

УТВЕРЖДАЮ  
Первый проректор, проректор  
по УР

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

## Рабочая программа дисциплины

**Б1.В.13**

Основы продюсирования

Учебный план: 2025-2026 42.03.01 ИБК РиСО ОО №1-1-129.plx

Кафедра: **37** Рекламы и связей с общественностью

Направление подготовки:  
(специальность) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в отрасли (в дизайне и моде)  
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: очная

### План учебного процесса

| Семестр<br>(курс для ЗАО) | Контактная работа<br>обучающихся |                   | Сам.<br>работа | Контроль,<br>час. | Трудоё<br>мкость,<br>ЗЕТ | Форма<br>промежуточной<br>аттестации |       |
|---------------------------|----------------------------------|-------------------|----------------|-------------------|--------------------------|--------------------------------------|-------|
|                           | Лекции                           | Практ.<br>занятия |                |                   |                          |                                      |       |
| 8                         | УП                               | 18                | 18             | 71,75             | 0,25                     | 3                                    | Зачет |
|                           | РПД                              | 18                | 18             | 71,75             | 0,25                     | 3                                    |       |
| Итого                     | УП                               | 18                | 18             | 71,75             | 0,25                     | 3                                    |       |
|                           | РПД                              | 18                | 18             | 71,75             | 0,25                     | 3                                    |       |

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512

Составитель (и):

кандидат философских наук, Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_

Степанов Михаил  
Александрович

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой рекламы и связей с  
общественностью

\_\_\_\_\_

Степанов Михаил  
Александрович

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_

Степанов Михаил  
Александрович

Методический отдел:

\_\_\_\_\_

## 1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

**1.1 Цель дисциплины:** Формирование компетенций обучающихся в сфере производства медиа и коммуникационного продукта, реализации проекта, управления различных стадий производства проекта, а также в регулировке финансовых, технологических, творческих и административных аспектов деятельности.

### 1.2 Задачи дисциплины:

- изучить сущностные положения функционирования креативного бизнеса;
- получить представление о принципах продюсирования;
- развить навыки анализа конкретных ситуаций, складывающихся в процессе продюсирования в сфере креативных индустрий.

### 1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

Производственная практика (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности)

Производственная практика (профессионально-творческая практика)

Реклама и связи с общественностью в сфере культуры и искусств

Дизайн в системе массовых коммуникаций

Производственная практика (профессионально-творческая практика (в том числе проектная практика))

Проектирование модных журналов

## 2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

### ПК-4: Способен подготавливать к публикации собственные материалы в сфере дизайна и моды

**Знать:** особенности профессиональной деятельности как многоаспектной, совместной с другими участниками медиапроизводства, учитывая экономические, организационные и творческие аспекты создания коммуникационного продукта; основы и функционал деятельности продюсера

**Уметь:** определять цели, задачи и целесообразность разработки коммуникационного продукта; редактировать схему/этапы, дистрибуции коммуникационного продукта.

**Владеть:** навыком инициации производства, редактирования, стилистической и иной коррекции медиа и коммуникационного продукта с учетом экономической и организационной специфики профессиональной области

