Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Северо-Западный университет»

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Борзов Александр Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 07.08.2026 17:16:29
Уникальный программный ключ:
455c1bb9c883bfa2e44bcad3e1ef4a33800

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

Б1.О.39 ОСНОВЫ ПРОДЮСЕРСКОГО МАСТЕРСТВА

Специальность 55.05.01 Режиссура кино и телевидения

Форма обучения

Очная

Санкт-Петербург, 2026

1. Таблица компетенций и индикаторов их достижения

ОПК-6	Способен объединить и направить усилия членов творческой группы в процессе подготовки и реализации проекта для создания эстетически целостного художественного аудиовизуального произведения	ОПК-6.1.9	Знать: основы продюсирования при создании художественного аудиовизуального произведения
		ОПК-6.2.9	Уметь: осуществлять адресную продюсерскую деятельность при создании художественного аудиовизуального произведения
		ОПК-6.3.9	Владеть: навыками управления творческой группой с целью создания художественного аудиовизуального произведения

2. Оценочные материалы по дисциплине
Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения (текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации) по дисциплине, характеризующих этапы формирования компетенций

Для оценивания результатов обучения в виде ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ и ВЛАДЕНИЙ используются следующие процедуры и технологии:

- письменные ответы на вопрос(ы),
- тестирование
- практическое задание

2.1. Текущий контроль
Примерный тестовый материал для оценивания знаний

Тест по курсу «Основы продюсерского мастерства» является одной из форм текущей аттестации знаний студентов, обучающихся по дисциплине. Его цель – выяснить общий уровень владения обучающимися понятийным аппаратом дисциплины и достаточными практическими навыками.
Правильные ответы выделены жирным шрифтом.

8 семестр

1. Понятие продюсер – это (ОПК- 6.1.9):
а) Лицо, осуществляющее идейно-художественный и и организационно-финансовый контроль над художественным проектом
б) тоже, что и антрепренёр
в) тоже, что маркетолог
г) лицо, исполняющее функции администратора на съёмках

2. Стороны продюсерской деятельности (ОПК- 6.1.9):
а) организационно- предпринимательская
б) творческо-режиссерская
в) финансово- экономическая
г) творчески-консультационная

3. Понятие маркетинг в сфере культуры- это (ОПК- 6.1.9):
А) культурная программа

Б) использование маркетинговых технологий в сфере культуры
В) социально-культурная программа

4. Менеджмент в сфере культуры связан с процессами (ОПК- 6.1.9):
А) организации
Б) стратегии
В) контроля
Г) определения культурной политики
Д) отбор, производство и хранение культурных ценностей

5. В круг обязанностей персонального менеджера входит (ОПК- 6.1.9):
А) разработка и бизнес обоснование культурного проекта
Б) **управлением карьерой индивидуальных артистов или музыкантов.**
В) **осуществляют планирование, организацию и контроль их деятельности**
Г) **обеспечение связи между артистами и другими профессионалами в индустрии развлечений**

6. В круг обязанностей бизнес-менеджера входит (ОПК- 6.1.9):
А) разработка бизнес-плана
Б) контроль бюджета
В) обеспечение связи между артистами и другими профессионалами в индустрии развлечений
Г) управление персоналом

7. В круг обязанностей промоутера (импресарио) входит (ОПК- 6.1.9):
А) организацией и продвижением культурных проектов
Б) подписание контрактов
В) контроль бюджета
Г) продажа билетов

8. В круг обязанностей продакшн-менеджера (зав. постановочной частью) входит (ОПК- 6.1.9):
А) обеспечение связи между артистами и другими профессионалами в индустрии развлечений
Б) **организацию, планирование и координацию всех процессов в производственной части культурного проекта.**
В) контроль бюджета
Г) **подготовкой и проведением концертов, спектаклей, фестивалей и других мероприятий.**

9. В круг обязанностей художественных руководителей входит (ОПК- 6.1.9):
А) создание художественной концепции
Б) разработка бизнес-плана
В) разработка программы
Г) выбор артистов

10. Договор на услуги -это (ОПК- 6.1.9)**:**
А) типичный контракт
Б) договор о намерениях
В) дополнительное соглашение

11. Договор на продажу авторских прав заключается в случае (ОПК- 6.2.9)**:**

А) если продюсер приобретает полные или частичные авторские права на произведение коллектива
Б) если продюсер занимается продвижением проекта
В) если продюсер представляет проект в государственных структурах

12. Договор на разработку проекта заключается в случае (ОПК- 6.2.9)**:**
А) юридических разногласий между учредителями
Б) в случае необходимости определить задачи, сроки выполнения работ, гонорары и другие условия.
В) юридических разногласий между правообладателями

13. Дейл Карнеги – это (ОПК- 6.1.9):
А) **американский писатель и психолог**
Б) продюсер
В) киносценарист

