержана в научном стиле, который **исключает** употребление местоимений от первого лица. В тексте ВКР необходимо придерживаться научного стиля, применять профессиональную терминологию и лексику, использовать неопределенно-личные предложения (например: «Сначала производят отбор факторов для анализа, а затем устанавливают их влияние на показатель»).

Сокращение слов в тексте не допускается (за исключением общепринятых слов и терминов). Изложение материала должно быть последовательным и логичным. Все главы должны быть связаны между собой. Особое внимание следует обращать на логические переходы от одной главы к другой, от параграфа к параграфу, а внутри параграфа – от вопроса к вопросу.

Объем выпускной квалификационной работы, не считая приложения, должен составлять примерно 65-70 страниц.

1. Требования к оформлению выпускной квалификационной работы

Содержание выпускной квалификационной работы следует сразу после титульного листа. Выпускная квалификационная работа должна быть набрана на компьютере и распечатана в соответствии со следующими требованиями:

- шрифт Times New Roman;
- размер шрифта - 14 pt;
- межстрочный интервал - 1,5;
- поля: слева - 3 см, справа – не более 1,5 см, сверху и снизу - 2 см;
- абзацный отступ – 1,25 см
- выравнивание текста - «по ширине».

Каждую новую главу ВКР следует начинать с новой страницы. Нумерация страниц текста должна быть сквозной, первой страницей является титульный лист, второй - содержание. На первой странице номер не ставится. На последующих страницах номер проставляется арабскими цифрами внизу, справа. Заключение и список литературы также начинаются с отдельной страницы.

Перенос текста в названии темы выпускной квалификационной работы не допускается. Точка в конце не ставится. Название темы берется в кавычки, далее в скобках пишется объект исследования (на примере ООО «МедиаПлюс»).

Задание на ВКР является вторым листом ВКР. Номер страницы не проставляется. Оформляется на бланке установленной формы.

Содержание является третьим листом ВКР с нумерацией страницы - 2. Содержание работы включает введение, название глав, параграфы к каждой из глав, заключение, список литературы и приложения с указанием страниц.

Заголовки содержания должны точно повторять заголовки в тексте. Содержание должно помещаться на одной странице.

Названия отдельных глав должны согласовываться с темой ВКР, а названия параграфов должны согласовываться с названиями соответствующих глав, а также должны быть краткими, состоять из ключевых слов, несущих основную смысловую нагрузку.

В работе используется сквозная нумерация страниц, **включая список литературы.**

Все иллюстрации (диаграммы, схемы, гистограммы, фотографии) обозначаются словом «Рис.». Нумерация рисунков и таблиц осуществляется последовательно в рамках ВКР.

Заголовок таблицы помещается после слова «Таблица» над соответствующей таблицей с выравниванием «по левому краю» и начинается с прописной буквы. Подчеркивать заголовки не следует. Абзацный отступ не применяется. Точка в конце заголовка не ставится. Таблицу рекомендуется помещать после первого упоминания о ней в тексте. Названия верхней строки таблицы должны находиться на одной странице с таблицей. При переносе части таблицы на следующую страницу необходимо указать «Продолжение Таблицы (номер таблицы)» с выравниванием по правой стороне. Шрифт текста в таблице Times New Roman - 12 pt, интервал – 1 или 1,15. В шапке таблицы текст форматируется по центру.

Образец оформления таблицы:

Таблица 1. Продюсеры вошедшие в ТОП-10 в 2024 году

ФИО	Доход	Медиапродукт
Антон Златопольский	3 млрд 58.1 млн руб. (3 релиза)	Мистер Нокаут, Сердце Пармы, Чебурашка
Лика Бланк	2 млрд 430.5 млн руб. (9 релизов)	Мой папа – вождь, Молодой человек, Календарь ма(й)я, Чебурашка
Yellow, Black & White /Эдуард Илюян, Денис Жалинский, Виталий Шляппо, Алексей Троцюк	2 млрд 9.5 млн руб. (4 релиза)	Бывшие. Harry End, Чебурашка.
Юлиана Слащёва	1 млрд 967 млн руб. (3 релиза)	Чебурашка.
Георгий Малков	909.6 млн руб. (6 релизов)	Непослушник, Булки, Непослушник 2. Вспомнить всё!

