Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Максимов Алексей Борисович
Должность: директор департамента по образовательной политике
Дата подписания: 23.06.2026 17:57:30
Уникальный программный ключ:
8db180d1a3f02ac9e60521a5672742735c18b1f1

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХ)

Институт издательского дела и журналистики

УТВЕРЖДАЮ
Директор
_____ /Е.Л. Хохлогорская/
«27» февраля 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

МУЛЬТИМЕДИЙНОЕ ПРОДЮСИРОВАНИЕ В КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЯХ

Направление подготовки/специальность
42.04.02 Журналистика

Профили
Медиакоммуникации в креативных индустриях

Квалификация
магистр

Формы обучения
очно-заочная

Москва, 2025 г.

Разработчик:

Ст. преп. кафедры «Журналистика и массовые

коммуникации имени М.Ф. Ненашева» /Н.Ю. Прыгина/

Согласовано:
Заведующий кафедрой «Журналистика и массовые
коммуникации имени М.Ф. Ненашева»,

д.ф.н., доцент /Е.В. Перевалова/

Содержание

1.	Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине	4
2.	Место дисциплины в структуре образовательной программы	5
3.	Структура и содержание дисциплины	5
3.1.	Виды учебной работы и трудоемкость	5
3.2.	Тематический план изучения дисциплины	5
3.3.	Содержание дисциплины	6
3.4.	Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий	7
3.5.	Тематика курсовых проектов (курсовых работ)	7
4.	Учебно-методическое и информационное обеспечение	7
4.1.	Нормативные документы и ГОСТы	7
4.2.	Основная литература	7
4.3.	Дополнительная литература	8
4.4.	Электронные образовательные ресурсы	8
4.5.	Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение	8
4.6.	Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы	8
5.	Материально-техническое обеспечение	8
6.	Методические рекомендации	8
6.1.	Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения	8
6.2.	Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	9
7.	Фонд оценочных средств	9
7.1.	Методы контроля для оценивания результатов обучения	9
7.2.	Шкала и критерии оценивания результатов обучения	10
7.3.	Оценочные средства	12

1. Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине

Цель изучения дисциплины – изучить стратегии создания контента и подбора команды для реализации креативных проектов, выявить общую логику работы с проектными командами в удаленном и традиционном (оффлайн) форматах; проанализировать карту компетенций мультимедийного продюсера; представить различные подходы к оценке роли продюсера в цепочке реализаций креативных мультимедийных проектов.

К числу основных **задач** освоения дисциплины относятся:

- изучить историю возникновения мультимедийного продюсирования как рода деятельности;
- исследовать культурные феномены, процессы и практики мультимедийного отражения креативных сфер;
- познакомить студентов с методологией их изучения;
- научить способам анализа технических заданий;
- проанализировать общие и специфические культурные формы мультимедийного продюсирования;
- выработать максимально продуктивную модель поведения будущих профессионалов в их повседневной работе, связанной с темой создания производственных креативных с использованием Интернета и других новых медиа.

Обучение по дисциплине направлено на формирование следующих компетенций:

Код и наименование компетенций	Индикаторы достижения компетенции
ПК-1. Способен осуществлять авторскую деятельность любого характера и уровня сложности с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа	ИПК-1.1. Осуществляет регулярной мониторинг тем и проблем информационной повестки дня ИПК-1.2. Формирует круг героев, свидетелей, экспертов для создания журналистских текстов (или) продуктов любого уровня сложности и изучает полученные сведения ИПК-1.3. Анализирует релевантную информацию из доступных документальных источников ИПК-1.4. Контролирует достоверность и полноту полученной информации, систематизирует факты и мнения ИПК-1.5. Разрабатывает оригинальные творческие решения ИПК-1.6. Соотносит все свои действия с профессиональными этическими нормами ПК-1.7. Готовит к публикации журналистский текст (или) продукт любого уровня сложности с учетом требований конкретной редакции СМИ или другого медиа
ПК-2. Способен осуществлять редакторскую деятельность любого уровня сложности в разных типах СМИ и других медиа и координировать редакционный процесс	ИПК-2.1. Ставит профессиональные задачи журналистам ИПК-2.2. Контролирует качество подготовки создаваемых журналистских текстов и (или) продуктов

	ИПК-2.3. Выверяет соблюдение профессиональных этических норм на всех этапах работы журналиста ИПК-2.4. Определяет дедлайны и отслеживает их соблюдение

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к числу элективных дисциплин блока Б1.

