

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Юров Сергей Серафимович Автономная некоммерческая организация высшего образования

Должность: ректор

Дата подписания: 21.04.2026 17:34:19

Уникальный программный ключ:

3cba11a39f7f7fad578ee5ed1f72a427b45709d10da52f2f114bf9bf44b8f14

**“ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА”**

ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ



УТВЕРЖДАЮ

Ректор

 С.С. Юров

«26» февраля 2026 г.

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

### Б1.В.15 ПРОДЮСИРОВАНИЕ ТВОРЧЕСКИХ ПРОЕКТОВ

**Для направления подготовки:**

38.03.01 Экономика

(уровень бакалавриата)

**Типы задач профессиональной деятельности:**

Организационно-управленческий

**Направленность (профиль):**

«Экономика в креативных индустриях»

**Формы обучения:**

очная

Москва – 2026

Разработчик(и): Прокина Марина Владимировна, старший преподаватель кафедры менеджмента и маркетинга АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

«22» февраля 2026 г.

  
(подпись)

/М.В. Прокина /

Рабочая программа разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО 38.03.01 Экономика (уровень бакалавриата), утв. Приказом Министерства образования и науки РФ № 954 от 12.08.2020 г.

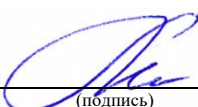
СОГЛАСОВАНО:

Декан ФУБ

  
(подпись)

/Н.Е. Козырева /

Заведующий кафедрой  
разработчика РПД

  
(подпись)

/ Е.С. Мальцева /

Протокол заседания кафедры № 06 от «22» февраля 2026 г.

## 1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цель:** предназначен для формирования у студентов профессиональных знаний, умений и навыков в области продюсерской деятельности, а также маркетинга проектов в креативных индустриях.

### Задачи:

- ознакомить студента с историей возникновения, особенностями,
- направлениями и видами продюсирования в креативных индустриях;
- изучить основы, цели и задачи продюсирования;
- сформировать у студента представление об особенностях маркетинга проектов в области креативных индустрий;
- определить роль фандрайзинга в продюсировании проектов и организаций креативных индустрий;
- сформировать навыки составления плана продвижения проектов в области креативных индустрий
- сформировать комплекс навыков и умений участия в предпринимательстве и в управлении проектами в области креативных индустрий

## 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-1.** Способен разрабатывать, обосновывать и реализовывать предпринимательские и управленческие решения в креативных индустриях

## 4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ОБУЧАЮЩИМСЯ

| Код и наименование компетенции   | Индикаторы достижения компетенции                                  | Результаты обучения  |
|--|--|--|
| <b>ПК-1.</b> Способен разрабатывать, обосновывать и реализовывать предпринимательские и управленческие решения в креативных индустриях | <b>ПК-1.3</b> Обосновывает управленческие и инвестиционные решения | <b>Знает:</b> методологию и критерии обоснования управленческих решений, а также принципы и инструменты анализа для принятия инвестиционных решений.<br><b>Умеет:</b> проводить анализ данных и формировать аргументированные обоснования для принятия эффективных управленческих и инвестиционных решений.<br><b>Владеет:</b> навыками аналитического обоснования и технологиями принятия решений, позволяющими оценивать |

|  |  |   |
|--|--|---|
|  |  | риски и потенциал управленческих и инвестиционных инициатив.  |
|  | <b>ПК-1.4</b> Организует и координирует реализацию креативных проектов | <p><b>Знает:</b> принципы организации и этапы координации реализации проектов в сфере креативных индустрий, включая распределение ресурсов и управление командами.</p> <p><b>Умеет:</b> организовывать полный цикл реализации креативных проектов и координировать взаимодействие участников для достижения поставленных целей.</p> <p><b>Владеет:</b> навыками планирования, организации и координации процессов, обеспечивающими успешную реализацию инновационных креативных проектов.</p> |

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

Общая трудоемкость дисциплины «Продюсирование творческих проектов» для студентов всех форм обучения, реализуемых в АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» по направлению подготовки 38.03.01 Экономика составляет: 3 зачетных единиц (108 часов).