### 3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

| Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий  | Семестр<br>(курс для ЗАО) | Контактная работа |               | СР<br>(часы) | Инновац.<br>формы<br>занятий | Форма<br>текущего<br>контроля |    |
|--|---------------------------|-------------------|---------------|--------------|------------------------------|-------------------------------|----|
|  |                           | Лек.<br>(часы)    | Пр.<br>(часы) |              |                              |                               |    |
| Раздел 1. Продюсирование: постановка проблемы  | 8                         |                   |               |              |                              | О,Пр                          |    |
| Тема 1. Феномен продюсирования и его роль в современной культуре и обществе. Специфика трансмедийного продюсирования как современного тренда медиакультуры.<br>Практическое занятие: Специфика продюсирования  |                           | 4                 | 4             | 11,75        | ИЛ                           |                               |    |
| Тема 2. Рынок креативных индустрий. Коммуникационный процесс в креативных индустриях. Основы и функционал деятельности продюсера. Специфика формирования потребительских аудиторий/субкультур. Создание спроса и вкуса (по отношению к производимым продуктам). Аккумуляция ресурсов (кадровые, управленческие, финансовые). Инвестиции (финансовые, интеллектуальные и проч.).<br>Предпринимательская/инновационная активность. Новые институциональные формы/социальные технологии. Бессознательные потребности - сознательные интересы.<br>Практическое занятие: Современные формы продюсирования (на примере творческих учреждений Санкт-Петербурга) |                           | 5                 | 5             | 20           | ГД                           |                               |    |
| Раздел 2. Этапы продюсирования   |                           |                   |               |              |                              |                               |    |
| Тема 3. Экономические, организационные и творческие аспекты создания коммуникационного продукта.<br>Практическое занятие: Создание актуального проекта. Инструменты развития и популяризации проекта<br>Создание творческого коллектива.   |                           | 4                 | 5             | 20           | ГД                           |                               | ДИ |
| Тема 4. Предпроизводственная деятельность продюсера. Сценарный период. Финансы. Постпродукция. Первичный и вторичный рынок креативного продукта.<br>Практическое занятие: Процесс организации информационного производства.  |                           | 5                 | 4             | 20           | АС                           |                               |    |
| Итого в семестре (на курсе для ЗАО)  |                           | 18                | 18            | 71,75        |                              |                               |    |
| Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)  | 0,25                      |                   |               |              |                              |                               |    |
| <b>Всего контактная работа и СР по дисциплине</b>  |                           | 36,25             | 71,75         |              |                              |                               |    |

### 4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

## 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

### 5.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

#### 5.1.1 Показатели оценивания

| Код компетенции | Показатели оценивания результатов обучения  | Наименование оценочного средства  |
|-----------------|---|---|
| ПК-4            | характеризует экономические, организационные и творческие аспекты создания коммуникационного продукта; определяет этапы создания коммуникационного продукта. осуществляет редактирование текстовой, визуальной и технологической составляющих коммуникационного продукта. | Вопросы для устного собеседования<br>Практико-ориентированные задания<br>Практико-ориентированные задания |

#### 5.1.2 Система и критерии оценивания

| Шкала оценивания | Критерии оценивания сформированности компетенций  |                   |
|------------------|---|-------------------|
|                  | Устное собеседование  | Письменная работа |
| Зачтено          | Полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание предмета и широкую эрудицию в оцениваемой области. Критический, оригинальный подход к материалу.   |                   |
| Не зачтено       | Задание или не сделано, или допущено много ошибок, классифицируемых как грубые.<br>Очевидны или непонимание заданного вопроса, или неспособность ответить на вопрос без помощи экзаменатора.<br>Обнаруживаются незнание значительной части принципиально важных элементов дисциплины, неумение сформулировать хотя бы отдельные концепции дисциплины, многочисленные грубые ошибки.<br>Попытка списывания, использования неразрешенных технических устройств или пользования подсказкой другого человека (вне зависимости от успешности такой попытки). |                   |

### 5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

#### 5.2.1 Перечень контрольных вопросов

| № п/п     | Формулировки вопросов   |
|-----------|---|
| Семестр 8 |   |
| 1         | Идея. Принципы формирования. Поиск идеи, утверждение идеи и синопсиса творческого проекта.  |
| 2         | Расчет генеральной сметы  |
| 3         | Презентация творческого проекта: ключевые элементы.   |
| 4         | Определение себестоимости и рентабельности проекта  |
| 5         | Фандрайзинг проекта   |
| 6         | Подготовка и разработка структуры сценария: экспозиция, завязка, действие (развитие), кульминация, развязка, пролог/эпилог. Создание сценарного плана |
| 7         | Разработка календарно-постановочного плана для творческого проекта  |
| 8         | Сущность продюсирования   |
| 9         | Рынок креативных индустрий  |
| 10        | Коммуникационный процесс в креативных индустриях.   |
| 11        | Основы и функционал деятельности продюсера.   |
| 12        | Специфика формирования потребительских аудиторий/субкультур.  |

|    |  |
|----|--|
| 13 | Создание спроса и вкуса (по отношению к производимым продуктам).   |
| 14 | Аккумуляция ресурсов (кадровые, управленческие, финансовые).   |
| 15 | Инвестиции (финансовые, интеллектуальные и проч.).   |
| 16 | Предпринимательская/инновационная активность.  |
| 17 | Новые институциональные формы/социальные технологии.   |
| 18 | Бессознательные потребности - сознательные интересы.   |
| 19 | Специфика трансмедийного продюсирования  |
| 20 | Современные тренды медиакультуры.  |
| 21 | Обусловленность появления трансмедийной продукции актуальными культурными практиками потребителей.                                 |
| 22 | Технологии создания трансмедийных историй, организации повествования и культуры коммуникации с аудиторией на различных платформах. |
| 23 | Техники монетизации проектов.  |

