



**ТЕАТРАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ
ИМЕНИ БОРИСА ЩУКИНА**

Министерство культуры Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Театральный институт имени Бориса Щукина при Государственном академическом театре имени Евгения Вахтангова»
(Театральный институт имени Бориса Щукина)

Принята на заседании
Ученого совета
протокол №
от «___» _____ 2025г.

Утверждаю:
Ректор
_____ Е.В. Князев
«___» _____ 2025г.

**Дополнительная профессиональная программа
(программа профессиональной переподготовки)**

**Медиакоммуникации и аспекты публичной деятельности в сфере
театрального и киноискусства**

(наименование программы)

дополнительное профессиональное образование

(подвид дополнительного образования)

ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ

Рабочая программа

Разработчики:
русский журналист, теле- и
радиоведущий, актёр, член Академии
Русского телевидения
Майоров Сергей Анатольевич;
русский журналист, переводчик и
телеведущий, член Академии
русского телевидения, член Союза
журналистов России
Морозов Денис Анатольевич

Москва 2025

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА.....	3
1.1. Цели и задачи итоговой аттестации.....	3
2. РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОДГОТОВКЕ ИТОГОВОГО ПРОЕКТА	6
2.1. Примерная структура проекта	6
2.1.1. Подготовка пояснительной записки и презентации проекта.....	6
2.2. Примерный перечень вопросов и тем для подготовки к защите проекта	6
2.2.1 Примерный перечень теоретических вопросов по курсу	6
2.2.2 Структура самопрезентации	7
2.2.3 Примерный перечень тем для интеллектуального стендапа	7
3. ПРОЦЕДУРА ЗАЩИТЫ ПРОЕКТА, КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ	7
4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И СПРАВОЧНО-ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ	9
4.1. Список источников и литературы.....	9
4.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	11
4.3. Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы.....	12
5. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ	12

1. Пояснительная записка

1.1. Цели и задачи итоговой аттестации

Целью итоговой аттестации (ИА) выпускников "Цифровой кафедры" по программе дополнительной профессиональной переподготовки " Медиакommunikации и аспекты публичной деятельности в сфере театрального и киноискусства" является установление соответствия уровня их подготовки требованиям указанной программы. Данные требования сформулированы в соответствии с «Требованиями к содержанию и оформлению дополнительных профессиональных программ (программ профессиональной переподготовки) и ИТ-модулей в рамках предусматривающих получение нескольких квалификаций основных программ высшего образования, реализуемых на «цифровых кафедрах» образовательными организациями высшего образования, участвующих в программе стратегического академического лидерства «Приоритет-2030» (2025г.).

Задачами ИА являются:

проверка уровня сформированности компетенций, определенных в программе дополнительной профессиональной переподготовки "Медиакommunikации и аспекты публичной деятельности в сфере театрального и киноискусства";

принятие решения об освоении выпускником нового вида профессиональной деятельности – «создание информационных ресурсов в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и управление ими», приобретении новой квалификации «специалист по работе с социальными медиа» и выдаче диплома о профессиональной переподготовке.

1.1. Формы проведения итоговой аттестации.

Итоговая аттестация проводится в форме защиты индивидуального проекта продвижения информации в медиaprостранстве.

1.2. Область, задачи, вид профессиональной деятельности

Область профессиональной деятельности – «культура, искусство (в сферах: сценических искусств; киноискусства; творческой деятельности). Тип задач профессиональной деятельности – организационно-управленческий. Новый вид профессиональной деятельности – создание информационных ресурсов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и управление ими.

1.3. Планируемые результаты обучения, соотнесенные с планируемыми результатами освоения программы

В ходе итоговой аттестации слушателями подтверждаются умения и навыки, определяемые результатом обучения по Программе - получение компетенций, необходимых для освоения нового вида профессиональной деятельности – «создание информационных ресурсов в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и управление ими» – и приобретения новой квалификации «специалист по работе с социальными медиа».

В ходе освоения Программы слушателем приобретаются следующие профессиональные компетенции:

ПК-30 – применяет принципы и основы алгоритмизации;

ПК-123 – применяет SMM-технологии для самопродвижения.

Планируемые результаты обучения по Программе, подтверждаемые в процессе итоговой аттестации, представлены в табл. 1.

