Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ярошенко Николай Николаевич
Должность: проректор по учебно-методической деятельности
Дата подписания: 13.11.2026 00:55:35
Уникальный программный ключ:
25cc77c6d2a242799b1569189212ec549db4bb3f

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
Московский государственный институт культуры
Филиал г. Рязань

УТВЕРЖДЕНО
Председатель УМС
Театрально-режиссерского Факультета

Королев В.В.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

ОСНОВЫ ПРОДЮСЕРСКОГО МАСТЕРСТВА В ТЕАТРАЛИЗОВАННЫХ ПРЕДСТАВЛЕНИЯХ

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
51.03.05 РЕЖИССУРА ТЕАТРАЛИЗОВАННЫХ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ И ПРАЗДНИКОВ

ПРОФИЛЬ ПОДГОТОВКИ/СПЕЦИАЛИЗАЦИИ
РЕЖИССЕР ТЕАТРАЛИЗОВАННЫХ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ И ПРАЗДНИКОВ

КВАЛИФИКАЦИЯ (СТЕПЕНЬ) ВЫПУСКА
БАКАЛАВР

ФОРМА ОБУЧЕНИЯ
ОЧНАЯ, ЗАОЧНАЯ

(РПД адаптирована для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов)

Раздел 1. Перечень компетенций

Код и Наименование компетенций	Индикаторы компетенций	Планируемые результаты обучения, соотнесенные с индикаторами* достижения компетенций	Наименование оценочных средств
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирает оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.	УК-2.1 Умеет самостоятельно ориентироваться в законодательстве РФ УК-2.2 - Формулирует совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих достижение цели с учётом действующих правовых норм УК-2.3 Владеет практикой применения авторского права в РФ в сфере публичных выступлений УК-2.4 - Оценивает потребность в ресурсах и планирует их использование при решении задач в профессиональной деятельности УК-2.5 - Оценивает потребность в ресурсах и планирует их использование при решении задач в профессиональной деятельности	**Знать:** методы управления проектом; основы планирования; основы психологии; **Уметь:** разрабатывать концепцию проекта: формулировать цели, задачи, актуальность, значимость, ожидаемые результаты и сферу их применения; представлять возможные результаты деятельности и планировать алгоритм их достижения; составлять план-график реализации проекта в целом и план контроля его выполнения; организовывать и координировать работу участников проекта; конструктивно разрешать возникающие разногласия и конфликты, обеспечивать работу	Online тестирование 2.1. Составление сметы по образцу 2.2. Подготовка докладов 2.3. Работа с сервисами web аналитики по проектам в мини-группах 2.4. Итоговая аттестация (экзамен) 2.5.

		участников проекта необходимыми ресурсами; **Владеть:** навыком публичного представления результатов творческого проекта (или отдельных его этапов); навыком управления творческим проектом на всех этапах его жизненного цикла	
УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на гос. языке РФ и иностранном (ых) языке (ах).	УК-4.1 Заключает контракты с подрядчиками с соблюдением законодательства в области авторского права УК-4.2 Умеет работать в команде, управлять командой УК-4.3 владеет деловой коммуникацией, современными digital инструментами для командной работы над проектами в сфере культуры УК-4.4 - Владеет системой норм русского литературного языка, родного языка и нормами иностранного (-ых) языка (-ов); способен логически и грамматически верно	**Знать:** формы речи (устной и письменной); особенности основных функциональных стилей; языковой материал русского и иностранного языка, необходимый и достаточный для общения в различных средах и сферах речевой деятельности; современные коммуникативные технологии; **Уметь:** ориентироваться в различных речевых ситуациях; понимать основное содержание профессиональных текстов на иностранном языке; воспринимать различные типы речи, выделяя в них значимую	

	строить устную и письменную речь	информацию; вести основные типы диалога, соблюдая нормы речевого этикета, с учетом межкультурного речевого этикета **Владеть:** изучаемым иностранным языком как целостной системой, его основными грамматическими категориями; навыками коммуникации, в том числе на иностранном (ых) языке (ах), для академического и профессионального взаимодействия	
УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.	УК-6.1 - Ставит цели и задачи, контролирует их выполнение, своевременно оказывает поддержку и принимает решения, необходимые для реализации идеи, исходя из имеющихся ресурсов и ограничений УК-6.2 - Демонстрирует понимание важности планирования перспективных целей деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей,	**Знать:** основы психологии мотивации; способы совершенствования собственной профессиональной деятельности; **Уметь:** планировать и реализовывать собственные профессиональные задачи с учетом условий, средств, личностных возможностей; выявлять мотивы и стимулы для саморазвития; определять цели профессионального роста;	

	этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда УК-6.3 - Критически оценивает эффективность использования времени при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата УК-6.4 - Проявляет интерес к саморазвитию и использует предоставляемые возможности для приобретения новых знаний и навыков	**Владеть:** навыками саморазвития; навыками планирования профессиональной траектории с учетом особенностей как профессиональной, так и других видов деятельности и требований рынка труда	
УК-9 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9.1 - Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике. УК-9.2 **-** Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных	**Знать:** понятийный аппарат экономической науки, базовые принципы функционирования экономики, цели и механизмы основных видов социальной экономической политики **Уметь:** использовать методы экономического и финансового планирования для достижения поставленной цели	

	финансовых целей, использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), контролирует собственные экономические и финансовые риски.	**Владеть:** навыками применения экономических инструментов для управления финансами, с учетом экономических и финансовых рисков в различных областях жизнедеятельности	
ПК-5 Быть способным использовать современные информационные технологии, управлять информацией с использованием прикладных программ деловой сферы деятельности, прикладные пакеты программ для моделирования статистического анализа и информационного обеспечения.	ПК-5.1 – осуществляет конкретные действия по созданию творческих программ, в соответствии с имеющимися материально-техническим и профессиональными ресурсами ПК-5.2 - осуществляет контроль основных процессов: творческо-постановочного, технического, административного и маркетингового	**Знать:** Базовые положения сценарно-драматургических основ театрализованных программ; определение базовых понятий сценарно-драматургических основ театрализованных программ; базовые положения сценарно-драматургических основ театрализованных программ; базовые технические средства и оборудование для осуществления их постановки. **Уметь:** Осуществлять конкретные действия по разработке макета режиссуры творческих программ; сопоставляет качество технических средств и оборудования учреждения	

		культуры с ожидаемым результатом; осуществляет монтаж технического оборудования. **Владеть:** Разработкой сценарно-драматургические основы режиссерско-творческих программ навыком осуществления самостоятельной постановки творческих программ с использованием технических средств, и сценического оборудования учреждения культуры.	
ПК-6 Способность планировать и разрабатывать сценарии досуговых мероприятий, осуществлять документационное обеспечение и их проведения.	ПК-6.1 - знает алгоритм создания успешных проектов в сфере культуры ПК-6.2 – умеет работать с документацией проектов ПК-6.3 – координирует работу со всеми службами в рамках творческо-постановочной, финансовой, административной, маркетинговой деятельности продюсера массовых мероприятий	**Знать:** Основные понятия творческо-производственной деятельности работников учреждений культуры; основные цели, задачи, виды, формы, технологии творческо-производственной деятельности работников учреждений культуры. **Уметь:** Выделять главное и второстепенное в творческо-производственной	

		деятельности работников учреждений культуры; давать оценку структуре и содержанию разработанных творческих проектов. **Владеть:** Навыками планирования творческо-производственной деятельности работников учреждений культуры; оценочными средствами структуры и содержания разработанных творческих проектов.	

Раздел 2. Типовые и оригинальные контрольные задания

2.1. Тестовые задания:

ТЕСТ курса "Основы продюсерского мастерства театрализованных представлений"

№ п/п	Вопрос	Варианты ответов
1	Выберите зоны ответственности продюсера	1) Командообразование; 2) Финансирование 3) Производство 4) Художественный замысел 5) Продвижение и реклама 6) Бухгалтерский учет
2	Чем фандрайзинг отличается от краудфандинга?	1. Это идентичные понятия. 2. Источником финансирования 3. Срочностью существования
3	Можно ли в рамках одного мероприятия использовать разные виды монетизации?	1. Да, можно 2. Нет, нельзя
4	Какой вид маркетинговых исследований поможет найти зрительские инсайты?	1. Кабинетный 2. Количественный 3. Качественный
5	Какой пункт не обязателен в смете	1. Сроки реализации 2.Указание

