

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Вятский государственный университет»

УТВЕРЖДАЮ

Заместитель начальника

Управления дополнительного
образования



А.В. Ральников

«30» мая 2024 г.

ПРОГРАММА ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

дополнительной профессиональной программы –
программы повышения квалификации
«Проектирование в креативных индустриях»

Киров, 2024

ВВЕДЕНИЕ

Итоговая аттестация проводится в форме зачета.

Зачет представляет собой итоговое испытание по профессионально-ориентированным проблемам, устанавливающим соответствие подготовленности выпускников требованиям ДПП.

Зачет проводится с целью проверки уровня и качества профессиональной подготовки слушателей, предусмотренных профессиональным стандартом и квалификационными характеристиками.

Зачет позволяет выявить и оценить уровень сформированности компетенций у выпускника для решения профессиональных задач, готовность к новым видам профессиональной деятельности.

Перечень проверяемых результатов обучения

Виды деятельности	Профессиональные компетенции	Практический опыт	Умения	Знания
ВД 1 Производство продукции телерадиовещательных средств массовой информации (СМИ)	ПК 1 Готовность к деятельности по обеспечению реализации информационно-коммуникационного проекта необходимыми ресурсами	Владеть навыками обоснования целесообразности и создания продукта, его идейно-художественного значения, окупаемости и прибыльности. Составления бюджета, организация обеспечения продукта необходимыми материально-техническими ресурсами в рамках бюджета. Подготовки финансовых предложений для инвесторов/спонсоров, поиск инвесторов/спонсоров, проведение с	Уметь анализировать информацию и оценивать результат для выбора наилучшего решения. Определять необходимое для реализации проекта оборудование, программное обеспечение и трудозатраты. Вести переписку, телефонные и личные переговоры, выступать перед аудиторией. Составлять проектные и финансовые планы.	Знать новейшие теоретические и практические знания в области медиапроизводства. Принципы бюджетирования и финансовой отчетности. Основные положения законодательства Российской Федерации в области размещения заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг. Методы эффективного убеждения.

		ними переговоров и заключение соглашений/договоров.		
ВД 1 Производство продукции телерадиовещательных средств массовой информации (СМИ)	ПК 2 Способность к созданию проектной команды и организации ее деятельности	Владеть основами драматургии, режиссуры и монтажа. Принципами творческо-постановочного и технологического процессов подготовки и создания медиапрограмм. Спецификой профессиональной деятельности всех участников проекта (от сценариста до бухгалтера). Методами эффективного менеджмента.	Уметь определять необходимый уровень квалификации участников проектной команды. Объединять и направлять творческо-производственную деятельность проектной команды. Разрешать конфликтные ситуации. Эффективно использовать рабочее время, определять приоритетные задачи.	Знать определение квалификационных требований к членам проектной команды в творческой и технической части. Организацию подбора кадров для создания продукта. Организацию творческого и производственного процессов, рациональная расстановка кадров, координация деятельности проектной команды. Решение вопросов обеспечения проекта необходимыми кадрами в случае возникновения дополнительных задач или необходимости замены. Обеспечение эффективного использования материальных и финансовых ресурсов. Контроль соблюдения производственно

				го графика, сроков производства и соответствия результата принятой художественной концепции.
ВД 1 Производство продукции телерадиовещательных средств массовой информации (СМИ)	ПК 3 Способность к планированию и реализации работы по продвижению информационных проектов	Владеть основами законодательства Российской Федерации о рекламе. Методами проведения рекламных кампаний, включая сетевые возможности продвижения контента. Передовым отечественным и зарубежным опытом производства и продвижения информационных проектов. Технологиями медиапроизводства, программное обеспечение и аппаратные средства мультимедиа, основы компьютерной графики и анимации, компьютерные музыкальные технологии и звуковой дизайн мультимедиапрограмм.	Уметь определять рекламную стратегию для продвижения конечного продукта. Ставить цели и определять пути их достижения. Формировать имидж продукта. Использовать производственно-технические возможности компьютерных технологий. Определять необходимость оперативного влияния на ситуацию. Оперативно реагировать на изменяющуюся ситуацию в интересах организации.	Знать разработку и реализацию маркетинговых планов продвижения продукции. Выявление целевых аудиторий, эффективных инструментов и каналов продвижения. Создание и размещение презентационного/рекламного материала. Организацию проведения рекламных кампаний и программ, оценку полученных результатов.

Примерный перечень вопросов к итоговому зачету

1. Понятие и краткая история развития креативных индустрий.
2. Виды креативных индустрий. Характеристика любой креативной индустрии на выбор слушателя.
3. Актуальное состояние развития креативных индустрий в России. Основные экономические показатели. Региональный опыт.
4. Меры государственной поддержки креативных индустрий в России. Основные документы, регламентирующие отрасль.
5. Векторы развития креативных индустрий в России и мире.
6. Понятие и характеристики проекта.
7. Виды проектов. Особенности информационных и медиапроектов.
8. Команда проекта. Основные задачи и функции. Основы управления командой проекта.
9. Технологии и алгоритмы креативного проектирования – общая характеристика.
10. Этап анализа и мониторинга. Выявление целевых аудиторий. Формулировка проблем и потребностей.
11. Этап планирования и разработки. Формулировка целей, задач, ключевой идеи, оценка ресурсов, формирование бюджета проекта. Разработка информационных продуктов.
12. Этап коммуникации с аудиториями. Характеристика каналов коммуникации.
13. Этап оценки эффективности проекта. Качественные и количественные показатели, параметры оценки.
14. Понятие и основные характеристики медиабизнеса.
15. История развития отечественной медиаиндустрии в 2000-2020-х годах.
16. Виды медиапредприятий, их специфика.

Критерии оценивания

Оценка за зачет является интегрированной и включает в себя оценку уровня освоения всех компетенций, формируемых в ходе изучения ДПП. Оценка соответствует уровню освоения компетенций: пороговый, продвинутый, высокий. Результаты итоговой аттестации определяются по системе: «зачтено», «не зачтено».

Оценки «зачтено» заслуживает ответ слушателя, в котором полностью раскрыто теоретическое содержание заявленных в экзаменационном билете вопросов. Представлен анализ практической составляющей вопроса, слушатель приводит примеры, аргументирует и соотносит теоретические знания с профессиональной сферой; использует творческий подход к решению проблемных вопросов; владеет навыками обобщения, систематизации и обоснования выводов, предложений по конкретному вопросу; использует аргументацию в ответах на вопросы членов

аттестационной комиссии, что позволяет сделать вывод о понимании, готовности к дискуссии по данной проблеме, теоретическому вопросу. Практическое задание выполнено в полном соответствии с требованиями ДПП. Слушатель демонстрирует сформированность компетенций в сфере профессиональной деятельности

Оценки «не зачтено» заслуживает слушатель, который обнаруживает существенные пробелы в знании основного учебного материала, допустивший принципиальные ошибки; если слушатель не дал правильных ответов на большинство заданных вопросов членов аттестационной комиссии. Выполнение практического задания не соответствует требованиям ДПП. Слушатель демонстрирует несформированность компетенций в сфере профессиональной деятельности.