| Вид учебной работы                     | Всего число часов и (или) зачетных единиц |
|--|---|
|  | Очная                                     |
| <b>Аудиторные занятия</b>              | 54  |
| <i>в том числе:</i>                    |   |
| Лекции                                 | 18  |
| Практические занятия                   | 36  |
| Лабораторные работы                    | -   |
| <b>Самостоятельная работа</b>          | 27  |
| <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> | 3 з.е. / 108 час.                         |

## 6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

| Темы дисциплины      |   | Количество часов (по формам обучения) |                      |                     |                                 |
|----------------------|---|---------------------------------------|----------------------|---------------------|---------------------------------|
| №                    | Наименование  | Очная                                 |                      |                     |                                 |
|                      |   | Лекции                                | Практические занятия | Лабораторные работы | Самост. работа (в т.ч. КР / КП) |
| 1                    | История возникновения продюсерской деятельности. Основы продюсерской деятельности, цели, задачи | 3                                     | 6                    | -                   | 4                               |
| 2                    | Особенности, направления и виды продюсирования в креативных индустриях                          | 3                                     | 6                    | -                   | 4                               |
| 3                    | Основы фандрайзинга в креативной индустрии  | 3                                     | 6                    | -                   | 5                               |
| 4                    | Формирование продюсерской идеи  | 3                                     | 6                    | -                   | 5                               |
| 5                    | Продюсирование проектов и его этапы в креативных индустриях                                     | 3                                     | 6                    | -                   | 5                               |
| 6                    | Особенности маркетинга и продвижения продюсерского проекта в креативных индустриях              | 3                                     | 6                    | -                   | 4                               |
| Итого (часов)        |   | 18                                    | 36                   | -                   | 27                              |
| Форма контроля:      |   | экзамен                               |                      |                     | 27                              |
| Всего по дисциплине: |   | 108 / 3 з.е.                          |                      |                     |                                 |

## СОДЕРЖАНИЕ ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

### **Тема 1. История возникновения продюсерской деятельности. Основы продюсерской деятельности, цели, задачи.**

Определение понятия Продюсер в Гражданском кодексе РФ (ст 1240, 1263). Изучение практического использования и применения таких понятий, как продюсирование, продюсерская деятельность. Цель продюсирования, задачи продюсирования. История возникновения продюсерской деятельности. История развития продюсерской деятельности в России и за рубежом. Обзор современных проблем и текущих задач продюсерской деятельности.

Примерный перечень вопросов для обсуждения (дискуссий):

- 1) Раскройте понятия продюсирование, продюсерская деятельность. В каких индустриях креативного сектора экономики используется данные термины?
- 2) Проведите сравнительный анализ исторического развития продюсерской деятельности в России и за рубежом. Какие объективные исторические причины влияют на современную практику в РФ?
- 3) Как возникла продюсерская деятельность? Приведите примеры
- 4) Как можно было бы сформулировать цели и задачи продюсирования в киноиндустрии?
- 5) Для чего нужна продюсерская деятельность в креативной индустрии?

### **Тема 2. Особенности, направления и виды продюсирования в креативных индустриях.**

Типология и классификация культурных проектов. Особенности правового режима для продюсирования в сфере креативных индустрий. Авторские права. Франшиза. Государственное регулирование и поддержка предпринимательства в РФ в отношении к креативным индустриям. Особенности продюсирования в кинематографе: основы кинопроизводства. Российский процесс кинопроизводства. Зарубежные организационные схемы кинопроизводства. Материальная база кинопроизводства. Кинопрокат.

Особенности продюсирования:

- в шоу-бизнесе
- в театральной деятельности
- в телевизионной индустрии
- в сфере компьютерных игр
- в инфобизнесе

Роль и обязанности продюсера. Его профессиональные качества.