Дисциплина взаимосвязана логически и содержательно-методически со следующими дисциплинами и практиками ОП: Журналистика информационной цивилизации, Медиакоммункации и журналистика 3.0., Новые медиа; Креативный медиапроект: планирование и управление; Разработка концепции мультимедийного СМИ, Профессионально-творческая практика.

3. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 часов).

3.1 Виды учебной работы и трудоемкость
(по формам обучения)

3.1.1. Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Вид учебной работы	Количество часов	3 семестр
1	**Аудиторные занятия**	**36**	36
	В том числе:		
11	Лекции	8	8
12	Семинарские/практические занятия	28	28
13	Лабораторные занятия	-	-
2	**Самостоятельная работа**	**36**	36
	В том числе:		
21	Чтение и анализ текстов, подготовка докладов, сообщений	36	36
3	**Промежуточная аттестация**		
	Экзамен	**36**	36
	Итого	**108**	108

3.2 Тематический план изучения дисциплины
(по формам обучения)

3.2.1. Очно-заочная форма обучения

	Разделы/темы дисциплины	Трудоемкость, час		
		Всего	Аудиторная работа	

/п			Лекции	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Практическая подготовка	**Самостоятельная работа**
1	Тема 1. Творческие (креативные) индустрии в России	12	2	4	-	-	6
2	Тема 2. Мультимедийное продюсирование в сфере медиа	14	2	6	-	-	6
3	Тема 3. Мультимедийное продюсирование в искусстве	14	2	6	-	-	6
4	Тема 4. Мультимедийное продюсирование в рекламе	12	2	4	-	-	6
5	Тема 5. Мультимедийное продюсирование в индустрии моды	10	-	4	-	-	6
6	Тема 6. Мультимедийное продюсирование в архитектуре	10	-	4	-	-	6
	Экзамен	36					36
	Итого	**108**	**8**	**28**			**72**

3.3 Содержание дисциплины

Тема 1. Творческие (креативные) индустрии в России

Современные креативные индустрии. Традиции и современность. Концепция развития творческих индустрий в России и отражение этого процесса в медиа. Мировой опыт освещения деятельности креативных индустрий. кинематография, архитектура, изобразительное и театральное искусство, мода, дизайн,. Процесс организации информационного производства

Тема 2. Мультимедийное продюсирование в сфере медиа

Инвестиции в творческие индустрии. Этические и правовые нормы деятельности в медиа. Работа с детьми. Работа с творческими людьми. Работа с учеными. Производственная цепочка в креативных индустриях. Создание креативного продукта

Тема 3. Мультимедийное продюсирование в искусстве

Управление процессами в креативной индустрии. Характеристика механизмов поддержки креативных проектов. Краудфандинг. Материальные и ресурсные механизмы поддержки. Механизм спонсорской помощи и грант. Стартапы.

Тема 4. Мультимедийное продюсирование в рекламе

Управление опытом потребителей креативных индустрий. Движущие силы развития креативных индустрий

Тема 5. Мультимедийное продюсирование в индустрии моды

Продвижение и популяризация. Выход на международный рынок. Возможности развития творческих способностей. Технологии повышения креативности.

Тема 6. Мультимедийное продюсирование в архитектуре

Роль креативных кластеров как сообществ креативных компаний в мультимедийном продюсировании контента. Креативное пространство, креативная студия или креативный

центр. Арт-резиденции, лофт-пространства, лайфстайл-центры. Онлайн сообщества в креативных индустриях.