Таблица 1

Планируемые результаты обучения

Целевой уровень формирования компетенции	Промежуточные образовательные результаты		
	Опыт практической деятельности (ОПД)	Умения (У)	Знания (З)
ПК-30: Базовый. Разрабатывает типовые алгоритмы под контролем опытных наставников	ОПД1. Применение стандартов для разработки технической документации при создании визуальных алгоритмов. ОПД2. Составление блок-схемы алгоритмов	У1. Осуществлять запись алгоритмов У2. Отображать результаты при проектировании визуальных алгоритмов У3. Определять необходимый тип алгоритма в соответствии с задачей У4. Выбирать способ представления визуальных алгоритмов	31. Алгоритмы, их типы 32. Свойства алгоритмов 33. Линейный алгоритм 34. Разветвляющийся алгоритм 35. Циклический алгоритм 36. Рекурсия 37. Суперпозиция 38. Информационные алгоритмы 39. Государственный стандарт создания технической документации при выполнении схем обработки данных и средств их решения
ПК-123: Продвинутый. Самостоятельно определяет необходимость применения отдельных технологических инструментов для реализации контент- плана, переданного руководством для исполнения. Участствует в разработке контент- плана, а также в медиа-планировании, ведет отдельные направления в реализации контент- плана. Осуществляет самоконтроль, периодически отчитываясь перед руководителем	ОПД1. Определение оптимальных площадок в социальных медиа для проведения продвижения. ОПД2. Создания перечня тем, которые могут обсуждаться посетителями социальных медиа и членами интернет-сообществ. ОПД3. Создания образцов информационных сообщений (постов) с целью публикации на социальных медиа. ОПД4. Разработка расписания продвижения в социальных медиа ОПД5. Публикация информационных сообщений на социальных медиа-платформах ОПД6. Увеличение числа пользователей в интернет-сообществе с помощью онлайн-активностей ОПД7. Оценка результатов продвижения в социальных медиа на основе анализа показателей эффективности. ОПД8. Интервьюера и интервьюируемого.	У1. Изучать содержание площадок в социальных медиа, а также анализировать аудиторию, которая участвует в этих площадках У2. Использовать функциональные возможности, предоставляемые современными социальными медиа-платформами У3. Создавать контент в социальных медиа, включая информационные сообщения и другие типы текстов У4. Обосновывать выбор платформ для размещения рекламы У5. Определять и оценивать количественные и качественные показатели, связанные с эффективностью социального продвижения, чтобы принимать правильные решения. У6. Поддерживать разговор, отвечать на провокационные вопросы, сохраняя образ и репутацию во время интервью.	31. Работу современных платформ социальных медиа 32. Пользовательскую базу разных социальных медиа и ее характеристики в зависимости от конкретной платформы 33. Основы коммуникации и общения в сети Интернет с учетом ее особенностей и возможностей. 34. Способы анализа текстовой и графической информации. 35. Основы написания эффективных текстов для веб-страниц и других форматов 36. Основы маркетинга и связей с общественностью 37. Состав комплекса маркетинговых инструментов для продвижения в социальных медиа.

2. Рекомендации по подготовке итогового проекта

Тему для итогового проекта слушателю назначает руководитель программы по согласованию с педагогами, участвующими в ее реализации, исходя из актуальных запросов отрасли.

2.1. Примерная структура проекта

- 2.1.1. Представь себя – самопрезентация;
- 2.1.2. Представь другого – интеллектуальный стендап (презентация известной в медиа-сфере личности по выбору слушателя)
- 2.1.3. Интервью.

2.1.1. Подготовка пояснительной записки и презентации проекта

Выпускник готовит презентацию своего проекта, используя весь арсенал инструментов, с которыми познакомился при освоении настоящей Программы.

2.2. Примерный перечень вопросов и тем для подготовки к защите проекта

2.2.1 Примерный перечень теоретических вопросов по курсу

1. Назовите два вида самопрезентации.
2. Как поддержать интерес аудитории во время самопрезентации?
3. Что такое сторителлинг?
4. Что нужно для хорошей истории?
5. Что такое конфликт в истории? Какие основные три вида конфликта?
6. Что такое кульминация в истории?
7. Что такое пирамида Абрахама Маслоу, какое отношение она имеет к сторителлингу?
8. Назовите метод пяти W в сторителлинге.
9. Назовите семь основных типов (шаблонов) сюжетов в драматургии/сторителлинге.
10. Что такое «золотая минута»?
11. Что такое мифотворчество?
12. Приведите пример мифотворчества в массовой культуре (или в политике, социальной, светской жизни).
13. Назовите несколько целей, которые помогает достичь мифотворчество.
14. Приведите примеры архетипов Карла Юнга, которые можно использовать для взаимодействия с аудиторией.
15. В чем суть концепции и структуры мономифа Джозефа Кэмпбелла?
16. Какая тема – лучшая основа для рекламы и пиара звезды?
17. Какие темы личной жизни – табу для звезды?
18. Что такое интервью?