Примерный перечень вопросов для обсуждения

- 1) В чем особенности продюсирования в российском кинематографе?
- 2) Какие особенности продюсирования в шоу-бизнесе являются существенными для российского рынка?
- 3) Какие профессиональные навыки необходимы продюсеру, специализирующемуся в театральной деятельности?
- 4) Раскройте особенности продюсирования в телевизионной индустрии
- 5) Раскройте особенности продюсирования в сфере компьютерных игр
- 6) Сформулируйте обязанности и функционал продюсера (на примере одной креативной индустрии).
- 7) Какие личностные качества являются особенно важными для продюсера в креативных индустриях?

### ***Тема 3. Основы фандрайзинга в креативной индустрии.***

Основы фандрайзинга, цель, задачи, методы. Обзор опыта фандрайзинга для креативных индустрий. Планирование фандрайзинга. Развитие креативных индустрий как объекта фандрайзинга. Специфика фандрайзинга проектов в области креативных индустрий. Краудсорсинг и краудфандинг в креативных индустриях. Kickstarter и Indiegogo. eurocrowd.org. Planeta.ru. Мэтчфандинг.

Примерный перечень вопросов для обсуждения

- Фандрайзинг - цели, задачи, функции, современный инструмент социального предпринимательства
- Когда и почему возникла фандрайзинговая деятельность?
- Развитие креативных индустрий как объекта фандрайзинга
- Специфика фандрайзинга проектов в области креативных индустрий (на примере одной индустрии)
- Перспективы фандрайзинга проектов в области креативных индустрий
- Какими компетенциями и личностными качествами должен обладать сегодня фандрайзер?

### ***Тема 4. Формирование продюсерской концепции.***

Особенности рынков для продуктов креативной индустрии по отраслям. Особенности российских рынков. Источники информации и данных о рынках для формирования продюсерской концепции. Методы поиска бизнес-идеи и творческой идеи. Поиск и разработка идеи на примере киноиндустрии и рынка кинопроката РФ. Обзор основных показателей рынка, их прогнозирования. Структура зрительских предпочтений. Характеристика базы кинопроката. Обзор правовых особенностей рынка. Тренды и

тенденции развития кинопроизводства и спроса на продукцию. Особенности кинопроизводства в РФ, структура издержек кинопроекта. Выбор прикладных программ, логистика принятия решений по выбору цифровых продуктов для производства продукта в киноиндустрии. Генерация продюсерских идей для кинопроекта. Необходимость изучения особенностей жанров. Способы оценки жизнеспособности и прогнозирования эффективности идей.

Примерный перечень вопросов для обсуждения

1) Какие показатели и данные нужны для разработки бизнес-идеи нового кинофильма? Назовите возможные источники информации

2) Как может отразиться тренд на ЗОЖ на рынке кинопроката? Как следует учитывать такой тренд в проектах киноиндустрии?

3) Какие общие тенденции и проблемы маркетинга являются актуальными для кинопроекта?

4) Должен ли кинопроект заранее учитывать особенности предпочтений аудитории компьютерных игр, если планируется продолжить проект на этой территории? На каком этапе требуется провести дополнительное исследование этой области?

#### ***Тема 5. Продюсирование проектов и его этапы в креативных индустриях.***

Продюсерский проект. Этапы продюсерского проекта. Основные инструменты формирования продюсерского проекта. Выстраивание бизнес стратегии будущего продюсерского проекта в области креативных индустрий. Маркетинговая стратегия проекта. Использование анализа данных SPSS.

Привлечение финансирования на проекты в области креативных индустрий. Особенности привлечения внешнего финансирования проектов и работы с государственными грантами. Питчинг проекта в креативных индустриях – особенности и технология презентации. Авторские права при разработке проектов. Особенности разработка бизнес-плана проекта для креативных индустрий. Оценка затрат и знакомство со структурой типичных расходов для нескольких видов проектов. График реализации проекта. Управление рисками. Особенности монетизации проекта в креативных индустриях. Прогнозирование и оценка фактических финансовых результатов проекта.

Примерный перечень вопросов для обсуждения:

1) В чем сущность понятия продюсерский проект?