14. Перечислите Структурные подразделения прокатных организаций (ОПК- 6.1.9):
А) Отдел распространения:
Б) Отдел маркетинга и рекламы:
В) Отдел аналитики и исследований:
Г) Отдел долгосрочного планирования

15. За что отвечает отдел распространения прокатной организации (ОПК- 6.2.9):
А) за разработку стратегии маркетинга
Б) **за установление контактов с кино-/телестудиями и продюсерскими центрами**
В) **заключение договоров о лицензировании и организацию проката фильмов или телесериалов в различных кинотеатрах и платформах.**

16. За что отвечает отдел маркетинга и рекламы (ОПК- 6.2.9)**:**
А) отдел разрабатывает и осуществляет стратегию маркетинга и рекламы для каждого выпуска фильма или телесериала
Б) проводит рекламные кампании, организует пресс- конференции
В) заключает лицензионные соглашения
Г) занимается долгосрочным планированием

17. Самоокупаемость — это (ОПК- 6.1.9)**:**
А) способность организации или творческого коллектива существовать и развиваться за счет собственных ресурсов и прибыли
Б) способность организации привлекать спонсоров для покрытия текущих расходов
В) товарно-денежные отношения, возникающие в кинопроизводстве

18. Аспекты коммуникативности продюсера включают (ОПК- 6.1.9):
А) **Умение общаться и налаживать контакты**
Б) Вести переговоры и урегулирование конфликтов
В) способность организации привлекать спонсоров для покрытия текущих расходов
Г) разработку стратегии маркетинга

19. Методика заключения договоров и контрактов включает следующие шаги (ОПК- 6.1.9):
А) Идентификация потребностей:
Б) Поиск партнеров
В)Контакт и переговоры

Г) профессиональную дискуссию
Д) Составление договора

20. Форма расчетов по прокату включает в себя (ОПК- 6.1.9):
А) колебания стоимости услуг на рынке
Б) прогноз по инфляции
В) информацию о стоимости аренды или проката определенного объекта или услуги.

20. Кадровые ресурсы, которые влияют на качество и успех фильма, включают в себя (ОПК- 6.1.9):
А) Исполнителей
Б) Маркетологов
В) Операторов
Г) Режиссеров
Д) Художников
Ж) Прокатные организации
З) Визажистов и имиджмейкеров

2.2 Практические задания (примеры) (ОПК- 6.2.9) (ОПК- 6.3.9):

Пример 1:
Составить (тезисно) проект продвижения отечественного авторского кино в контексте современного культурного пространства.
Отразить:
1. Специфику контента
2. Определить адресную аудиторию проекта
3. Описать уели, задачи и средства проекта
4. Отдельно определить чем данное произведение киноискусства может быть интересно сегодня зрителю.

Пример 2

Составить (тезисно) проект по привлечению инвесторов и спонсоров в проект по кинопроизводству:
Отразить:
1. Условия, при которых возможно привлечение средств
2. Обосновать объём возможного финансирования (государственного и частного)
3. Разработать рекламный проект- его стратегию, эстетику, адресность.

2.3 Промежуточная аттестация:

8 семестр

1. Многообразие определений понятия «продюсер» и «продюсерское мастерство» (ОПК-6.1.9).
Ответ:
Определения понятия «продюсер» и «продюсерское мастерство» могут различаться в зависимости от контекста и отрасли, в которой используются эти термины. Некоторые из многочисленных определений этих понятий: 1) Продюсер - специалист, который ответственен за организацию и финансирование проекта, а также координацию работы всех его участников. Продюсер также может осуществлять контроль качества продукции. 2) Продюсер - человек, обеспечивающий финансирование, организацию и контроль выполнения проекта или производства, отвечающий за установление структуры и графика работы, а также за подбор

персонала. 3) Продюсер - творческий режиссер, который управляет созданием и координацией всех аспектов производства и реализации проекта, включая выбор сценария, актеров и дизайна. 4) Продюсер - лицо или компания, занимающаяся финансовым и организационным аспектами производства и выпуска медиаконтента, такого как фильмы, музыка, телевизионные программы или видеоигры. 5) Продюсер - специалист, ответственный за управление процессом создания музыки, включающий выбор исполнителей, аранжировку, звукозапись и воплощение концепции проекта.

2. Три стороны продюсерской деятельности: организационно- предпринимательская, творческо-режиссерская, финансово- экономическая (ОПК- 6.1.9).
Ответ:
Три стороны продюсерской деятельности: 1) Организационно- предпринимательская сторона – включает в себя финансирование проекта, разработку бизнес-плана, поиск партнеров и инвесторов, установление графика работы, контроль над выполнением задач и координацию работы команды. 2) Творческо-режиссерская сторона – заключается в выборе концепции проекта, сценария или музыкального материала, подборе исполнителей и команды, режиссировании создания контента, контроле качества и придании проекту уникального стиля или характера. 3) Финансово-экономическая сторона предполагает обеспечение финансирования проекта, контроль над бюджетом, установление цен на конечный продукт, учет и анализ финансовых показателей, поиск и управление доходами, управление рисками. В зависимости от конкретной отрасли и контекста, эти стороны продюсерской деятельности могут варьироваться по важности и распределению задач, однако обычно все они присутствуют и влияют на успех проекта.