	расходов театрализованного представления?	юридического лица по контракту 3. Стоимость услуг 4. Спецификация услуг 5.Количество
6	Являются ли конкурентами Организаторы мероприятий, которые работают на одинаковую Целевую аудиторию, с идентичными проектами, но в разных городах?	1. Да 2. Нет
7	Какие задачи можно решить с помощью web аналитики?	1. Узнать посещаемость сайта 2. Исследовать конкурентов 3. Изучить аудиторию сайтов 4. Проанализировать наиболее популярные поисковые запросы
8	Какой из специалистов лишний в режиссерско-постановочной группе?	1. Режиссер 2. Продюсер 3. Автор сценария 4. Хореограф 5. Бухгалтер 6. Художник по свету 7. Технический директор 8. Сценограф
9	Можете ли вы делать стриминг спектакля в YouTube без нарушения авторских прав?	1. Да, если подписан договор на неисключительные права с правообладателем 2.Да, если подписан договор на исключительное право использования с правообладателем 3. Да, если правообладатель внес ваш YouTube канал в в список разрешенных. 4. Нет
10	Какие digital инструменты можно применять для работы с командой проекта?	1, Alexa 2. Trello 3. SimilarWeb 4. Basecamp
11	Какой организационно-правовой формы не существует?	1. Индивидуальный предприниматель (ИП) 2. Некоммерческая организаиця (НКО) 3. Общество с ограниченной ответственностью ООО 4. Самозанятый (СЗ) 5. Креативная группа (КГ)
12	Верно ли, что продюсер создает проект от замысла до результата?	1. Да 2. Нет
13	Верно ли утверждение, что продюсер всегда вкладывает свои деньги в проект?	1. Да 2. Нет
14	Какой продюсерской должности не существует?	1. Линейный продюсер 2. Специфический продюсер 3. Генеральный продюсер 4. Телевизионный продюсер
15	Внешним фактором взаимодействия с продюсерской компанией не являются:	1. Партнеры 2. Конкуренты 3. Компании, оказывающие услуги 4. Работники СМИ 5. Органы исполнительной власти 6. Участники продюсерской команды
16	Решение о том, какими проектами будет заниматься компания, принимает	1. Артист 2. Режиссер 3. Продюсер 4. Опрос зрителей 5. Спонсор
17	Обоснование программы продвижения бизнес-проекта, система рационально и планомерно организованных мероприятий,	1. Пресс-папка 2. Бизнес-план 3. Бренд-бук 4. Сценарный план 5. Кодекс . Документация проекта

	рассчитанных на получение в итоге прогнозируемого результата называется:	
18	Все действия в совокупности от вложения конкретных средств до получения прибыли называют:	1. Концертный тур 2. Чёс 3. Бизнес-проект 4.Условный год 5. Оборотный период
19	К основным статьям бизнес-плана не относится:	1. Территориальные особенности 2. Концепция проекта 3. Календарный план 4. Оценка рынка 5. Маркетинг-план 6. Менеджмент проекта
20	В комплекс мероприятий по маркетингу не входит	1. Ретроспективный анализ среды 2. Изучение целевой аудитории 3. Изучение конкурентов 4. Выбор сегментов рынка 5. Оценка методов ценообразования
21	То, что движет организацией, когда она оказывает спонсорскую поддержку, называется	1. Цели 2. Мотивация 3. Ценности 4. Интерес 5. Возможности 6. Задачи
22	К федеральным и региональным налогам и сборам, с которыми сталкивается продюсер, не относится следующее:	1. НДС 2. Налог на прибыль 3. Подоходный налог с физического лица 4. Отчисления на благотворительность 5. Налог с продаж 6. Налог на имущество организации
23	Какая из функцией не является фунцией продюсера	1. Коммуникативная 2. Стратегическая 3. Административная 4. Социально-психологическая 5. Лидирующая
24	Этапом продвижения проекта не является	1. Медиа-планирование 2. Репетиционный период 3. Разработка концепции проекта 4. Постпромоушен 5. Организация промо кампании 6. Определение цели
25	Условия по транспортировке группы, проживанию, питанию, проведению репетиций и выступлений включены в	1. Бытовой райдер 2. Технический райдер 3. Гастрольный райдер 4. Договор 5. Условия выезда 6. Путевка
26	Что не входит в принципы рекламной кампании:	1. Полнота информации 2. Достоверность 3. Своевременность 4. Законность 5. Обратная связь 6. Принцип повторения
27	Что не относится к видам телевизионной рекламы	1. Шоу 2. Клип 3. Интервью 4. Передача 5. Плакат
28	К маркетинговым исследованиям не относится:	1. Анкетирование 2. Опрос 3. Рейтинг 4. Исследование зрительских инсайтов 5. Социологический опрос
29	Момент, когда расходы по организации мероприятия будут компенсированы доходами, называется	1. Лимит затрат по постановке 2. Точка безубыточности
30	Как можно оценить эффективность рекламной кампании?	1. Увеличение продаж билетов 2. Увеличение прямых запросов в поисковых сетях 3. Увеличение расходов на рекламу 4.