Заголовок рисунка помещается сразу после слова «Рис.» под соответствующим рисунком с выравниванием «по левому краю» без абзацного отступа, начинается с прописной буквы. Шрифт текста в рисунке (диаграммы, схемы, графика) - Times New Roman, размер - 12 pt, межстрочный интервал-1, или 1,15.

Образец оформления рисунков

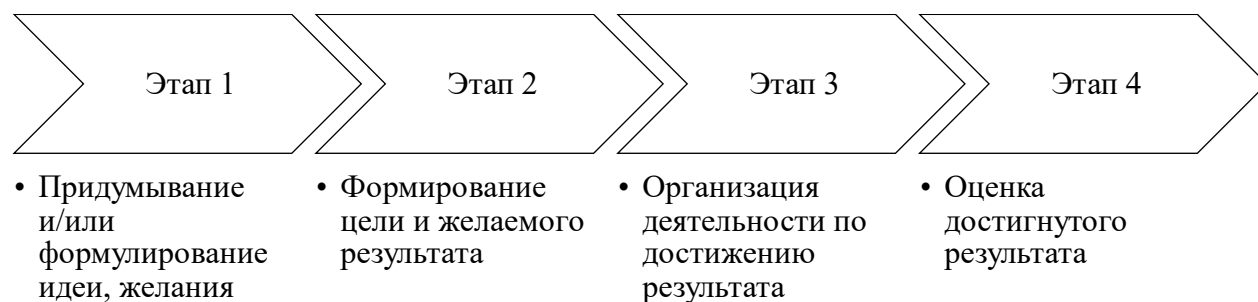


Рис. 1. Технологии в продюсировании

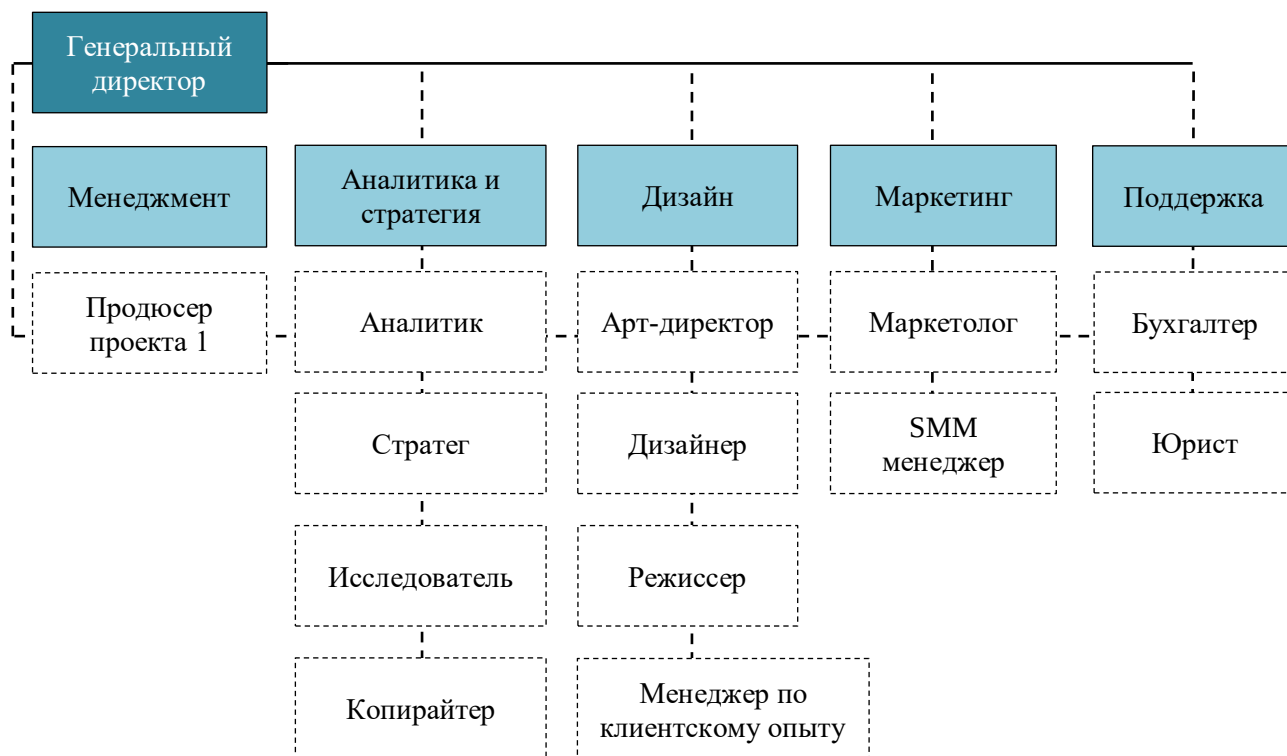


Рис. 2. Структура организации ООО «МедиаПлюс» в первый год работы

Если рисунок заимствован из учебника, монографии или научной статьи, то есть не является авторским, то ссылка на источник обязательна. В данном случае в квадратных скобках указан номер из списка литературы, под которым стоит название источника, и номер страницы, где приведен рисунок.

МЕСТО	АГЕНТСТВО	ВСЕГО	ТВ	ИНТЕРНЕТ	ПРЕССА	РАДИО	ООН	КЛИЕНТЫ	МЕСТО 2023	ВСЕГО 2023
1	Mera	41 670	26 932	10 427	14	877	3 419	Яндекс, ОТС, Далопе, Лента, Останкино	2	31 868
2	Media Instinct	40 545	26 579	10 010	236	928	2 791	—	3	28 132
3	СберМаркетинг	40 000	21 619	14 242	65	1 296	2 777	СберБанк, МераМаркет, ОКНО, Стокманн, ПИК	4	24 739
4	OMD Optimum Media	31 716	17 101	9 414	844	919	3 438	—	1	29 609
5	OOM	27 520	6 859	19 602	10	322	727	—	—	—

Рис. 3. Рейтинг Медиаагентств в 2024 г. (млн. руб, без НДС, по объему медиазакупок в 2023 г.) [12]

Рисунок не должен занимать более 1/3 страницы. В исключительных случаях разрешается его объем увеличивать до 1/2 страницы. Если размер рисунка превышает данные требования, либо при его уменьшении информация, размещенная в нем, становится «не читаемой», то такой рисунок (схему, диаграмму, график) переносят в приложение и увеличивают до необходимого для его прочтения размера.