19. Для чего используют формат интервью?
20. Какие виды интервью вы знаете?
21. Какие формы проведения интервью вы знаете?
22. Чем актеру заняться в период не востребоваемости для самореализации и заработка?
23. Чем художественный тип сообщения в журналистике отличается от научного?
24. В чем особенность репортажа как жанра журналистики?
25. Что такое рецензия?
26. Назовите несколько правил этикета Красной дорожки.
27. Что такое личный бренд?
28. Назовите атрибуты бренда-человека.
29. Назовите базовые настройки страницы в соцсетях?
30. Что рекомендуется рассказать в видеовизитке?

2.2.2 Структура самопрезентации

1. Введение. Краткое представление себя. Назовите имя и возраст. Опишите свой опыт участия в съемках: какие роли вы уже играли и какие типажи вам близки.
2. Основная часть. Раскрытие профессиональных достижений и навыков. Пара интересных фактов вашей биографии могут помочь вам выделиться и запомниться.
3. Заключение. Ваши контактные данные для связи.

2.2.3 Примерный перечень тем для интеллектуального стендапа

В качестве известной в медиа-сфере личности слушателю предлагается выбрать кандидатуру из числа выпускников Театрального института имени Бориса Щукина, например:

1. В.А. Этуш.
2. М.А. Ульянов.
3. Е.В. Князев.
4. Л.В. Максакова.
5. Н.Г. Гундарева.
6. А.Ш. Пороховщиков.
7. Е.П. Симонова.
8. Е.А. Коренева.
9. Е.К. Карельских.
10. А.В. Збруев.
11. Н.К. Мышкова.
12. О.А. Стриженов.
13. В.А. Шалевич.
14. Б.А. Хмельницкий.
15. А.А. Вертинская.

3. Процедура защиты проекта, критерии оценивания

Защита итогового проекта проводится в виде открытых заседаний итоговой аттестационной комиссии с участием не менее двух третей ее списочного состава. Секретарь комиссии предоставляет на заседание комиссии:

приказ о допуске к итоговой аттестации;

приказ об утверждении темы проекта;

Заседание итоговой аттестационной комиссии проводится согласно утвержденному графику. На заседании комиссии могут присутствовать педагоги института, представители отрасли, представители фирм и корпораций, студенты.

Председатель комиссии в начале заседания устанавливает время для устного изложения проекта (как правило, 8-10 мин.) и ответов на вопросы членов комиссии.

Доклад может сопровождаться компьютерной презентацией.

При защите проекта выпускнику может быть задан любой вопрос по теме проекта как практического, так и теоретического содержания в объеме изученных учебных курсов.

Членам комиссии и всем присутствующим также предоставляется возможность выступить с замечаниями, пожеланиями и оценкой заслушанной работы.

Выпускнику предоставляется заключительное слово, в котором он может ответить на замечания, сделанные во время выступлений членов комиссии и присутствующих.

Члены комиссии на закрытом заседании оценивают каждую работу. Результаты определяются открытым голосованием членов комиссии. В случае равенства голосов голос председателя является решающим. Председатель оглашает результаты защит после окончания закрытой части заседания комиссии.

Основными критериями при вынесении балльной оценки проекта являются:

- обоснованность и логика изложения;
- креативность мышления, умение аргументировать собственное мнение;
- эмоциональность и энергетика речи: темп и ритм, паузация, дикция, интонирование текста, звучность голоса, невербальное поведение (жесты, мимика, взгляд);
- умение подавать материал и владеть зрительской аудиторией;
- умение вести полемику по теоретическим и практическим вопросам проекта, глубина и правильность ответов на замечания и вопросы членов комиссии.

Проект оценивается по четырехбалльной системе.

«Отлично» - проект безупречный по содержанию и оформлению, в котором полно, правильно и четко решены поставленные задачи, проявлена самостоятельность мышления, продемонстрирован творческий подход к решению задач анализа и разработки. В процессе защиты слушатель доказательно вел дискуссию, подтвердил знание изученной проблемы и твердую ориентацию в профессиональных вопросах.