3.4 Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий

3.4.1. Семинарские/практические занятия для очно-заочной формы обучения

Семинары 1-2. Творческие (креативные) индустрии в России
Семинары 3-5. Мультимедийное продюсирование в сфере медиа
Семинары 6-8. Мультимедийное продюсирование в искусстве
Семинары 9-10. Мультимедийное продюсирование в рекламе
Семинары 11-12. Мультимедийное продюсирование в индустрии моды
Семинары 13-14. Мультимедийное продюсирование в архитектуре

3.4.2. Лабораторные занятия

Не предусмотрены

3.5 Тематика курсовых проектов (курсовых работ)

Не предусмотрены

4. Учебно-методическое и информационное обеспечение

4.1 Нормативные документы и ГОСТы

Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 29.12.2022) «О средствах массовой информации». 27 декабря 1991 года N 2124-1 // https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/ [Режим доступа - свободный]

4.2 Основная литература

Эль-Бакри Т.В. Продюсирование. Кино, телевидение и видеопроекты в Интернете : учебное пособие / Эль-Бакри Т.В.. — Москва : Аспект Пресс, 2021. — 336 с. — ISBN 978-5-7567-1142-4. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/109801.html (дата обращения: 05.07.2023). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

Мультимедийная журналистика : учебник для вузов / А.Г. Качкаева [и др.].. — Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2018. — 416 с. — ISBN 978-5-7598-1663-8. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/89369.html (дата обращения: 02.07.2023). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

Универсальная журналистика : учебник для вузов / Л.И. Белова [и др.].. — Москва : Аспект Пресс, 2016. — 480 с. — ISBN 978-5-7567-0841-7. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/56307.html (дата обращения: 02.07.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

4.3.1. Дополнительная литература

Сумская А.С. Продюсирование в студии продакшн: краткий курс истории продюсирования в кино и на телевидении : учебно-методическое пособие / Сумская А.С.. — Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2018. — 116 с. — ISBN 978-5-

7996-2400-2. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/106500.html (дата обращения: 05.07.2023). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

4.3 Электронные образовательные ресурсы

Электронный образовательный ресурс «Мультимедийное продюсирование в креативных индустриях» в разработке.

4.4 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

Не требуется

4.5 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Сайт Союза журналистов России https://ruj.ru/
2. Российская государственная библиотека. http://www.rsl.ru/
3. Государственная публичная историческая библиотека России. http://www.shpl.ru/
4. Российская национальная библиотека http://www.nlr.ru/
5. http://expositions.nlr.ru/fond/paper/paper_moscow.php

5. Материально-техническое обеспечение

Аудитории для лекционных и семинарских занятий из общего фонда. Необходима интерактивная доска/ноутбук, проектор для демонстрации презентаций.

Университет обеспечивает инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья специальными материально-техническими средствами обучения (включая специальное программное обеспечение) и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья, при наличии их заявлений о необходимости предоставления специализированных электронных образовательных ресурсов.

6. Методические рекомендации

6.1 Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения

Методика преподавания дисциплины «Мультимедийное продюсирование в креативных индустриях» и реализация компетентностного подхода в изложении и восприятии материала предусматривает сочетание лекционных и семинарских занятий. Базируясь на предоставлении обучающимся правовых норм и законоположений при преподавании курса ведется также анализ проблемных ситуаций в этой сфере, исследуются конкретные публикации по тем или иным актуальным проблемам.

Лекционный курс строится тесной взаимосвязи теории с современной практикой СМИ. При проведении семинарских занятий прорабатывается предлагаемая по курсу литература, анализируется практика конкретных СМИ. Студенты учатся применять усвоенные теоретические постулаты к работе журналиста, в их свете проводится анализ газетных и журнальных публикаций, ведутся дискуссии.

Поощряется также работа студента с правовыми документами и нормами этики, сопоставления документов и их анализ.

Преподаватель консультирует студентов в отборе ситуаций из СМИ, выбранных для самостоятельного анализа.

Список литературы рекомендуется регулярно обновлять и расширять. У студентов желательно проверять конспекты и делать отметки о проверке.

На лекциях используются интерактивные формы работы: дискуссии, проблемные лекции; формирование умения применять разбираемые понятия для анализа практики СМИ с разных точек зрения.