Рисунки и таблицы необходимо размещать в рамках полей основного текста.

Оформление списка литературы

Используемые источники располагаются в следующем порядке **с использованием сквозной нумерации**:

- нормативные правовые акты (в порядке значимости: Конституция, кодексы, федеральные законы, указы, постановления; региональные законы, указы, постановления и т.д.).
- научная и учебная литература, включая электронные издания и журналы (в алфавитном порядке по фамилии первых авторов или заглавий изданий (если автор не указан);
- источники на иностранных языках (указывается в латинском алфавите и размещается после перечня литературы на русском языке);
- ресурсы сети Интернет (сайты, страницы сайтов, блоги, страницы соцсетей и пр.; сначала на русском, потом на иностранном языке).

Примеры оформления списка литературы

Оформление нормативно-правовых актов

1. Конституция Российской Федерации. Принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020 // Правовая система Консультант плюс. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/ (дата обращения: 15.01.2025).
2. Гражданский Кодекс Российской Федерации (часть первая) Федеральный закон принят 30.11.1994 года № 51. – ФЗ (ред. от 30.12.2015) // Российская газета. – №2 от 12.01.2016.

Оформление книг

одного, двух или трех авторов:

1. Синяева, И.М. Маркетинг торговли: учебник / И.М. Синяева, С.В. Земляк, В.В. Синяев; под ред. Л.П. Дашкова. – 4-е изд. – Москва: Дашков и К°, 2015. – 750 с.
2. Чернопяттов, А.М. Маркетинг: учебник: / А.М. Чернопяттов. – 2-е изд., стер. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2019. – 439 с.