		Получение профессиональной награды

Тест №1	правильный ответ
1	1,2,3,4,5
2	2,3
3	1
4	3
5	1,2
6	2
7	1,2,3,4
8	5
9	1,2,3
10	2,4
11	5
12	1
13	2
14	2
15	6
16	3
17	2
18	3
19	1
20	1
21	2
22	4
23	4
24	2
25	3
26	5
27	5
28	3
29	2
30	1,2

Критерии оценки:

От 25 до 30 баллов	Отлично
19-24 балла	Хорошо

12-18	Удовлетворительно
Менее 11	Неудовлетворительно

2.2. Составление сметы по образцу.

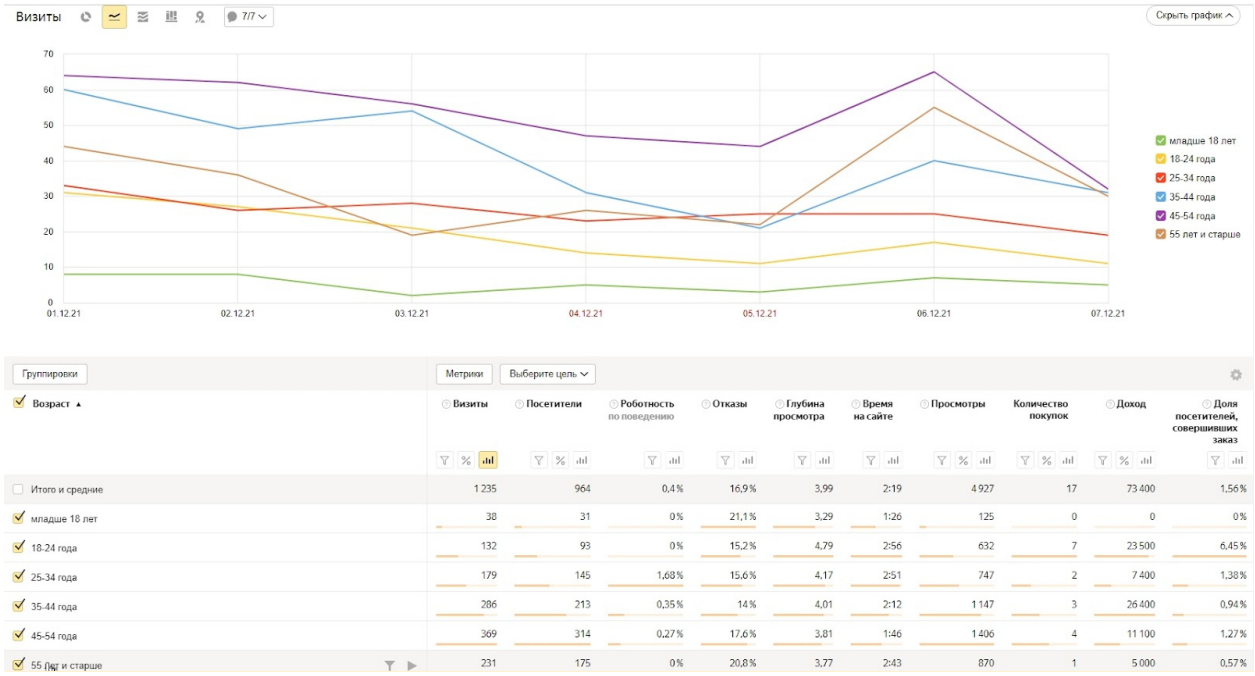
Вид работ	**Ед. изм.**	**Стоимость**	**Количество**	**Сумма**
Креатив и режиссура	1 смена	10000	3	30000
Создание персонажей и анимация	1 смена	6500	15	97500
Создание локаций и реквизита	1 смена	5500	6	33000
Приобретение графических материалов	1 пакет	24000	1	24000
Выездная съёмка живых персонажий на хромакее	1 смена	12000	1	12000
Запись, сведение и аранжировка песни	1 Услуга	30000	1	30000
Копирайтер	1 Услуга	10000	1	10000
Кейтеринг	1 Услуга	5000	1	5000
Налоговые и банковские расходы. 6% УСН 1% на доходы свыше 300.000 рублей в год 3% комиссия банка				24150
			Итого	**265650**
		В стоимость включен налог УСН, НДС неприменим		

2.3. Темы для докладов студентов.

1. Порядок оформления договорных отношений между «Исполнителем» и «Заказчиком».
2. Авторское право. Примеры судебной практики в области авторского права в современной России.
3. Имиджеология в работе продюсера. Этапы создания персонального имиджа.
4. История развития продюсирования в России
5. Деловой этикет современности. Использование мессенджеров для деловой коммуникации.