3. Роль продюсера в поиске новых талантов, создании новых коллективов; подготовка оригинальных программ (ОПК- 6.2.9).
Ответ:
Роль продюсера в поиске новых талантов и создании новых коллективов очень важна. Продюсер помогает молодым талантам развиваться и продвигаться на рынке. Он также может создавать новые коллективы, объединяя талантливых людей вместе. Подготовка оригинальных программ также является важной частью работы продюсера. Он должен уметь разрабатывать интересные и уникальные программы, которые привлекут аудиторию.

4. Понятия «маркетинг» и «менеджмент» в сфере культуры (ОПК- 6.2.9).
Ответ:
Маркетинг и менеджмент в сфере культуры очень важны. Они помогают организациям культуры привлекать больше аудитории и увеличивать свою прибыль. Маркетинг включает в себя рекламу, продвижение и связи с общественностью, а менеджмент - управление персоналом, ресурсами и проектами.

5. Особенности маркетинга культуры и его роль в деятельности продюсера (ОПК- 6.2.9).
Ответ:
Особенности маркетинга культуры и его роль в деятельности продюсера: 1) Специфика продукта: культурный продукт, будь то концерт, выставка или спектакль, отличается от товаров и услуг в других сферах. Он имеет эстетическую, интеллектуальную и эмоциональную ценность, и его маркетинг должен учитывать эту уникальность. 2) Потребители: культурных товаров и услуг обладают своими специфическими вкусами, интересами и предпочтениями. Поэтому продюсеры культурных событий должны проводить маркетинговые исследования и анализировать аудиторию, чтобы предложить им именно то, что им интересно и соответствует их ожиданиям. 3) Продвижение: в маркетинге культуры особую роль играет продвижение. Продюсеры искусства должны разработать эффективные стратегии по привлечению внимания и интереса к своим событиям. Это может включать в себя использование социальных сетей, создание креативных рекламных кампаний, организацию пресс-конференций. 4.

Благотворительность и спонсорство: одна из особенностей маркетинга культуры — это возможность привлечения спонсоров и благотворительных организаций. В силу социальной ответственности и имиджевой составляющей такие организации могут быть заинтересованы в поддержке и финансировании культурных проектов. 5) Особенности бюджетирования: в культурной сфере бюджеты на маркетинг могут быть ограничены. Поэтому продюсеры часто вынуждены быть более изобретательными и креативными, чтобы достичь своих маркетинговых целей.

6. Особенности технологий деятельности персональных менеджеров, бизнес-менеджеров, промоутеров (импресарио), продакшн-менеджеров (зав. постановочной частью), художественных руководителей (ОПК- 6.2.9).

Ответ:

Особенности технологий деятельности персональных менеджеров, бизнес- менеджеров, промоутеров (импресарио), продакшн-менеджеров и художественных руководителей: 1) Персональные менеджеры: они занимаются управлением карьерой индивидуальных артистов или музыкантов, осуществляют планирование, организацию и контроль их деятельности. Они обеспечивают связь между артистами и другими профессионалами в индустрии развлечений. 2) Бизнес-менеджеры: они отвечают за коммерческую успешность и устойчивость организации. Они разрабатывают бизнес- планы, контролируют бюджет, управляют персоналом и принимают решения, направленные на повышение прибыли и рост компании. 3) Промоутеры (импресарио): они занимаются организацией и продвижением концертов, выставок, спектаклей и других культурных событий. Они отвечают за поиск артистов, подписание контрактов, бюджетирование и продажу билетов. 4) Продакшн-менеджеры (зав. постановочной частью): они ответственны за организацию, планирование и координацию всех процессов в производственной части культурного проекта. Они занимаются подготовкой и проведением концертов, спектаклей, фестивалей и других мероприятий. 5) Художественные руководители: они отвечают за создание художественной концепции и содержания культурного проекта. Они разрабатывают программу, выбирают артистов, работают с режиссерами и другими творческими специалистами, чтобы обеспечить высокое качество и уникальность произведений искусства.

7. Виды контрактов; заключение контрактов между продюсером и творческим коллективом для осуществления новых творческих проектов (ОПК- 6.2.9).