более трех, авторов:

1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник / В.Т. Гришина, Л.А. Дробышева, Т.Л. Дашкова [и др.]; под ред. Ю.В. Морозова, В.Т. Гришиной. – 9-е изд. – Москва: Дашков и К, 2018. – 446 с.

При **оформлении электронной книги**, пользуются теми же правилами что и для оформления книг, но с указанием ссылки на источник и даты обращения.

1. Фомичев, А.Н. Стратегический менеджмент: учебник для вузов / А.Н. Фомичев. – Москва: Дашков и К, 2018. – 468 с – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496068> (дата обращения: 26.01.2025).

Оформление глав монографий, статей из сборников, журналов, газет

1. Ткач, М. М. Технологическая подготовка гибких производственных систем / М. М. Ткач // Гибкие автоматизированные производственные системы / под ред. Л. С. Ямпольского. – Киев: Издательство, 1995. – С. 42-78.
2. Минько, А. А. Методика определения уплотняющего усилия в торцовых прецизионных разъемах ТНВД / А. А. Минько // Эксплуатация судовых энергетических установок, систем и оборудование сельскохозяйственного производства : сб. науч. тр. / КГТУ. – Калининград : Изд-во КГТУ, 1994. – С. 57-61.
3. Варламова, Т.П. Ипотечное кредитование в России: история и современное состояние / Т.П. Варламова // Поволжский торгово-экономический журнал. – 2014. – № 5 (39). – С. 42-50.
4. Степанова, Г.Н., Разработка коммуникационной кампании для диджитал-платформы «Медиазор» на основе изучения целевой аудитории / Г.Н. Степанова, С.А. Нефедова, В.Е. Белкина, К.Е. Савинская // Вопросы медиабизнеса. – 2024. – №2. – С. 27-37. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razrabotka-kommunikatsionnoy-kampanii-dlya-didzhital-platformy-mediazor-na-osnove-izucheniya-tselevoy-auditorii> (дата обращения: 24.01.2025).
5. Будиловский, Г. Здоровье человека - основа политики / Г. Будиловский //Калининградская правда. – 1997. – 28 янв. – С. 8.

Оформление электронных источников (ресурсов).

1. Федеральная служба государственной статистики: Официальный сайт. – URL: <http://www.gks.ru> (дата обращения: 26.01.2025).
2. Национальный фонд искусств США: Официальный сайт. – URL: <https://www.arts.gov> (дата обращения: 11.12.2024).
3. ГК Самолет: Официальный телеграм-канал. – URL: t.me/GKSamolet (дата обращения: 11.12.2024).
4. Гамаюнова, Т. Этапы медиапланирования / Т. Гамаюнова // Roistat.Blog. – URL.: <https://roistat.com/rublog/etapy-mediaplanirovaniya/> (дата обращения: 23.01.2025).
5. Цифровой маркетинг. Как за два года изменились цифровые коммуникации // СБЕР Про. – URL.: <https://sber.pro/publication/tehnologii-reklami-kak-za-dva-goda-izmenilis-tsifrovie-kommunikatsii> (дата обращения: 23.01.2025).

Оформление перечислений

Перечисления могут приводиться внутри пунктов, подпунктов. Следует ставить маркер перед каждой позицией перечня в виде тире. Дальнейшая детализация перечислений подразумевает использование арабских цифр, следом за которыми ставится скобка. В работе могут быть приведены перечисления, которые выделяются абзачным отступом.

В нумерованном списке после номера ставится точка. Текст после точки печатается с заглавной буквы. В конце строки ставится точка.

1. Здания.
2. Сооружения.
3. Машины.

Для дальнейшей детализации используют маркер в виде точки или тире:

1. Здания:
 - одноэтажные;
 - многоэтажные.

В маркированном списке каждая строка начинается со строчной буквы, в конце строки ставится точка с запятой. В последней строке ставится точка.

Пример:

- здания;
- сооружения;
- машины;
- оборудование.