2.4 Работа с сервисами web аналитики по проектам в мини-группах. Примеры заданий:

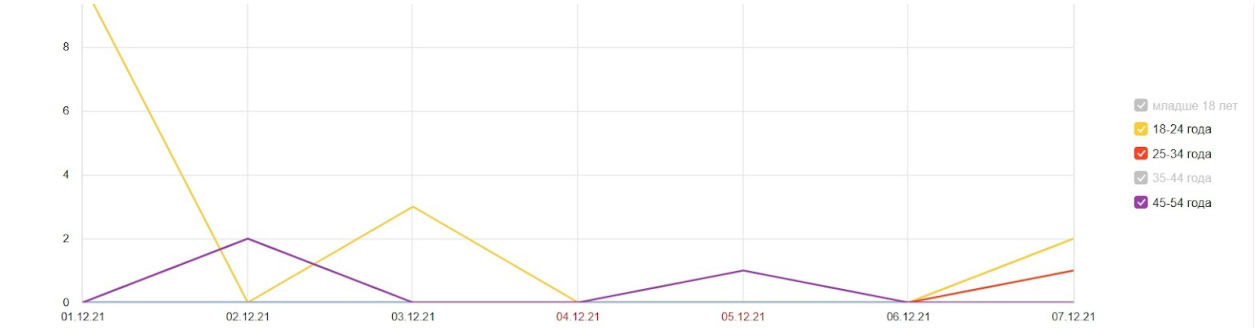
Сравните 2 рисунка. На рис. 1 изображены все посетители сайта с распределением по возрасту. Рис.2 добавлен фильтр “покупка билетов”. На какой возрастной сегмент аудитории стоит усилить рекламу? Обоснуйте свой ответ.



Группировки | Метрики | Выберите цель

Возраст	Визиты	Посетители	Роботность по поведению	Отказы	Глубина просмотра	Время на сайте	Просмотры	Количество покупок	Доход	Доля посетителей, совершивших заказ
Итого и средние	1 235	964	0,4%	16,9%	3,99	2:19	4 927	17	73 400	1,56%
младше 18 лет	38	31	0%	21,1%	3,29	1:26	125	0	0	0%
18-24 года	132	93	0%	15,2%	4,79	2:56	632	7	23 500	6,45%
25-34 года	179	145	1,68%	15,6%	4,17	2:51	747	2	7 400	1,38%
35-44 года	286	213	0,35%	14%	4,01	2:12	1 147	3	26 400	0,94%
45-54 года	369	314	0,27%	17,6%	3,81	1:46	1 406	4	11 100	1,27%
55 лет и старше	231	175	0%	20,8%	3,77	2:43	870	1	5 000	0,57%

Рис.1. Аудитория посетителей сайта по возрасту.



Группировки | Метрики | Выберите цель

Возраст	Визиты	Посетители	Роботность по поведению	Отказы	Глубина просмотра	Время на сайте	Просмотры	Количество покупок	Доход	Доля посетителей, совершивших заказ
Итого и средние	19	7	0%	10,5%	5,37	6:50	102	6	12 200	85,7%
18-24 года	15	4	0%	13,3%	5,67	6:29	85	4	7 500	100%
25-34 года	1	1	0%	0%	2	22:48	2	0	0	0%
45-54 года	3	2	0%	0%	5	3:14	15	2	4 700	100%

Рис.2. Аудитория сайта по возрасту с фильтром покупка билетов.

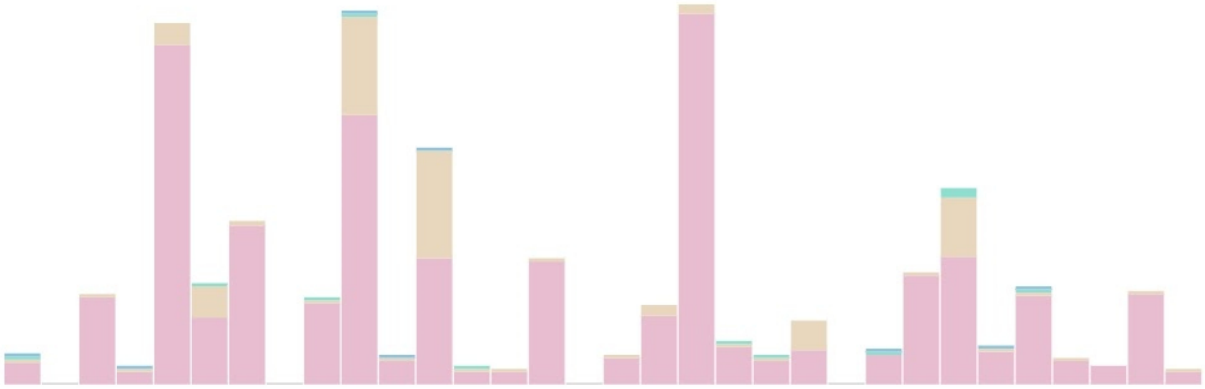
SMM ведение сообществ.