6.2 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Самостоятельная внеаудиторная работа студента направлена на выработку способности к самостоятельной работе по поиску, анализу информации по теме, систематизации материала. Предполагается подготовка реферата, презентации в мультимедийном формате по теме курса. Обязательно знакомство с современными печатными и электронными СМИ.

В процессе подготовки доклада, реферата и т.п. желательно ознакомиться с широким спектром источников по теме. Важно, чтобы студент хорошо ориентировался в тексте доклада, материал доклада должен являться лишь опорой, не допустимо чтение доклада. Текст рекомендуется сдавать преподавателю для того, чтобы можно было более детально проанализировать и оценить доклад. Доклад должен сопровождаться вопросами и последующей дискуссией, которой управляет докладчик, желательно, чтобы преподаватель лишь только помогал при необходимости.

При подготовке презентации важно раскрыть тему презентации. Оценивается умение студента логично выстроить текст и грамотно проиллюстрировать его. Презентация должна содержать не менее 15 слайдов. В каждом слайде должен быть текст и иллюстрация. Слайды должны быть прокомментированы. Студент должен ответить на вопросы, возникающие в процессе презентации. Презентации сдаются в электронном виде преподавателю и в дальнейшем могут использоваться при проведении последующих семинаров.

7. Фонд оценочных средств

7.1 Методы контроля и оценивания результатов обучения

В процессе обучения используются следующие оценочные формы самостоятельной работы студентов, оценочные средства текущего контроля успеваемости и промежуточных аттестаций: подготовка, представление и обсуждение докладов на семинарских занятия, выполнение контрольных работ.

Форма промежуточной аттестации - экзамен в форме собеседования.

Оценочные средства текущего контроля успеваемости включают тематику докладов и сообщений для подготовки к семинарским занятиям, тематику контрольных работ, контрольные вопросы для проведения экзамена.

Промежуточная аттестация обучающихся проводится по результатам выполнения всех видов учебной работы, предусмотренных учебным планом по данной дисциплине, при этом учитываются результаты текущего контроля успеваемости в течение семестра. Оценка степени достижения обучающимися планируемых результатов обучения по дисциплине проводится преподавателем, ведущим занятия по дисциплине методом экспертной оценки. По итогам промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) выставляется оценка «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

7.2 Шкала и критерии оценивания результатов обучения

По результатам работы, включая итоговое собеседование по всем темам курса, студенту выставляется оценка «зачтено», «не зачтено».

Оценка **«зачтено»»** выставляется в том случае, если учащийся в полном объеме знает концепции развития творческих индустрий в России и мире, характерные черты работы мультимедийных продюсеров в разных сферах; примеры творческих решений с учетом имеющегося мирового и отечественного журналистского опыта; языковые нормы, стандарты, форматы, жанры, стили, технологические требования различных профессиональных платформ.

Умеет приводить журналистский текст и (или) продукт разных видов в соответствие с языковыми нормами. стандартами, форматами, жанрами, стилями технологическими требованиями различных профессиональных платформ; предлагает творческие решения с учетом имеющегося мирового и отечественного журналистского опыта.

Уверенно владеет понятийным аппаратом дисциплины; навыками использования творческих решений с учетом имеющегося мирового и отечественного журналистского опыта, навыками приведения журналистского текста и (или) продукта разных видов в соответствие с языковыми нормами, стандартами, форматами, жанрами, стилями, технологическими требованиями различных профессиональных платформ.

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется в том случае, если учащийся не знает концепции развития творческих индустрий в России и мире, не может дать характеристику работы мультимедийных продюсеров в разных сферах; не может привести примеры творческих решений с учетом имеющегося мирового и отечественного журналистского опыта; испытывает значительные затруднения в работе с языковыми нормами, стандартами, форматами, жанрами, стилями, технологическими требованиями различных профессиональных платформ. При этом допускаются грубые ошибки.