Ответ:

Виды контрактов между продюсером и творческим коллективом включают: 1) Договор на услуги: это типичный контракт, который определяет условия сотрудничества между продюсером и творческим коллективом. В таком контракте обычно указываются основные детали проекта, сроки, гонорары, права и обязанности сторон. 2) Договор на продажу авторских прав: если продюсер приобретает полные или частичные авторские права на произведение коллектива, такой контракт применяется. Он должен четко определить, какие права передаются продюсеру, длительность сделки и вознаграждение. 3) Договор на разработку проекта: когда продюсер нанимает творческий коллектив для создания нового проекта, например фильма или музыкального альбома, такой контракт заключается. Он обычно определяет задачи, сроки выполнения работ, гонорары и другие условия.

8. Кратковременные и долгосрочные договоры (ОПК- 6.2.9).

Ответ:

Кратковременные и долгосрочные договоры в зависимости от срока действия могут иметь следующие особенности: 1) Кратковременные договоры: обычно предусматривают сотрудничество на определенный период времени или для выполнения конкретного проекта. Например, контракт на создание одного альбома, фильма или спектакля. 2) Долгосрочные договоры: могут заключаться на неопределенный срок или на длительный период времени. Такие контракты обычно предусматривают сотрудничество на протяжении нескольких

проектов или на протяжении определенного периода времени, например, на год или более. Размер гонорара, условия выхода из контракта, права и обязанности сторон, а также другие детали указываются в каждом конкретном договоре в зависимости от конкретных условий сотрудничества.

9. Планирование PR-компаний (ОПК- 6.2.9).
Ответ:
При планировании PR-компаний, важным аспектом является регулирование отношений между прокатными организациями, а также между ними и другими предприятиями, организациями и учреждениями. Это может быть достигнуто через систему договоров, которые являются юридически обязательными документами, определяющими условия сотрудничества.

10. Регулирование отношений прокатных организаций друг с другом, другими предприятиями организациями и учреждениями через систему договоров; методика и технология заключения договоров и контрактов (ОПК- 6.3.9).
Ответ:
Методика заключения договоров и контрактов включает следующие шаги: 1) Идентификация потребностей: прокатные организации и другие участники бизнеса должны определить, какие услуги или товары им необходимы, а также желаемые условиясотрудничества. 2) Поиск партнеров: после определения потребностей, проводится поиск партнеров, которые могут предоставить необходимые услуги или товары. Это может быть достигнуто путем исследования рынка, обращения к рекомендациям или использования профессиональных сетей. 3) Контакт и переговоры: после нахождения потенциальных партнеров, осуществляется установление контакта и проведение переговоров по условиям сотрудничества. В этом процессе стороны могут обсуждать цены, объемы, сроки, права и обязанности каждой из сторон и другие важные условия. 4) Составление договора: после достижения соглашения, составляется договор или контракт, в котором фиксируются все условия сотрудничества. Документ должен быть юридически обоснованным и содержать все существенные условия, чтобы исключить возможные конфликты в будущем. 5) Подписание и исполнение: после составления договора, стороны его подписывают и начинают выполнение обязательств, указанных в нем. 6) Контроль и анализ: в течение срока действия договора, его выполнение и результаты сотрудничества могут быть контролированы и проанализированы. Если возникают проблемы или несоответствия, могут быть применены меры по исправлению ситуации. Технология заключения договоров и контрактов может включать использование электронно-цифровых платформ, которые упрощают процесс обмена информацией и подписания документов. Это может включать использование электронной почты, электронных подписей или специализированных платформ для документооборота. Это позволяет сократить время и затраты, связанные с ручной обработкой бумажных документов и доставкой.

Критерии оценивания

Знания, умения и навыки обучающихся при промежуточной аттестации **в форме зачета с оценкой** определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

«Отлично» выставляется, если обучающийся достиг **продвинутого уровня формирования компетенций;** обучающийся глубоко и прочно усвоил весь программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок. 19-20 верных ответов

«Хорошо» выставляется, если обучающийся достиг **повышенного уровня формирования компетенций;** обучающийся твердо знает программный материал, грамотно

и по существу излагает его, не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий. 18-15 верных ответов

«Удовлетворительно» выставляется, если обучающийся достиг **порогового уровня формирования компетенций;** обучающийся усвоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий. 14-10 верных ответов

«Неудовлетворительно» соответствует **нулевому уровню формирования компетенций;** обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания, задачи.

При использовании 100-балльной шкалы оценивания при промежуточной аттестации, знания, умения и навыки обучающихся определяются в данной шкале и переводятся в оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно», «зачтено», «не зачтено».

Шкала перевода баллов в оценки при промежуточной аттестации в форме зачета с оценкой

Уровень формирования компетенции	Оценка	Минимальное количество баллов	Максимальное количество баллов
Продвинутый	Отлично	90	100
Повышенный	Хорошо	75	89
Пороговый	Удовлетворительно	60	74
Нулевой	Не удовлетворительно	0	59