2) Перечислите этапы продюсерского проекта

3) Какие методы сокращения рисков для кинопроекта являются наиболее актуальными и эффективными для российской индустрии?

4) Какие методы сокращения рисков для проекта новой компьютерной игры должны быть рассмотрены на этапе генерации идей нового бизнеса?

5) Какие дополнительные источники дохода возможны для использования на послепрокатном этапе художественного кинофильма? Как именно они должны быть учтены в прогнозном балансе бизнес-плана?

#### ***Тема 6. Особенности маркетинга и продвижения продюсерских проектов.***

Маркетинговые стратегии проектов. Ключевые инструменты продвижения в креативных индустриях. PR-технологии. Виды PR-технологий. GR-связи. Технологии GR. Этапы GR в продвижении проекта. Новые медийные технологии в продвижении продюсерского проекта. Разработка коммуникационной кампании проекта. Выбор каналов продвижения.

Примерный перечень обсуждений и вопросов:

1) В чем разница продюсирования и маркетинга проектов?

2) В чем особенности разработки рекламной кампании для креативного продукта?

- 3) Какую роль играют GR-связи в области проектов креативных индустрий?
- 4) Какие виды PR-технологий особенно релевантны для проектов креативных индустрий?
- 5) Какие каналы продвижения могут быть рекомендованы для продвижение нижеследующих креативных продуктов, почему?
  - о Художественный фильм для семейной аудитории, запланированные к выпуску через систему кинопроката РФ
  - о Документальный фильм о проблемах окружающей среды озера Байкал (к показу на 1 канале)
  - о Концерт классической музыки в Московской Консерватории с приглашенной звездой из Китая
  - о Выставка выпускников бакалавриата Дизайн АНО Универсальный Университет
- 6) В чем сущность проблем применения дополнительной реальности (AR) в продвижении продуктов креативных индустрий?

## 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. 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>
2. 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>
3. 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>
4. 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>

### 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
8. <https://www.tandfonline.com/> - коллекция журналов Taylor&Francis Group включает в себя около двух тысяч журналов и более 4,5 млн. статей по различным областям знаний
9. <http://russianbranding.ru/> - АБКР (RBCA) - общественная организация, представляющая интересы брендинговых агентств России
10. <http://worldsellers.ru> – это одна из самых крупных интернет-площадок для продавцов, руководителей и предпринимателей
11. <https://psyera.ru/articles/psihologiya-upravleniya> - база данных по психологии управления, маркетингу и другим гуманитарно-правовым наукам
12. <https://psyera.ru/articles/iskusstvo-obshcheniya> - статьи по искусству делового общения
13. <http://www.md-management.ru/management/hr.html> - «MD-Менеджмент»: информационный бизнес-портал
14. <http://www.4p.ru/main/cnews/> - Интернет-журнал «Маркетинг 4p.ru»
15. <https://www.ipra.org/> - сайт Международной ассоциации по связям с общественностью (IPRA)

**10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Кабинет № 424- учебное помещение № I-58 для проведения учебных занятий.**

Учебное помещение оборудовано набором демонстрационного оборудования и набором

учебно-наглядных пособий в цифровом виде, обеспечивающих тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины.

**Учебное помещение оснащено оборудованием и техническими средствами обучения:**

1. стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41;
2. проекционный экран;
3. доска маркерная учебная;
4. столы - 15 шт.;
5. стулья – 71 шт.;
6. акустическая система;
7. блок управления проекционным оборудованием;
8. персональный компьютер преподавателя (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i5-2100) - 1 шт.

Компьютер подключен к сети «Интернет», с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

**Кабинет № 402- помещение № I-11, для самостоятельной работы.**

**Помещение оснащено оборудованием и техническими средствами обучения:**

1. стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41;
2. проекционный экран;
3. доска маркерная учебная;
4. столы – 14 шт.;
5. стулья – 28 шт.;
6. акустическая система;
7. блок управления проекционным оборудованием;
8. персональный компьютер преподавателя (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i5-2100) - 1 шт.
9. персональные компьютеры - 26 шт.