Посмотрите данные аналитики группы театра. Какие вы выводы можете сделать о данном сообществе? На что надо обратить внимание театру? Что улучшить?

За месяц активность выросла на 16%

Переходы, репосты, лайки и комментарии по дням.

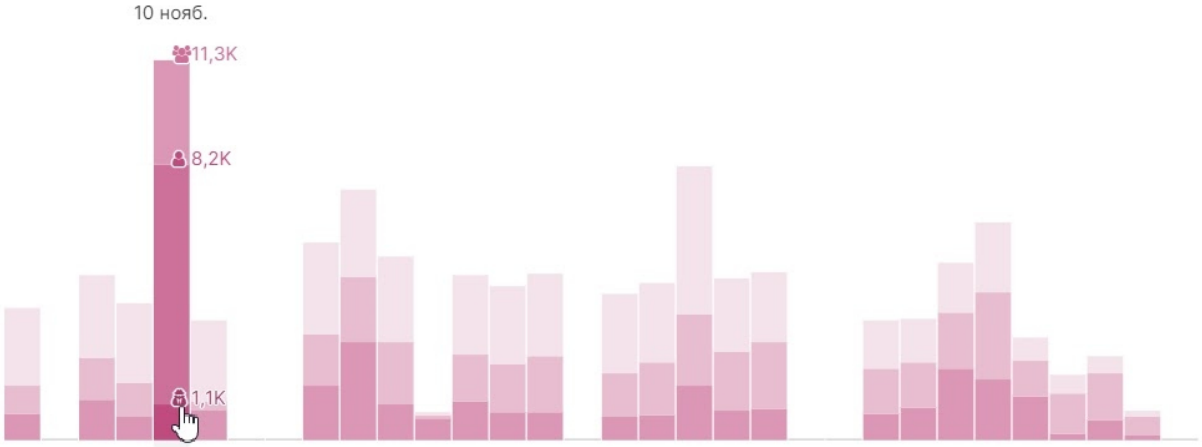
подробнее



Охват сообществ

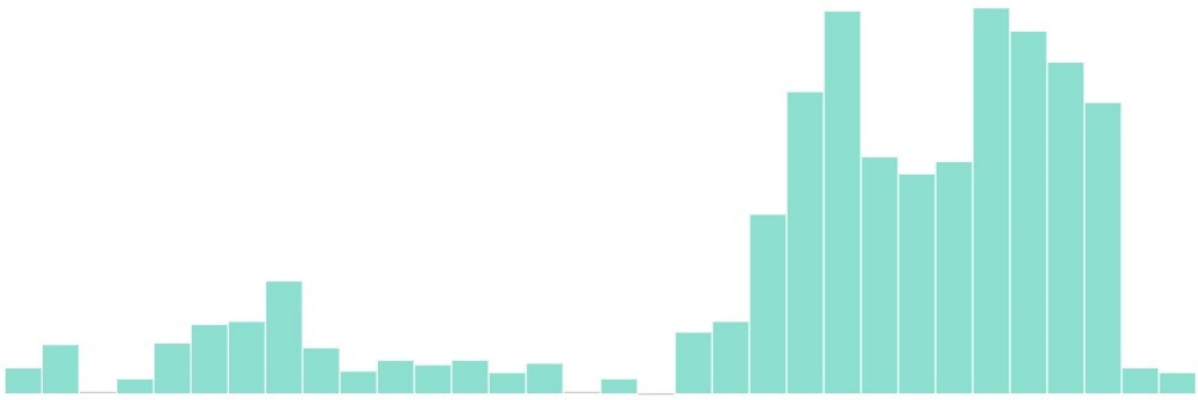
Охват подписчиков, общий охват и количество показов (impressions) по дням.