«Хорошо» - оценивается проект, если имеются отдельные недостатки в полноте предлагаемых решений, в недостаточной логичности материала и выводов или допущены

небольшие погрешности в оформлении проекта и, если слушатель в процессе защиты не смог дать доказательные ответы на некоторые вопросы и замечания, допустил неуверенность в ответах.

«Удовлетворительно» - оценивается проект, в котором: допущены ошибки в практических и технологических решениях; имеются отклонения в оформлении проекта; в процессе защиты слушатель недостаточно четко аргументировал ответы на замечания и вопросы по проекту, слабо ориентировался в теоретическом и практическом материале.

«Неудовлетворительно» - оценивается проект, в котором: допущены теоретические и фактические ошибки; имеются серьезные недостатки в стиле и последовательности изложения материала; в процессе защиты слушатель не смог ответить на вопросы членов комиссии и грамотно презентовать свою работу, показал незнание теоретического и практического материала.

4. Учебно-методическое и справочно-информационное обеспечение итоговой аттестации

4.1. Список источников и литературы

Основная:

1. Акулич М. В. Интернет-маркетинг: учебник для бакалавров [Текст] / М. В. Акулич. – М.: Дашков и К, 2019. – 352 с.
2. Беквит Гарри, Кристин Клиффорд, «Сам себе бренд. Искусство самопрезентации»
3. Гогохия, И. Продвижение в Telegram, WhatsApp, Skype и других мессенджерах [Текст] /И. Гогохия. – М.: Бомбора. – 2019. – 320 с.
4. К. Галло «Искусство сторителлинга. Как создавать истории, которые попадут в самое сердце аудитории» – М.: Бомбора. – 2021. – 368 с.
5. Дин, Т. Интернет-маркетинг с нуля: как увеличить прибыли [Текст] / Т. Дин, Л. Федорова. – М.: Омега-Л, 2016. – 223 с.
6. Кеннеди Д., Уэлш-Филлипс К. Жесткий SMM. Выжать из соцсетей максимум [Текст] / Д. Кеннеди, К. Уэлш-Филлипс. – М.: Альпина Паблицер, 2019. – 344 с.
7. Кингснорт, С. Стратегия цифрового маркетинга. Интегрированный подход к онлайн-маркетингу. Руководство [Текст] / С. Кингснорт. – М.: Олимп-Бизнес, 2019. – 416 с.
8. Князева А. Е., Овчинников И. А., Апфельбаум С. М., Симурзина Е. Н., Фокин А. И. Маркетинг спектакля: реклама и продвижение, продажа билетов, организация премьеры. – М.: Российский институт театрального искусства – ГИТИС, 2020. – 192 с.
9. Котлер Ф., Шефф Д. Все билеты проданы. Стратегии маркетинга исполнительских искусств. – М.: Классика-XXI, 2012. – 688 с.

10. Румянцев, Д. Продвижение бизнеса в ВКонтакте. Системный подход [Текст] / Д. Румянцев. – СПб.: Питер, 2019. – 336 с.
11. Сенаторов, А. Битва за подписчика в «ВКонтакте». SMM-руководство [Текст] / А. Сенаторов. – М.: Альпина Паблишер, 2017. – 168 с.
12. Смолина, В. SMM с нуля. Секреты продвижения в социальных сетях [Текст] / В. Смолина. – М.: Инфра-Инженерия», 2019. – 252 с.
13. Соболева, Л. Феномен «Инстаграма». 2.0. Все новые фишки [Текст] / Л. Соболева. – М.: АСТ, 2018. – 272 с.
14. Твердохлебова, М.Д. Интернет-маркетинг. Учебник [Текст] / Твердохлебова М.Д. – М.: КноРус, 2020. – 192 с.