Для дальнейшей детализации перечисления используют арабские цифры, после которых ставят скобку, приводя их со смещением вправо на два знака относительно перечислений.

Пример:

- макроэкономические риски:
 - 1) риск инфляционных ожиданий;
 - 2) риск изменения процентной ставки.

Важно помнить, что текст всех имеющихся элементов перечисления обязан грамматически подчиняться основной вводной фразе, предшествующей перечислению.

Оформление приложений

Приложение – заключительная часть работы, которая имеет дополнительное, обычно справочное значение, но является необходимой для более полного освещения темы. Приложения представляют собой целый раздел, в который включаются автором работы дополнительные наглядные материалы, считающиеся своеобразным продолжением работы.

Приложения к выпускной квалификационной работе могут включать первичный исследовательский материал: анкеты, статистические данные, формы договоров, копии конкретных соглашений, исполнительных документов, расчеты, таблицы и другие вспомогательные материалы, на которые есть ссылки в тексте работы. Их наличие и качество свидетельствуют о глубине проработки материала по избранной теме, а также являются подтверждением обоснованности выводов и предложений.

Ссылки на приложения в тексте самой работы совпадают с последовательностью написания приложений, их нумерацией. То есть, указание на какое из приложений появилось в работе первым, то приложение и будет возглавлять раздел приложений, а вторым станет то приложение, указание на которое в авторской работе было вторым. Приложения подлежат нумерации в той последовательности, в которой их данные используются в работе (1,2,3,...).

Каждое приложение должно начинаться с новой страницы. Слово «Приложение», с указанием соответствующей нумерации, располагается в правом верхнем углу с выравниванием «по правому краю». Точка после номера приложения не ставится. Приложение должно иметь заголовок, который пишется с прописной буквы, отдельной строкой по центру и выделяется жирным шрифтом.

Нумерация страниц приложений не производится. Количество страниц в приложениях не входит в общий объем страниц выпускной квалификационной работы.

3.2. Оценочные материалы для ВКР

3.2.1 Описание показателей и критериев оценивания компетенций, а также шкал оценивания.

На итоговую оценку за ВКР влияют следующие факторы:

- Актуальность темы работы и научной проблемы исследования
- Теоретическая и практическая значимость исследования
- Корректность постановки целей и задач исследования, их соответствие заявленной теме
- Научно-теоретический уровень, полнота и глубина теоретического исследования
- Качество критического анализа публикаций, их релевантность рассматриваемой проблеме
- Самостоятельность и качество результатов информационно- аналитических работ (сбора, анализа и систематизации данных/ информации)
- Самостоятельность и качество эмпирического исследования
- Достоверность, новизна и практическая значимость результатов
- Самостоятельность, обоснованность и логичность выводов
- Полнота решения поставленных задач
- Самостоятельность и глубина исследования в целом
- Грамотность и логичность письменного изложения. ясность, логичность, профессионализм изложения доклада
- Наглядность и структурированность материала презентации
- Умение корректно использовать профессиональную лексику и понятийно-категориальный аппарат
- Степень владения темой
- Ясность и научность аргументации взглядов автора
- Четкость ответов на вопросы

Оценка «отлично» выставляется за работу, содержащую исчерпывающее решение поставленной цели и задач, аргументированную критику историографии вопроса и демонстрирующую способность к самостоятельному творческому мышлению. Работа не должна содержать грубых фактологических ошибок. Автор обязан умело вести дискуссию, свободно отвечать на любые вопросы и по указанию комиссии переходить от одного аспекта темы к другому, а также выходить за границы обсуждаемой темы.

Оценка «хорошо» ставится за работу, в целом соответствующую заявленной теме, добросовестно выполненную и содержащую все необходимые элементы, демонстрирующую креативное мышление автора, но имеющую в содержании и/или оформлении частные недоработки не принципиального характера.

Оценка «удовлетворительно» ставится в том случае, если в целом тема раскрыта, но в работе недостаточно ясно либо неполно определены основные понятия, отсутствуют или недоработаны наиболее значимые структурные элементы темы.