подробнее



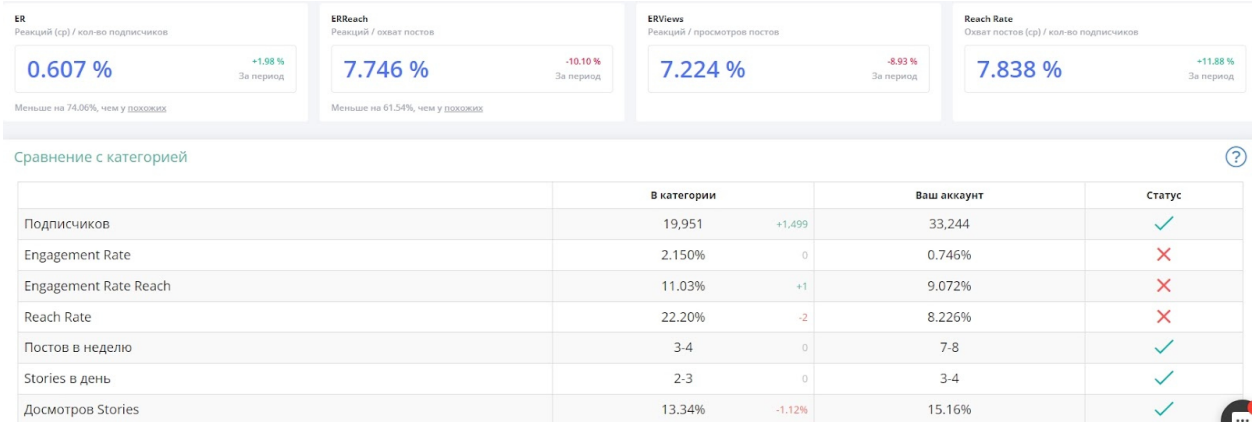
За месяц аудитория выросла на 1458 чел., всего 67 тыс.

Сколько людей подписались или отписались от ваших страниц



SMM ведение сообществ.

Ниже на рисунке представлена аналитика групп театра в сервисе live.dune. Изучите данные. Дайте рекомендации, что необходимо улучшить? Какими инструментами, механиками можно это сделать?



SMM продвижение мероприятия.

Театр города N провел рекламную кампанию в IG и в VK. При этом расходы на рекламу в IG составили 4000 руб., и в социальной сети VK 4000 руб.

Рассчитайте стоимость CPO (стоимость заказа), основываясь на данных web аналитики (рис.3).

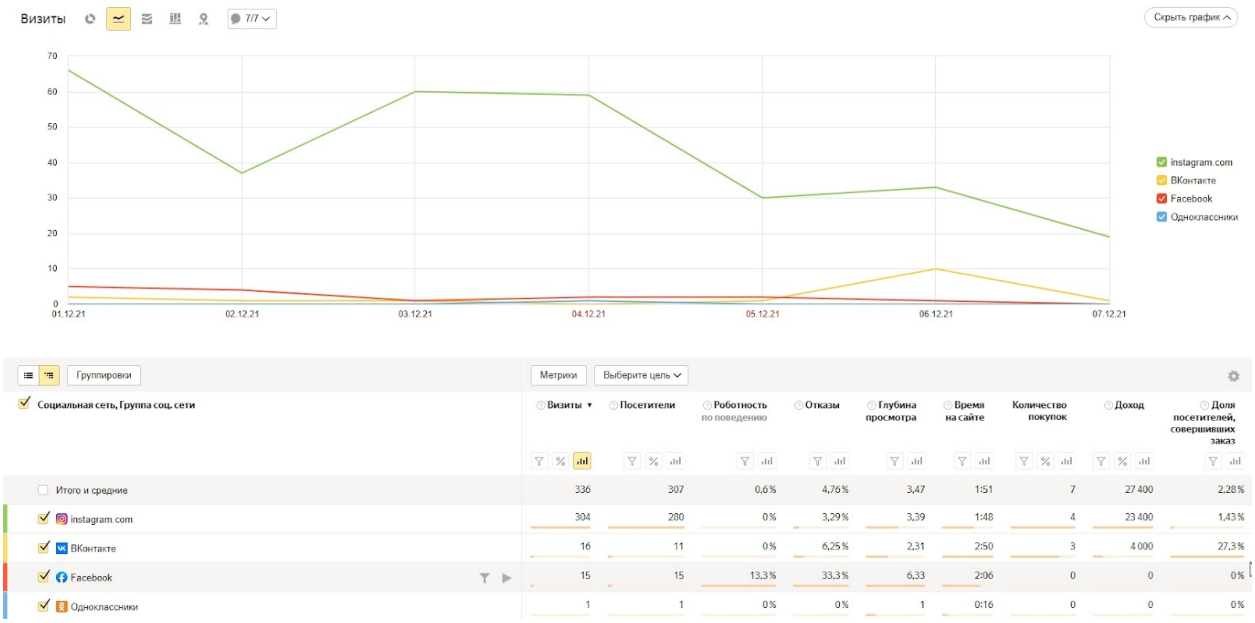


Рис.3

Интернет реклама

Составьте воронку продаж для email рассылки аналогично представленной ниже схеме, где

отправлено писем - 1024

доставлено - 1000

открыто - 569

перешли на сайт - 62

купили билеты - 24 на сумму 12 000 руб.