Дополнительная:

1. Ашманов, И. Оптимизация и продвижение в поисковых системах [Текст] / И. Ашманов. – СПб.: Питер, 2019. – 512 с.
2. Бердышев, С.Н. Секреты эффективной интернет-рекламы. Практическое пособие [Текст] / С.Н. Бердышев. – М.: Дашков и К, 2018. – 120 с.
3. Вандербильт, Т. ЦА. Как найти свою целевую аудиторию и стать для неё магнитом [Текст] / Т. Вандербильт. – М.: Бомбора, 2019. – 304 с.
4. Вертайм, К. Цифровой маркетинг. Как увеличить продажи с помощью социальных сетей, блогов, вики-ресурсов, мобильных телефонов и других современных технологий [Текст] / К. Вертайм, Я. Фенвик. – М.: Юрайт: Альпина Паблишер, 2017. – 374 с.
5. Винарский, Я.С. Web-аппликации в Интернет-маркетинге: проектирование, создание и применение: Практическое пособие [Текст] / Я.С. Винарский, Р.Д. Гутгарц. – М.: Инфра-М, 2017. – 304 с.
6. Голубков, Е.П. Маркетинг для профессионалов: практический курс: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры [Текст] / Е. П. Голубков. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 474 с.
7. Дисимбаева, Н.В. Перспективы Instagram для интернет-бизнеса [Текст] / Н.В. Дисимбаева, А.Б. Губашева // Student research: в 2 ч. – 2018. – С. 124-126.
8. Домнин, В.Н. Брендинг: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры [Текст] / В.Н. Домнин. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 411 с.
9. Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата [Текст] / С. М. Емельянов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2019. – 197 с.
10. Загребельный, Г. Performance-маркетинг. Заставьте интернет работать на вас [Текст] / Г. Загребельный. – М.: Альпина Паблишер, 2017. – 270 с.

11. Заррелла, Д. Интернет-маркетинг по науке. Что, где и когда делать для получения максимального эффекта [Текст] / Д. Заррелла. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017. – 240 с.
12. Карнеги Д. Искусство завоевывать друзей и оказывать влияние на людей, эффективно общаться и расти как личность. – М.: АСТ, 2017. – 224 с.
13. Коноваленко, В. А. Основы интегрированных коммуникаций: учебник и практикум для академического бакалавриата [Текст] / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. – М.: Юрайт, 2019. – 486 с.
14. Коротков А. В. Маркетинговые исследования: учебник для бакалавров [Текст] / А. В. Коротков. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 595 с.
15. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс [Текст] / Ф. Котлер. – М.: Вильямс, 2019. – 496 с.
16. Манелова, Д. Как зарабатывают в Instagram [Текст] / Д. Манелова. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 218 с.
17. Манн, И. Маркетинг без бюджета 50 работающих инструментов [Текст] / И. Манн. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2019. – 288 с.
18. Манн, И. Маркетинг на 100%. Ремикс. Как стать хорошим менеджером по маркетингу [Текст] / И. Манн. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2019. – 240 с.
19. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ. (Бакалавриат). Учебник и практикум [Текст] / Скоробогатых И.И. под общ. ред., Ефимова Д.М. под общ. ред., Гринева О.О. и др. – М.: КноРус, 2019. – 570 с.
20. Моуат, Д. Видеомаркетинг. Стратегия, контент, производство [Текст] / Д. Моуат. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 402 с.
21. Назайкин, А.Н. Современное медиапланирование: учебное пособие [Текст] / А.Н. Назайкин. – Серия: Академия рекламы. 4-е изд., доп. – М.: Солон-Пресс, 2019. – 447 с.
22. Надежда Кобина, Елена Старостина «Синдром Патрика. Как создать личный бренд, оставаясь верным самому себе»
23. Роулс, Д. Мобильный маркетинг. Мобильные технологии – революция в маркетинге, коммуникациях и рекламе [Текст] / Д. Роулс. – М.: Олимп-Бизнес, 2019. – 296 с.

4.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. <https://eventologia.ru/blog/digital-strategiya-dlya-teatra-teoriya-praktika-hardkor-i-schaste> - email-маркетинг.
2. <https://e.lanbook.com/> – Электронно-библиотечная система «Лань».
3. <https://lib.rucont.ru/> – Электронно-библиотечная система «Рукопт».
4. <https://rusneb.ru/> – Национальная электронная библиотека.

4.3. Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

№ п/п	Наименование
1.	Профессиональные полнотекстовые БД Издания по общественным и гуманитарным наукам
2.	Компьютерные справочные правовые системы Консультант Плюс, Актион

5. Материально-техническое обеспечение итоговой аттестации

Для материально-технического обеспечения итоговой аттестации используется аудитория с видеопроектором и компьютером преподавателя, на компьютере должна быть установлена актуальная версия операционной системы Windows компании Microsoft, прикладной пакет программ Microsoft Office версии не ниже 2013, доступ в сеть интернет.