Студент не может привести журналистский текст и (или) продукт разных видов в соответствие с языковыми нормами. стандартами, форматами, жанрами, стилями технологическими требованиями различных профессиональных платформ; не способен использовать творческие решения с учетом имеющегося мирового и отечественного журналистского опыта. Не знает понятийный аппарат дисциплины; в способен использовать творческие решения с учетом имеющегося мирового и отечественного журналистского опыта, навыков приведения журналистского текста и (или) продукта разных видов в соответствие с языковыми нормами, стандартами, форматами, жанрами, стилями, технологическими требованиями различных профессиональных платформ.

7.3 Оценочные средства

7.3.1. Текущий контроль

Примерная тематика докладов, сообщений

1. Каков объем и границы понятия «креативные индустрии»?
2. По каким принципам строится мультимедийное продюсирование оналйн проектов об искусстве?
3. Какие функции выполняют цифровые медиа в сфере развития креативных индустрий?
4. Продюсирование как форма управления командой?
5. Особенности продюсирования онлайн проектов?
6. Взаимодействие традиционных СМИ и креативных индустрий?
7. Мультимедийное продюсирование и краудфандинг?
8. Гранты в креативных индустриях в России?

9. Система грантовой поддержки креативных индустрий в Европе?
10. Система грантовой поддержки креативных индустрий в Америке ?
11. Система грантовой поддержки креативных индустрий в Азии?
12. Делопроизводство в мультимедийном продюсировании
13. Тайм-менеджмент и мультимедийное продюсирование.
14. Мультимедийное продюсирование в новых медиа?
15. Борьба с возражениям заказчика в работе мультимедийного продюсера?
16. Конструктивная критика в адрес исполнителя со стороны мультимедийного продюсера?

Примерная тематика контрольных работ

1. Предложить проект старт-апа в сфере креативных индустрий. Прописать стратегию развития проекта.
2. Проанализировать развитие творческих индустрий в странах бывшего СОветского Союза и Европы. Сравнительный
3. анализ.
4. Прописать программную деятельность агентства по развитию творческих индустрий (в конкретной сфере искусство/медиа/дизайн ит.д.)
5. Прописать программу продвижения творческих индустрий в России на ближайшие 7 лет среди НКО, СМИ, международных организаций художников.
6. Проанализировать эффективность различных техник повышения креативности.
7. Проанализировать роль традиционных культурных институтов в развитии творческих индустрий в вузах России

7.3.2. Промежуточная аттестация

Примерные вопросы к экзамену

1. Современные креативные индустрии в России. Традиции и современность.
2. Современные креативные индустрии в Европе. Традиции и современность.
3. Современные креативные индустрии в Азии. Традиции и современность.
4. Современные креативные индустрии в Америке. Традиции и современность.
5. Концепция развития творческих индустрий в России и отражение этого процесса в медиа.
6. Мировой опыт освещения деятельности кинематографов
7. Мировой опыт освещения деятельности архитектуров
8. Мировой опыт освещения театрального искусства
9. Мировой опыт освещения модной индустрии
10. Процесс организации информационного производства
11. Оценка инвестиций в творческие индустрии.
12. Правовые нормы деятельности в медиа: Работа с детьми.
13. Правовые нормы деятельности в медиа: Работа с творческими людьми.
14. Правовые нормы деятельности в медиа: Работа с учеными.
15. Планирование работы по созданию креативного продукта
16. Презентация стартапа.
17. Краудфандинг
18. Механизмы спонсорской помощи и грант
19. Управление опытом потребителей креативных индустрий
20. Создание онлайн сообщества в креативных индустриях.
21. Чем навыки мультимедийного продюсера отличаются от продюсера кино или музыкального продюсера?

22. Чем отличаются гранты от краудмандинга?
23. Как использовать отклики читателей для совершенствования работы продюсера?
24. Как организовать работу проектной команды?
25. Подбор членов команды?
26. Как создать план эффективной работы проектной команды?
27. Как использовать технологические возможности новой эпохи для эффективной работы продюсера мультимедиа?
28. Понимание сущности цифрового медиапотребления
29. Понимание сущности адаптивных стратегий медиапотребления
30. Разрешение кризисных ситуаций при продюсировании онлайн проектов