Все компьютеры подключены 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.

### ***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

**Фонд оценочных средств**

Текущего контроля и промежуточной аттестации  
по дисциплине (модулю)

**Б1.В.15 ПРОДЮСИРОВАНИЕ ТВОРЧЕСКИХ ПРОЕКТОВ**

**Для направления подготовки:**

38.03.01 Экономика

(уровень бакалавриата)

**Типы задач профессиональной деятельности:**

Организационно-управленческий

**Направленность (профиль):**

«Экономика в креативных индустриях»

**Формы обучения:**

очная

**Москва – 2026**

**Результаты обучения по дисциплине**

| <b>Код и наименование компетенции</b>  | <b>Индикаторы достижения компетенции</b>                               | <b>Результаты обучения</b>   |
|--|--|--|
| <b>ПК-1.</b> Способен разрабатывать, обосновывать и реализовывать предпринимательские и управленческие решения в креативных индустриях | <b>ПК-1.3</b> Обосновывает управленческие и инвестиционные решения     | <p><b>Знает:</b> методологию и критерии обоснования управленческих решений, а также принципы и инструменты анализа для принятия инвестиционных решений.</p> <p><b>Умеет:</b> проводить анализ данных и формировать аргументированные обоснования для принятия эффективных управленческих и инвестиционных решений.</p> <p><b>Владеет:</b> навыками аналитического обоснования и технологиями принятия решений, позволяющими оценивать риски и потенциал управленческих и инвестиционных инициатив.</p> |
|  | <b>ПК-1.4</b> Организует и координирует реализацию креативных проектов | <p><b>Знает:</b> принципы организации и этапы координации реализации проектов в сфере креативных индустрий, включая распределение ресурсов и управление командами.</p> <p><b>Умеет:</b> организовывать полный цикл реализации креативных проектов и координировать взаимодействие участников для достижения поставленных целей.</p> <p><b>Владеет:</b> навыками планирования, организации и координации процессов, обеспечивающими успешную реализацию инновационных креативных проектов.</p>          |

**Показатели оценивания результатов обучения**

| Результат обучения | <b>Критерии оценивания результатов обучения</b><br>(показатели успешности по уровням освоения) |   |   |  |
|--------------------|--|---|---|--|
|                    | <b>Компетенция не сформирована</b>   | <b>Базовый уровень сформированности компетенции</b> | <b>Средний уровень сформированности компетенции</b> | <b>Повышенный уровень сформированности компетенции</b> |
| <b>ЗНАНИЯ</b>      | 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

#### *Тема 1. История возникновения продюсерской деятельности. Основы продюсерской деятельности, цели, задачи.*

Примерный перечень вопросов для обсуждения (дискуссий):

- 1) Раскройте понятия продюсирование, продюсерская деятельность. В каких индустриях креативного сектора экономики используется данные термины?
- 2) Проведите сравнительный анализ исторического развития продюсерской деятельности в России и за рубежом. Какие объективные исторические причины влияют на современную практику в РФ?
- 3) Как возникла продюсерская деятельность? Приведите примеры
- 4) Как можно было бы сформулировать цели и задачи продюсирования в киноиндустрии?
- 5) Для чего нужна продюсерская деятельность в креативной индустрии?

#### *Тема 2. Особенности, направления и виды продюсирования в креативных индустриях.*

Примерный перечень вопросов для обсуждения

- 1) В чем особенности продюсирования в российском кинематографе?
- 2) Какие особенности продюсирования в шоу-бизнесе являются существенными для российского рынка?
- 3) Какие профессиональные навыки необходимы продюсеру, специализирующемуся в театральной деятельности?
- 4) Раскройте особенности продюсирования в телевизионной индустрии
- 5) Раскройте особенности продюсирования в сфере компьютерных игр
- 6) Сформулируйте обязанности и функционал продюсера (на примере одной креативной индустрии).
- 7) Какие личностные качества являются особенно важными для продюсера в креативных индустриях?