### 5.2.2 Типовые тестовые задания

Не предусмотрены

### 5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Кейс 1. Предложить проект (тематика на выбор обучающегося). Формирование идеи: Поиск идеи, утверждение идеи и синопсиса творческого проекта. Определение актуальности, выявление проблемы, решение проблемы, последствия.

Кейс 2. Разработка календарно-постановочного плана для творческого проекта (по этапам): 1. Идея 2. Потенциальной аудитории. 3. Разработка тематической и технологической модели проекта. 4. Написание сценария.

Кейс 3. Сценарный период: Подготовка и разработка структуры сценария: экспозиция, завязка, действие (развитие), кульминация, развязка, пролог/эпилог. Создание сценарного плана

Кейс 4. Финансы: Определение себестоимости единицы проекта, рентабельности; Расчет генеральной сметы.

### 5.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности)

#### 5.3.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

#### 5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная  Письменная  Компьютерное тестирование  Иная

#### 5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Ответ на один вопрос и разработка одного практико-ориентированного задания.

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1 Учебная литература

| Автор  | Заглавие  | Издательство   | Год издания | Ссылка  |
|--|---|--|-------------|---|
| <b>6.1.1 Основная учебная литература</b>           |   |  |             |   |
| Сумская, А. С.                                     | Продюсирование в студии продакшн: краткий курс истории продюсирования в кино и на телевидении | Екатеринбург: Издательство Уральского университета                                   | 2018        | <a href="http://www.iprbookshop.ru/106500.html">http://www.iprbookshop.ru/106500.html</a>   |
| Воробьева, Т. В.                                   | Управление инвестиционным проектом  | Москва: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа      | 2024        | <a href="https://www.iprbookshop.ru/133987.html">https://www.iprbookshop.ru/133987.html</a> |
| <b>6.1.2 Дополнительная учебная литература</b>     |   |  |             |   |
| Алексеев, М. А.,<br>Доме, И. Н., Уланова,<br>Н. К. | Финансовый менеджмент   | Новосибирск: Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ» | 2020        | <a href="http://www.iprbookshop.ru/106162.html">http://www.iprbookshop.ru/106162.html</a>   |

|               |  |  |      |   |
|---------------|--|--|------|---|
| Жуков, Б. М.  | Креативное управление в реализации стратегии организации           | Краснодар, Саратов: Южный институт менеджмента, Ай Пи Эр Медиа | 2018 | <a href="http://www.iprbookshop.ru/75085.html">http://www.iprbookshop.ru/75085.html</a> |
| Дубина, И. Н. | Модели теории игр для анализа креативно-инновационной деятельности | Саратов: Ай Пи Эр Медиа  | 2018 | <a href="http://www.iprbookshop.ru/76238.html">http://www.iprbookshop.ru/76238.html</a> |

## 6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Электронная библиотека учебных изданий СПбГУПТД: <http://publish.sutd.ru>

Видеохостинг, предоставляющий пользователям услуги хранения, доставки, показа и монетизации видео

YouTube [Электронный ресурс]. URL: <http://youtube.com>

Интегрированный информационный ресурс электронной научной библиотеки

«КиберЛенинка» [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru>

Информационный ресурс "Теории и практики" - <http://theoryandpractice.ru>

Электронная библиотека по гуманитарным дисциплинам - [www.gumer.info](http://www.gumer.info)

Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iprbookshop.ru/>

## 6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional

Microsoft Windows

## 6.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

| Аудитория            | Оснащение   |
|----------------------|---|
| Лекционная аудитория | Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска |
| Учебная аудитория    | Специализированная мебель, доска                              |