Оценка «неудовлетворительно» может быть выставлена за неполное решение темы, серьезные фактографические ошибки, несамостоятельность мышления, исключительную компилятивность либо за плагиат, использование искусственного интеллекта.

3.2.2 Примерная тематика ВКР

Виды профессиональной деятельности:

1. Стратегическое планирование медиадеятельности для предприятий различных сфер деятельности.
2. Совершенствование методов и механизмов оценки эффективности медиа деятельности предприятия различных сфер деятельности.
3. Особенности психологического воздействия медиа на поведение потребителей.
4. Особенности медиакоммуникативных технологий в деятельности органов государственной власти.
5. Особенности использования медиаинструментов в сфере благотворительности в современной России.
6. Роль медиакоммуникаций в формировании имиджа и продвижении мультимедийных проектов
7. Роль медиакоммуникации в повышении эффективности коммуникативной политики предприятия.
8. Продюсирование анимационных фильмов: от идеи до реализации.
9. Совершенствование форм и методов государственного регулирования, общественного регулирования и саморегулирования предприятий российского медиарынка.
10. Современные методы оценки эффективности медиакоммуникации: проблемы и перспективы.
11. Национальные особенности восприятия медиакоммуникации: социокультурные аспекты.
12. Продюсирование мультимедиа проектов для современных мобильных платформ
13. Роль медиа в создании торговых марок (брендов).
14. Продюсирование мультимедиа проектов в сфере культуры и искусства.
15. Медиа воздействие как процесс актуализации, создания и реализации ценностей у потребителя: психологический и социокультурный аспекты.
16. Управление медиакоммуникациями компании в экстремальных условиях.
17. Роль стратегических медиакоммуникаций в формировании патриотизма и гражданской позиции населения.
18. Продюсирование игровых мультимедийных проектов.
19. Медиакоммуникации в системе социального и политического управления
20. Организация управления медиапроектом (на примере предприятий различных сфер деятельности).
21. Управление проектом поддержания и коррекции имиджа политического субъекта в масс-медиа.
22. Организационно-управленческие аспекты разработки и продвижения фирменного стиля организации в медиа (на примере...)
23. Управление комплексом медиавоздействия на потребителя при продвижении бренда (на примере...).
24. Разработка креативной медиастратегии торговой марки (на примере...)
25. Медиакампании для повышения туристической привлекательности региона.
26. Формирование конкурентных преимуществ организации медиасредствами (на примере...).
27. Социальные сети как средство продвижения медиаконтента.
28. Социальные медиа: характеристики и проблемы развития.
29. Бизнес-реклама в современных масс-медиа: опыт коммуникативно- психологического анализа.
30. Феномен блоггерства в современном интернет-пространстве.
31. Взаимовлияние ценностных ориентаций общества и контента СМИ.
32. Особенности геймификации в современных медиа: методы и жанры
33. Интегрированные коммуникации: принципы и технологии.
34. Интернет-мем: сущность явления и его воздействие на аудиторию.

35. Кибермоббинг в современных средствах коммуникациях
36. Кибермоббинг в социальных медиа: технологии, эффекты, способы борьбы.
37. Коммерческая и общественная модели медиа: сравнительный анализ.
38. Трансмедийные технологии и аудитория: возможности и проблемы коммуникации
39. Коммуникативные технологии в политической сфере.
40. Проблема формирования критериев эффективности в управлении коммуникацией.
41. Медиа-фрейминг как метод анализа медиа-текстов.
42. Новость как инструмент манипуляции аудиторией.
43. Особенности освещения политических кампаний в СМИ.
44. Особенности работы медиа - специалистов в предвыборный период.
45. Особенности регулирования контента социальных сетей (на примере любой социальной сети).
46. Особенности партизанского маркетинга как специфической медийной услуги.
47. Политические лидеры на телевизионном экране: особенности репрезентации.
48. Политическое событие в традиционных и новых медиа (на примере конкретного события).
49. Потребительская реклама в современных масс-медиа: опыт коммуникативно-психологического анализа.
50. Принципы и инструменты фактчекинга и верификации информации в работе современных медиа.
51. Развитии бренда телевизионной компании.
52. Направления развития медиаменеджмента (на примере организации).
53. Бренд в медиа бизнесе.
54. Сайнстейнмент как отдельное направление медийного производства.
55. Скрытая реклама в различных медиапроектах
56. Скрытые пропагандистские приёмы в информационных текстах СМИ.
57. Мифотворчество в пространстве новых медиа.
58. Социальные сети и блогосфера в политических коммуникациях и PR.
59. Специфика управления креативной деятельностью в медиа.
60. Структура регионального медиарынка России (на примере региона).