#### *Тема 3. Основы фандрайзинга в креативной индустрии.*

Примерный перечень вопросов для обсуждения

- Фандрайзинг - цели, задачи, функции, современный инструмент социального предпринимательства
- Когда и почему возникла фандрайзинговая деятельность?
- Развитие креативных индустрий как объекта фандрайзинга
- Специфика фандрайзинга проектов в области креативных индустрий (на примере

одной индустрии)

- Перспективы фандрайзинга проектов в области креативных индустрий
- Какими компетенциями и личностными качествами должен обладать сегодня фандрайзер?

#### ***Тема 4. Формирование продюсерской концепции.***

Примерный перечень вопросов для обсуждения

- 1) Какие показатели и данные нужны для разработки бизнес-идеи нового кинофильма? Назовите возможные источники информации
- 2) Как может отразиться тренд на ЗОЖ на рынке кинопроката? Как следует учитывать такой тренд в проектах киноиндустрии?
- 3) Какие общие тенденции и проблемы маркетинга являются актуальными для кинопроекта?
- 4) Должен ли кинопроект заранее учитывать особенности предпочтений аудитории компьютерных игр, если планируется продолжить проект на этой территории? На каком этапе требуется провести дополнительное исследование этой области?

#### ***Тема 5. Продюсирование проектов и его этапы в креативных индустриях.***

Примерный перечень вопросов для обсуждения:

- 1) В чем сущность понятия продюсерский проект?
- 2) Перечислите этапы продюсерского проекта
- 3) Какие методы сокращения рисков для кинопроекта являются наиболее актуальными и эффективными для российской индустрии?
- 4) Какие методы сокращения рисков для проекта новой компьютерной игры должны быть рассмотрены на этапе генерации идей нового бизнеса?
- 5) Какие дополнительные источники дохода возможны для использования на послепрокатном этапе художественного кинофильма? Как именно они должны быть учтены в прогнозном балансе бизнес-плана?

#### ***Тема 6. Особенности маркетинга и продвижения продюсерских проектов.***

Примерный перечень обсуждений и вопросов:

- 1) В чем разница продюсирования и маркетинга проектов?
- 2) В чем особенности разработки рекламной кампании для креативного продукта?
- 3) Какую роль играют GR-связи в области проектов креативных индустрий?
- 4) Какие виды PR-технологий особенно релевантны для проектов креативных индустрий?
- 5) Какие каналы продвижения могут быть рекомендованы для продвижение нижеследующих креативных продуктов, почему?
  - о Художественный фильм для семейной аудитории, запланированные к выпуску через систему кинопроката РФ
  - о Документальный фильм о проблемах окружающей среды озера Байкал (к показу на 1 канале)
  - о Концерт классической музыки в Московской Консерватории с приглашенной звездой из Китая
  - о Выставка выпускников бакалавриата Дизайн АНО Универсальный Университет
- 6) В чем сущность проблем применения дополнительной реальности (AR) в продвижении продуктов креативных индустрий?

#### **Примерные темы доклада с презентацией**

- История формирования и развития продюсерской деятельности в России и за рубежом (включая сравнительный анализ);
- Маркетинг проектов на примере одной креативной индустрии;

- Продюсер. Функции продюсера. Профессиональные качества продюсера;
- Виды фандрайзинга. Применение фандрайзинга в сфере креативных дисциплин;
- Анализ внешних источников финансирования для продюсирования и маркетинга проектов в сфере креативных индустрий;
- Продвижение продюсерского проекта в области креативных индустрий с помощью рекламы;
- Продвижение продюсерского проекта в области креативных индустрий с помощью GR;
- Продвижение продюсерского проекта в области креативных индустрий с помощью AR;
- Особенности продюсирования проектов для телевидения
- Особенности продюсирования спектаклей-антрепризы
- Структура расходов для бизнес-плана кинопроекта
- Инвестиционный план для бизнес-плана кинопроекта
- Оценка рисков для бизнес-плана театрального проекта-антрепризы
- План финансирования для интерактивной выставки

Доклад должен содержать:

- Введение, содержание доклада, основную часть, включающую сравнительный анализ в виде диаграмм, заключение, список использованной литературы, приложения.

Первый слайд – Тема, автор

Второй слайд – план.

Последний слайд - Список источников.

Слайды для презентации - не более 15. Презентация может быть выполнена с помощью следующих программ: MS Power point, Figma, Slides.

### **Пример тестирования**

1. Креативный кластер— это:

- деятельность, создающая качественно новые материальные и духовные ценности, или итог создания объективно нового
- общность людей, обладающих творческим потенциалом и возможностью генерировать инновационные идеи и продукты
- профессиональное управление процессом создания художественных ценностей (материальных и духовных)
- процесс, способствующий обучению, усовершенствованию компетентности и профессиональных навыков обучающегося

2. Стейкхолдеры – это

- организации и люди, прямо или косвенно заинтересованные в фандрайзинговой и проектной деятельности организации
- построение равновесия между творчеством и бизнесом, определение компромиссов между бесценным искусством и адекватной рыночной ценой, которую потенциальные покупатели готовы заплатить продавцу
- вид художественного творчества, основанный на различных технических способах записи и воспроизведения изображения в движении, как правило, в сопровождении звука

3. Продюсер – это

- специалист, отвечающий за организационные вопросы при съемках, постановках концертов, спектаклей
- специалист, занятый управлением процессами и персоналом
- специалист в области комплекса дисциплин изобразительного и декоративно-прикладного характера

- художник-конструктор, человек, занимающийся художественно-технической деятельностью в разных отраслях

4. Верно ли, что маркетинговая стратегия содержит ценностное предложение компании, ее ключевые сообщения, информацию о демографических характеристиках целевых потребителей и другие данные по рынку

- Верно
- Неверно

5. Маркетинговая стратегия — это

- общий план действий компании по привлечению потребителей и конвертации их в клиентов

- общий, недетализированный план, охватывающий длительный период времени, способ достижения сложной цели, в военном деле, позднее вообще какой-либо деятельности человека

- публичная продажа какого-либо имущества, вещей, при которой продаваемая вещь приобретается лицом, предложившим за нее наивысшую цену

- комплекс согласованных решений, определяющих тип и структуру коллектива работников предприятия, а также характер взаимодействия предприятия с акционерами и другими лицами, заинтересованными в его деятельности

6. Креаторы – это

- люди, находящиеся вне рамок традиционных классов, они не вписываются в иерархическую структуру социума

- компании, занимающиеся сбором, изучением, хранением и экспонированием предметов

- специалисты, несущие ответственность за все организационные моменты, связанные преимущественно со сферой искусств

- специалисты, занятые управлением процессами и персоналом

- специалисты в области комплекса дисциплин изобразительного и декоративно-прикладного характера

7. Чем отличаются креаторы от остальных?

- творческим потенциалом,

- финансовым потенциалом

- социальным потенциалом

8. Благотворительные мероприятия — это

- деятельность, которая культурно обогащает население, то есть питает его мышление, воспитывает его чувствительность и укрепляет его ценности самобытность, как правило, посредством художественного, литературного, социального и общественного самовыражения

- акция, направленная на оказание непосредственной, материальной, духовной или интеллектуальной помощи нуждающимся

- тщательно спланированная акция, которая проводится в рамках общей коммуникационной программы

9. Полифандрайзинг – это

- культурные и природные объекты, имеющие уникальное значение для всего человечества

- явления культуры и быта людей, оставшиеся от прежних времен

- часть материальной и духовной культуры, созданная прошлыми поколениями и передающаяся будущим как нечто ценное и почитаемое

- бесплатные приглашения на мероприятия, презентации, спектакли и пр. вашей организации, на которых собираются публичные люди из разных сфер деятельности, и где в неформальной обстановке можно обсудить вопросы возможного сотрудничества

10. AR – это

- дополненная реальность
- дополнительная реальность
- виртуальная реальность

11. Верно ли, что Цель GR – это оказание влияния на решения властей и сопровождения участия компании в государственных тендерах

- Верно
- Неверно

12. Франчайзерами могут выступать:

- организации, имеющие необходимый опыт, знания, обладающие технологическими секретами, определенным имиджем в мире бизнеса и у потребителей;
- приобретающие посредством первоначальных капиталовложений и последующих платежей право использовать «деловой комплекс» и выступающие как самостоятельный хозяйствующий субъект;
- являющиеся продавцом «делового комплекса» и стороной договора франшизы

13. В обязанности франчайзи обычно входит:

- использовать при осуществлении предусмотренной договором деятельности фирменное наименование;
- приобретать товары (сырье, материалы) только у одобренных или названных франчайзером поставщиков;
- поставлять необходимые для эксплуатации «делового комплекса» сырье и материалы

14. Понимание термина продюсер появилось в:

- 1927 году
- 1920 году
- 1918 году
- 1950 году

15. Продюсерская деятельность это:

- творческий процесс, реализация какого-либо независимого проекта
- деятельность, в которой творчество как доминирующий компонент входит в структуру либо ее цели, либо способов
- деятельность, в результате которой появляется нечто оригинальное, неповторимое, новое.

16. Верно ли, что функции продюсера, следующие: стратегическая, социально-психологическая, административная, аналитическая

- Верно
- Неверно

17. Продвижение — это

- неотъемлемая часть маркетинговой деятельности компании
- управление взаимоотношениями между компанией/персоной и общественностью
- маркетинг в социальных сетях
- деятельность, целью которой является организация бизнес-процессов, наиболее эффективно использующих имеющиеся ресурсы и инфраструктуру для создания, производства и дистрибуции продукта (услуги и товара), обладающего максимальной ценностью для потребителя

18. Набор воздействий на объект управления, позволяющий привести данный объект в желаемое состояние или достичь поставленной перед ним цели в отношении комбинации маркетинга-микс, направленный на разработку и реализацию стратегий маркетинга и его элементов - это:

- маркетинговый проект

- маркетинговый план
- маркетинговые решения
- маркетинговый проект, маркетинговый план

19. Верно ли, что основные виды продвижения – это реклама, связи с общественностью, стимулирование сбыта, личные продажи

- Верно
- Неверно

### **Решение кейсов, заданий**

1. Разработка проекта по продвижению в сфере креативных индустрий (музеи, галереи, киноискусство, музыкальное искусство, изобразительное искусство и др.)

Выберите любой текущий проект, относящийся к креативной индустрии, и предложите план его продвижения в виде презентации на основе современных инструментов маркетинга. (Проект продвижения обязательно должен содержать план, схемы)

2. Распишите функции и обязанности продюсера на примере одной креативной индустрии, представьте материал схематично и наглядно в виде диаграмм

3. При продюсировании и маркетинге проектов в сфере креативных индустрий существует ряд проблем, с которыми сталкиваются маркетологи и продюсеры.

Проведите анализ данных проблем с точки зрения маркетолога и продюсера, сделав сводную таблицу, а также предложите способы их решения в виде SWOT-анализа используя специальные шаблоны (Например, в визуальной платформе для совместной работы Miro или на другой платформе)

4. Предложите инновационные решения по продвижению проектов в сфере креативных индустрий в виде схемы с пояснениями.

5. Предложите способы решения проблем с финансированием проекта в области креативных индустрий.

### **Промежуточная аттестация**

#### **Примерные вопросы к экзамену:**

#### **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<br>и 2-балльная<br>шкалы    | Критерии   |
|--|--|
| «Отлично»<br>или<br>«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»<br>или<br>«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»<br>или<br>«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»<br>или<br>«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> |

ФОС для проведения промежуточной аттестации одобрен на заседании кафедры  
 Протокол заседания кафедры № 06 от «22» января 2025 г.