Рассчитайте конверсию для отправленных писем.

Сколько писем нужно отправить с конверсией 0,2%, чтобы продать билеты на сумму 120 000 руб.?

Критерии оценки:

5-балльная шкала	Показатели	Критерии
Отлично	1. Качество выполнения заданий; 2. Самостоятельность выполнения заданий	Задания выполнены самостоятельно, выполнены правильно от 85 до 100 % заданий
Хорошо		Задания выполнены самостоятельно, Задания выполнены самостоятельно, выполнено правильно от 70 до 84 % заданий
Удовлетворительно		Задания выполнены самостоятельно, выполнено правильно от 55 до 69 % заданий
Неудовлетворительно		Задания выполнены самостоятельно, выполнено правильно менее 55 % заданий

2.5. Итоговая аттестация (экзамен).
Вопросы для экзаменационных билетов.

1. **Основные подходы к изучению понятия «продюсер», «продюсерская деятельность» и ее ключевые функции.**
а) Понятие «продюсер»: трактовка в различных источниках.
б) Ключевые функции продюсирования:

2. **Профессиональная этика продюсера и его команды.**

3. **Финансово-экономическая деятельность продюсера. Массовое мероприятие как бизнес-проект**.

4. **Базовая web аналитика.**

5. **Источники финансирования мероприятий.**

6. **Нормативно-правовая база регулирования коммерческой и предпринимательской деятельности в продюсировании. Авторское право.**

7. **Конкуренты.**

Прямые и косвенные конкуренты.
Конкурентный анализ.
Позиционирование. УТП

8. **Маркетинг в деятельности продюсера**.

- Особенности маркетинга исполнительских искусств и массовых мероприятий.
- Концепции маркетинга (4 Р)

9. **Маркетинговые исследования и их значение в деятельности продюсера.**

- Кабинетные
- Качественные
- Количественные

10. **Реклама мероприятия.**

- ATL, BTL реклама
- Digital реклама: контекстная, реклама в социальных сетях, работа с блогерами

11. **Креативная концепция в рекламе мероприятия**. Основные разделы технического задания.

12. **Менеджмент в деятельности продюсера.**

Цели по SMART
Критерии выбора команды
Современные инструменты для работы в команде.

13. **Творческо-постановочная деятельность продюсера.**

- Организация репетиционного процесса
- Техническо- подготовительный этап. Технический райдер проекта. Бытовой райдер.
- Календарно-постановочный план

14**. Виды постановочных работ.**

- Организация репетиционного процесса
- Этапы создания мероприятия

15. **Основы PR-технологий.**

- Виды общественностей
- Направления деятельности/ функции PR службы театра/концертной организации/продюсерского центра

16. **Имиджеология**

Имиджбилдинг. Методика создания имиджа

17. **История театрально-концертного дела в России.**

Развитие театрально-концертной деятельности в России. Основные этапы.

18. **Современное состояние сферы массовых мероприятий** и его влияние на содержание деятельности продюсера: турбулентность, цифровизация, изменения в поведении пользователей массовых мероприятий, появление экосистем и глобализация.

Критерии оценки:

<table>
<tr><th>4-балльная шкала</th><th>Показатели</th><th>Критерии</th></tr>
<tr><td>Отлично</td><td rowspan="5">1. Полнота выполнения практического задания;
2. Качество выполнения заданий;
3. Самостоятельность выполнения заданий</td><td>Задание выполнено самостоятельно. если тема раскрыта правильно, полно и грамотно. Обучающийся логически стройно излагает учебный материал, справляется с решением задач коммуникативной направленности высокого уровня сложности.</td></tr>
<tr><td>Хорошо</td><td>Задание выполнено самостоятельно, тема раскрыта правильно, но неполно. Выступающий владеет развитыми навыками говорения, дискурсивной компетенцией.</td></tr>
<tr><td>удовлетворительно</td><td>Задание выполнено самостоятельно, тема раскрыта правильно, полно, но в докладе присутствуют значительные фактические, лексические, грамматические, стилистические ошибки. Выступающий недостаточно владеет навыками устного изложения материала, дискурсивной компетенцией.</td></tr>
<tr><td>неудовлетворительно</td><td>Задание выполнено самостоятельно, тема раскрыта правильно, но неполно, в докладе присутствуют значительные фактические, лексические, грамматические и стилистические ошибки. Выступающий не владеет навыками публичной речи и устного изложения материала, дискурсивной компетенцией.</td></tr>
</table>