3.2.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания

Подготовка к защите выпускной квалификационной работы

Подготовка к защите заключается в оформлении ВКР согласно требованиям АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна», подготовке доклада для защиты, мультимедийной презентации, направлении ВКР на оппонирование и предоставлении дипломной работы с соответствующими документами в деканат.

Доклад

Совместно с научным руководителем студент готовит доклад для защиты ВКР, рассчитанный на 5-8 минут. В докладе кратко излагается актуальность, цель и задачи исследования, представляется ход работы, основные положения и выводы.

Подготовка мультимедийной презентации

Доклад сопровождается мультимедийной презентацией, которая позволяет получить дополнительную информацию о дипломной работе. Презентация является творческой работой студента и дает возможность интереснее и нагляднее представить результаты ВКР. Она может содержать материалы приложений, фотографии, таблицы, диаграммы и иной иллюстративный материал, способствующий углубленному знакомству с работой. Первый слайд частично повторяет титульный лист ВКР. Презентация создается в приложении Microsoft Office PowerPoint и содержит 15-20 слайдов. Благоприятному впечатлению презентации способствует единый стиль ее оформления: единый цветной фон, шрифт, типы графиков, виды маркеров и проч.

Рецензирование дипломной работы

В установленный срок студент представляет работу официальному рецензенту.

В отзыве рецензент отмечается актуальность и практическая значимость темы, обоснованность ее выбора, дается оценка структуры работы, использованных источников и литературы, самостоятельности анализа, формы и стиля изложения, правильности и четкости выводов. Также дается развернутая характеристика каждой главы ВКР с выделением положительных сторон и недостатков. В заключении рецензент излагает свою точку зрения об общем уровне дипломной работы, уровне сформированности компетенций и обязательно дает ей балльную оценку.

Защита дипломной работы

Защита ВКР проводится на заседании Экзаменационной комиссии (ЭК) в строгом соответствии с графиком. Заседание является открытым и на нем могут присутствовать все желающие.

Порядок защиты:

- Выступление студента (5-7 минут)
- Ответы на вопросы членов экзаменационной комиссии
- Выступление научного руководителя (в случае его отсутствия отзыв зачитывается)
- Выступление рецензента
- Ответы на замечания рецензента
- Свободная дискуссия
- Заключительное слово студента

Окончательная оценка за ВКР выставляется на закрытом заседании экзаменационной комиссии.

Студент, не защитивший в установленные сроки ВКР, отчисляется из учебного заведения и может получить справку о периоде обучения. Выпускник, не защитивший ВКР, имеет право быть допущенным к защите повторно в течение 5 лет, но не ранее чем через год.

4. Материально-техническое обеспечение итоговой аттестации

Помещения для подготовки и сдачи итогового экзамена, выполнения и защиты выпускной квалификационной работы, представляют собой учебные аудитории, оснащенные оборудованием и необходимыми техническими средствами обучения. Помещение кабинета удовлетворяет требованиям Санитарно-эпидемиологических правил и нормативам.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Института.

Оборудование учебной аудитории:

Основное оборудование: мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя.

Технические средства обучения: персональные компьютеры с лицензионным программным обеспечением и выходом в сеть Интернет; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран).

Оборудование аудитории для самостоятельной работы:

Основное оборудование: мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя.

Помещения оснащены оборудованием и техническими средствами обучения в соответствии с требованиями ФГОС ВО 55.05.05 Продюсерство

5. Особенности проведения итоговой аттестации для обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья

Процедуры проведения государственной итоговой аттестации для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья регламентируются действующим Положением о проведении государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры.