

МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КРАСНОДАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ КУЛЬТУРЫ»
Центр непрерывного образования и повышения квалификации творческих и
управленческих кадров в сфере культуры

ПРИНЯТО
решением Ученого совета
от 09.02.2021г.
(протокол № 1)

УТВЕРЖДАЮ:
Ректор С.С. Зенгин
«09» февраля 2021 года



**Дополнительная профессиональная образовательная программа
повышения квалификации**

**«Создание и продвижение в виртуальном
пространстве услуг, оказываемых
учреждениями культуры»**

Форма обучения: очная с применением дистанционных образовательных
технологий

Краснодар
2021 г.

Разработчики программы:

Левитина Ирина Юрьевна, кандидат педагогических наук, доцент ВАК, доцент кафедры арт-бизнеса и рекламы КГИК.

Звягинцева Наталья Юрьевна, кандидат педагогических наук, доцент кафедры технологии и предпринимательства Кубанского Государственного Университета.

Дополнительная профессиональная образовательная программа повышения квалификации направлена на получение новой компетенции в рамках имеющейся квалификации, необходимой для организационно-управленческой, проектной и творческо-производственной профессиональной деятельности работников учреждений культуры в области создания и продвижения услуг учреждений культуры в цифровом пространстве цифровых услуг.

Данная программа содержит учебный план, требования к минимуму содержания программы, рабочую программу модулей, требования к оценке качества освоения программы.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ.....	4
2. ЦЕЛЬ ДПОП ПК.....	6
3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ.....	6
4. УЧЕБНЫЙ ПЛАН.....	7
5. КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК.....	8
6. РАБОЧАЯ ПРОГРАММА МОДУЛЕЙ.....	9
7. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ.....	13
8. ФОРМА АТТЕСТАЦИИ.....	15
9. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ.....	16
10. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	24

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Актуальность дополнительной профессиональной программы повышения квалификации (далее – ДПОП ПК) «Создание и продвижение в виртуальном пространстве услуг, оказываемых учреждениями культуры» обусловлена активным развитием цифровизации, потребностью в цифровых продуктах и цифровых услугах со стороны разнообразных социальных кругов и общества. Действительно, сегодня организуется и проводится множество выставок, экспозиций, концертов, спектаклей, фестивалей, курсов повышения квалификации, семинаров, форумов, заседаний, тренингов, спортивных событий, массовых праздников, церемоний, торжеств, создаются новые памятные места и достопримечательности в городах и населенных пунктах, создаются аудиовизуальные произведения о духовных и природных богатствах государства и других продуктов мероприятий, которые носят исключительный характер, неотделимы от социокультурной жизни общества и являются сегодня практически обязательным условием повышения культурного уровня общества в целом и индивида.

Образовательная программа направлена на приобретение слушателями новой профессиональной компетенции в рамках имеющейся квалификации, необходимой для организационно-управленческой, проектной и творческо-производственной профессиональной деятельности в сфере создания и продвижения цифровых услуг. В результате освоения ДПОП ПК слушатели получают знания в области: цифровой культуры, продюсирования, цифрового продукта (по отраслям) и его обращения, потребителей цифровых услуг, цифровой коммерции, социального цифрового взаимодействия, управления коммуникациями, продвижения цифровых продуктов и услуг в виртуальном и реальном пространствах и др.

Образовательная программа реализуется с привлечением ведущих специалистов отрасли, выдающихся деятелей культуры и искусства, нацелена на транслирование успешного опыта и результатов деятельности в сфере цифровых продуктов и услуг, актуализацию этого опыта с учетом современных потребностей отрасли, общества и государства, эффективное его применение в современном социокультурном пространстве.

Дополнительная профессиональная образовательная программа повышения квалификации «Создание и продвижение в виртуальном пространстве услуг, оказываемых учреждениями культуры» разработана в соответствии со следующими документами:

- Федеральным законом «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 №273-ФЗ;

- Указом Президента РФ от 24 декабря 2014 г. N 808 «Об утверждении Основ государственной культурной политики»;

- Указом Президента РФ от 07.05.2018 № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года»;

- Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 01.07.2013 № 499 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам»;

- Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 23.08.2017 № 816 «Об утверждении Порядка применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ»;

- Методическими рекомендациями по реализации дополнительных профессиональных программ с использованием дистанционных образовательных технологий, электронного обучения и в сетевой форме (письмо Министерства образования и науки Российской Федерации от 21.04.2015 № ВК-1013/06);

- Национальным стандартом Великобритании BS 8901:2009 «Требования к системе менеджмента устойчивого развития» (BS 8901:2009 “Specification for a sustainability management system”).

- ГОСТ Р ИСО 20121-2014 Национальный стандарт Российской Федерации «Системы менеджмента устойчивого развития».

- Международным стандартом ISO 21504: Project, program and portfolio management. Guidance on portfolio management”, 2015.

- Международной инициативы GAPPS Performance Based Competency Standards for Global Level 1 and 2 Project Managers (Global Level 1 (GL1) — «Руководитель проектов»; Global Level 2 (GL2) — «Руководитель проектов высокой сложности»);

Международной ассоциации по управлению проектами IPMA ICB 3.0; APM Competence Framework and edition 1.0 2015 г.; ISO 21500; P2M (A Guidebook of Project and Program Management for Enterprise Innovation).

- ГОСТ Р 54870—2011 «Проектный менеджмент. Требования к управлению портфелем проектов».

- ГОСТ Р 54871—2011 «Проектный менеджмент. Требования к управлению программой» Федеральным агентством по техническому регулированию и метрологии РФ.

- Управление проектами: основы профессиональных знаний. Национальные требования к компетентности специалистов, одобренные в качестве основ профессиональных знаний и национальных требований к компетентности специалистов по управлению проектами (National Competence Baseline, NCB SOVNET Version 3.0) Сертификационной комиссией Российской Ассоциации Управления Проектами SOVNET (протокол № 1 от «20 января» 2010).

Категория слушателей: руководители, заместители руководителей, художественные руководители, заведующие отделами и секторами и специалисты музеев, выставочных залов, галерей, библиотек, концертных залов, творческих объединений, телерадиовещательных организаций,

культурных центров, художественных учреждений, тематических парков, отделов и секторов культурно - досуговых учреждений культуры (в том числе санаторно-курортной и рекреационной направленности), руководители кружков, творческих коллективов и клубных формирований и других организаций, деятельность которых связана с культурным наследием, духовными ценностями, природными богатствами, оказанием услуг в сфере культуры и искусства.

К освоению дополнительных профессиональных образовательных программ допускаются лица, имеющие среднее профессиональное и (или) высшее образование; лица, получающие среднее профессиональное и (или) высшее образование.

Форма обучения: очная с применением дистанционных образовательных технологий.

Объем программы: 36 часов.

Освоение ДПОП ПК завершается итоговой аттестацией слушателей, которая проводится в форме зачета. Лицам, успешно прошедшим итоговую аттестацию, выдается удостоверение о повышении квалификации установленного образца.

2. ЦЕЛЬ ДПОП ПК

Образовательная программа направлена на получение новой профессиональной компетенции в рамках имеющейся квалификации, необходимой для организационно-управленческой, проектной и творческо-производственной профессиональной деятельности работников учреждений культуры в области создания и продвижения цифровых услуг, оказываемых учреждениями культуры в виртуальном пространстве.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

В результате освоения программы слушатель должен:

знать: теоретико-методологические аспекты деятельности в сфере создания, продвижения и реализации цифровых услуг и проектов.

уметь: применять продюсерский инструментарий в процессе создания и продвижения цифровых услуг и продуктов сферы культуры и искусства в виртуальном и реальном пространствах.

владеть: методами взаимодействия с различными субъектами социокультурного пространства с целью продвижения цифровых проектов учреждений культуры в виртуальном пространстве, повышения показателей обращения к цифровым услугам.

4. УЧЕБНЫЙ ПЛАН
дополнительной профессиональной программы
повышения квалификации
«Создание и продвижение в виртуальном пространстве услуг,
оказываемых учреждениями культуры»

Категория слушателей: руководители, заместители руководителей, художественные руководители, заведующие отделами и секторами и специалисты музеев, выставочных залов, галерей, библиотек, концертных залов, творческих объединений, телерадиовещательных организаций, культурных центров, художественных учреждений, тематических парков, отделов и секторов культурно - досуговых учреждений культуры (в том числе санаторно-курортной и рекреационной направленности), руководители кружков, творческих коллективов и клубных формирований и других организаций, деятельность которых связана с культурным наследием, духовными ценностями, природными богатствами, оказанием услуг в сфере культуры и искусства.

Объем программы: 36 часов.

Форма обучения: очная с применением дистанционных образовательных технологий.

№ п/п	Наименование разделов и тем	Всего часов	в том числе:	
			Лекции	Практические занятия
Модуль 1. Цифровая культура – феномен и реальность*		12	8	4
1.1.	Современная система социокультурной сферы: понятие, особенности деятельности в цифровом пространстве, взаимодействие с различными институциями и явлениями	2	2	-
1.2.	Исторические аспекты информационного обмена и цифровизации сферы культуры и искусства:отечественный и зарубежный опыт	2	2	-
1.3.	Экономические основы сферы культуры и искусства, деятельность организаций СКС в современных условиях	2	-	2
1.4.	Финансовые ресурсы и механизмы поддержки культуры. Основы фандрайзинга. Основы краудфандинга	2	2	-
1.5.	Юридические вопросы цифровой среды	2	2	-
1.6.	Основы продюсирования в цифровой среде	-	-	2
Модуль 2. Создание и распространение цифрового контента*		12	6	6
2.1.	Особенности деятельности организаций культуры в цифровом пространстве	2		2
2.2.	Практика управления цифровыми организациями, проектами, командой в удаленном режиме	2	-	2
2.3.	Аудитория организации культуры в виртуальном и реальном	2	2	-

	пространстве.			
2.4.	Цифровой контент сферы культуры: отраслевые особенности, способы доставки и потребления. Факторы, влияющие на получение и потребление цифровых продуктов и услуг	2	2	-
2.5.	Организация взаимодействия предприятия СКС. Социальное партнерство. Коллаборация.	2	2	-
2.6.	Цифровой этикет и правила взаимодействия с аудиторией в виртуальной среде	2	-	2
Модуль 3. Информационное обеспечение, продвижение цифрового контента культуры в реальном и виртуальном пространстве*		12	6	6
3.1	Информационное сопровождение и интернет-маркетинг проекта: понятия и стратегия	2	2	-
3.2.	Продвижение цифровых проектов: каналы и инструменты	2	-	2
3.3.	Медиапланирование и контент-план	2	2	-
3.4.	Текстовое сопровождение контента: понятие, виды, особенности	2	-	2
3.5.	Фото и видео контент в публикации: понятие, виды, особенности. Правила создания. Сторис	2	-	2-
3.6.	Специальные проекты цифрового пространства. Инклюзивные практики. Продвижение событий организации.	2	2	-
Итоговая аттестация: зачет*				
ИТОГО:		36	20	16

*символ обозначает модуль, тему, форму контроля, который полностью или частично реализуется с применением дистанционных образовательных технологий

5. КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК

Очная с применением дистанционных образовательных технологий(с отрывом от работы)

Количество часов					
РД1-РД2	РД3	РД4	РД5	РД6	РД7
4 Дистанционное обучение	6	6	8	8	4

*РД - каждый рабочий день занятий.

Очная с применением дистанционных образовательных технологий (без отрыва от работы)

Количество часов								
РД1	РД2	РД2	РД4	РД5	РД6	РД7	РД8	РД9
4	4	4	4	4	4	4	4	4

*РД - каждый рабочий день занятий.

6. РАБОЧАЯ ПРОГРАММА МОДУЛЕЙ

Учебный план модуля 1. Цифровая культура – феномен и реальность

№ п/п	Наименование разделов и тем	Всего часов	в том числе:	
			Лекции	Практические занятия
Модуль 1. Цифровая культура – феномен и реальность*		12	8	4
1.1.	Современная система социокультурной сферы: понятие, особенности деятельности в цифровом пространстве, взаимодействие с различными институциями и явлениями	2	2	-
1.2.	Исторические аспекты информационного обмена и цифровизации сферы культуры и искусства: отечественный и зарубежный опыт	2	2	-
1.3.	Экономические основы сферы культуры и искусства, деятельность организаций СКС в современных условиях	2	-	2
1.4.	Финансовые ресурсы и механизмы поддержки культуры. Основы фандрайзинга. Основы краудфандинга	2	2	-
1.5.	Юридические вопросы цифровой среды	2	2	-
1.6.	Основы продюсирования в цифровой среде	-	-	2

*символ обозначает модуль, тему, форму контроля, который полностью или частично реализуется с применением дистанционных образовательных технологий

Содержание модуля 1. Цифровая культура – феномен и реальность

Тема 1. Современная система социокультурной сферы: понятие, особенности деятельности в цифровом пространстве, взаимодействие с различными институциями и явлениями.

Понятие о современных цифровых реалиях в сфере культуры и искусства, государственная политика в сфере цифровой культуры, деятельность в цифровой среде, вопросы этики в цифровой среде.

Тема 2. Исторические аспекты информационного обмена и цифровизации сферы культуры и искусства: отечественный и зарубежный опыт

Исторические аспекты цифровизации сферы культуры и искусства, возможности цифрового контента в расширении восприятия объектов сферы культуры и искусства, мировой опыт.

Тема 3. Экономические основы сферы культуры и искусства, деятельность организаций СКС в современных условиях.

Организационно-экономические вопросы функционирования предприятия социокультурной сферы.

Тема 4. Финансовые ресурсы и механизмы поддержки культуры. Основы фандрайзинга. Основы краудфандинга.

Финансовые ресурсы организаций и учреждений культуры. Поиск и

привлечение финансовых ресурсов для проектной деятельности.

Тема 5. Юридические вопросы цифровой среды

Нормативно-правовые основы деятельности организаций и учреждений культуры в цифровом пространстве. Юридические вопросы, возникающие при организации и реализации цифровых проектов, юридические аспекты организации бизнеса и делового взаимодействия участников цифровой деятельности. Интеллектуальная собственность.

Тема 6. Продюсирование проектов в цифровой среде.

Теоретические вопросы продюсирования и организации работы в цифровом пространстве.

Практические занятия (письменные ответы на вопросы) Модуля 1.

Тема 1.1. Дайте определение цифровой среды. Перечислите направления работы вашей организации в цифровой среде.

Тема 1.2. В чем особенности цифрового пространства вашего региона?

Тема 1.3. Какие способы финансирования проектов применяются в вашей организации?

Тема 1.5. Какими документами регулируется деятельность в цифровом пространстве в вашей организации?

Тема 1.6. Кто занимается продюсированием контента в вашей организации?

Учебный план модуля 2. Создание и распространение цифрового контента

№ п/п	Наименование разделов и тем	Всего часов	в том числе:	
			Лекции	Практические занятия
Модуль 2. Создание и распространение цифрового контента*		12	6	6
2.1.	Особенности деятельности организаций культуры в цифровом пространстве	2		2
2.2.	Практика управления цифровыми организациями, проектами, командой в удаленном режиме	2	-	2
2.3.	Аудитория организации культуры в виртуальном и реальном пространстве.	2	2	-
2.4.	Цифровой контент сферы культуры: отраслевые особенности, способы доставки и потребления. Факторы, влияющие на получение и потребление цифровых продуктов и услуг	2	2	-
2.5.	Организация взаимодействия предприятия СКС. Социальное партнерство. Коллаборация.	2	2	-
2.6.	Цифровой этикет и правила взаимодействия с аудиторией в виртуальной среде	2	-	2

*символ обозначает модуль, тему, форму контроля, который полностью или частично реализуется с применением дистанционных образовательных технологий

Содержание модуля 2.Создание и распространение цифрового контента

Тема 2.1. Особенности деятельности организаций культуры в цифровом пространстве.

Цифровая среда как особые условия деятельности организаций СКС. Опыт региональных предприятий сферы культуры, цифровые проекты.

Тема 2.2. Практика управления цифровыми организациями, проектами, командой в удаленном режиме.

Вопросы управления персоналом, командой проекта. Особенности работы в удаленном режиме.

Тема 2.3. Аудитория организации культуры в виртуальном и реальном пространствах.

Понятие, особенности и потребности потребителей цифрового контента сферы культуры. Понятие о целевой аудитории цифрового контента, классификация аудитории, особенности цифровых потребностей и потребностей в продуктах и услугах культуры и искусства.

Тема 2.4.Цифровой контент сферы культуры: отраслевые особенности, способы доставки и потребления. Факторы, влияющие на получение и потребление цифровых продуктов и услуг.

Классификация и особенности цифровых продуктов и услуг по сферам культуры и искусства, специфика доставки и потребления цифровых продуктов и услуг.

Тема 2.5. Организация взаимодействия предприятия СКС. Социальное партнерство. Коллаборация.

Понятие, участники, условия, преимущества, проблемы. Расширение делового взаимодействия (с другими сферами), укрепление репутации.

Тема 2.6. Цифровой этикет и правила взаимодействия с аудиторией в виртуальной среде.

Основы взаимодействия в цифровом пространстве с различными аудиториями. Деловая переписка, ведение деловых страниц, телефонная коммуникация, войсы, смартфоны.

Практическое занятие Модуля 2.

Создать 5-ти минутную видео-презентацию вашего учреждения, дающую краткие ответы на следующие вопросы:

- 1. Название организации и несколько слов об организации, о специфике работы.*
- 2. Аудитория организации: для кого в основном предназначена работа учреждения, каковы особенности аудитории, интересы и потребности.*
- 3. Какие цифровые проекты и продукты созданы организацией в 2020 году. Какие переведены из офлайн в онлайн. Какие созданы новые проекты.*
- 4. Какие трудности были в период создания и реализации цифровых проектов? Как справлялась с ними организация?*

5. Какие ресурсы были привлечены для реализации новых проектов в цифровой среде: только собственные, спонсорские, иные. Несколько слов об этом.
6. Несколько слов о сотрудниках: как у них получается работать в удаленном режиме.
7. О результатах: число подписчиков, их рост, активность, обратная связь и пр.
8. Идеи новых проектов в цифровом пространстве: тематика, форматы, период реализации и др.
9. Небольшой вывод о деятельности учреждения в современных условиях.

Учебный план модуля 3. Информационное обеспечение, продвижение цифрового контента культуры в реальном и виртуальном пространстве

№ п/п	Наименование разделов и тем	Всего часов	в том числе:	
			Лекции	Практические занятия
Модуль 3. Информационное обеспечение, продвижение цифрового контента культуры в реальном и виртуальном пространстве*		12	6	6
3.1	Информационное сопровождение и интернет-маркетинг проекта: понятия и стратегия	2	2	-
3.2.	Продвижение цифровых проектов: каналы и инструменты	2	-	2
3.3.	Медиапланирование и контент-план	2	2	-
3.4.	Текстовое сопровождение контента: понятие, виды, особенности	2	-	2
3.5.	Фото и видео контент в публикации: понятие, виды, особенности. Правила создания. Сторис	2	-	2-
3.6.	Специальные проекты цифрового пространства. Инклюзивные практики. Продвижение событий организации.	2	2	-

*символ обозначает модуль, тему, форму контроля, который полностью или частично реализуется с применением дистанционных образовательных технологий

Содержание модуля 3. Информационное обеспечение, продвижение цифрового контента культуры в реальном и виртуальном пространстве

Тема 3.1. Информационное сопровождение и интернет-маркетинг проекта: понятия и стратегия.

Формы и структура внешних коммуникаций цифровых проектов, контактные аудитории внешних коммуникаций. Понятие, технологии и инструменты формирования имиджа проекта. Общественное мнение и его формирование. Понятие и особенности цифрового маркетинга. Инструментарий и методы проведения маркетинга цифровых проектов.

Тема 3.2 Продвижение цифровых проектов: каналы и инструменты.

Взаимодействие с социальными сетями и другими виртуальными и реальными субъектами. Продвижение и поддержка цифрового проекта.

Тема 3.3. Медиапланирование и контент-план.

Понятие, цели и задачи медиаплана. Понятие, структура и задачи контент-плана.

Тема 3.4. Текстовое сопровождение контента: понятие, виды и особенности.

Понятие текста в цифровом контенте, его цели и задачи. Типы текстов. Виды постов. Лонгриды и короткие тексты.

Тема 3.5. Фото и видео контент в публикации: понятие, виды, особенности. Правила создания. Сторис.

Визуальное решение цифрового контента. Основы создания фото и видео контента. Сторис.

Тема 3.6. Специальные проекты цифрового пространства. Инклюзивные практики. Продвижение событий организации.

Расширение возможностей продвижения продуктов организаций сферы культуры за счет создания спецпроектов и применения инклюзивных практик. Особенности продвижения событий организации через анализ аудитории к работе с конкретным клиентом.

Практические занятия Модуля 3.

Разработать концепцию специального мероприятия с включением инклюзивных возможностей и определить круг сообществ, с которыми будет осуществляться сотрудничество с целью продвижения этого мероприятия.

7. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих реализацию образовательного процесса: занятия проводят доценты, старшие преподаватели, имеющие высшее образование, соответствующее профилю реализуемой программы; специалисты, владеющие практическими навыками и опытом по профилю программы

Требования к ресурсному обеспечению программы.

Здания и сооружения института соответствуют противопожарным правилам и нормам.

Материально-техническая база КГИК обеспечивает: проведение всех видов учебных занятий и практических работ обучающихся, предусмотренных учебным планом; функционирование информационно-образовательной среды, включающей в себя электронные информационные ресурсы, электронные образовательные ресурсы, совокупность информационных технологий, телекоммуникационных технологий, соответствующих технологических средств и обеспечивающую освоение обучающимися образовательной программы частично или полностью независимо от места нахождения обучающихся.

Занятия проводятся на базе современных образовательных и информационно-коммуникационных технологий с применением интерактивных методов обучения, направленных на активную работу с учебным материалом и формирование теоретических знаний и практических умений обучающихся. Дополнительная профессиональная программа оснащена следующими видами учебно-методических материалов в цифровом формате: конспектами и презентациями лекций, описаниями практических занятий, справочными материалами, компьютерными тестами, списками учебной литературы, дополнительными материалами, ссылками на электронные информационно-образовательные ресурсы.

Материально-техническая база КГИК отвечает требованиям к программно-техническим условиям реализации образовательной программы с применением дистанционных образовательных технологий, это:

- среда дистанционного обучения «Moodle»;
- средства захвата, записи и трансляции в высоком качестве видеосигнала EriphanVideo;
- компьютеры, оснащенные операционной системой Windows 7 и более поздними версиями; MicrosoftOffice 2007 и более поздние версии; браузеры InternetExplorer версии 9 и выше, Google Chrome версии 50 и выше, MozillaFirefox версии 45 и выше, Safari версии 10 и выше; программой для чтения pdf-файлов AdobeAcrobatReader; плагином AdobeFlashPlayer;
- компьютерная сеть с выходом в Internet – со скоростью 1Мбит/с и более.

В течение всего периода обучения каждому слушателю представляется индивидуальный неограниченный доступ к электронной информационно-образовательной среде (в сети Интернет), содержащей все электронные образовательные ресурсы, перечисленные в содержании программы. Таким образом, во время обучения слушатели имеют доступ к конспектам лекций и презентациям в PowerPoint по материалам лекций, к дополнительным материалам и ссылкам на материалы в сети интернет, к практическим заданиям и компьютерным тестам.

Требования к учебно-методическому и информационному обеспечению программы.

Дополнительная профессиональная образовательная программа включает в себя 3 модуля и итоговое тестирование.

По образовательной программе сформированы все необходимые учебно-методические материалы.

Дополнительная профессиональная программа оснащена следующими видами учебно-методических материалов в печатном и цифровом формате: конспектами и презентациями лекций, описаниями практических занятий, компьютерными тестами, списками учебной и дополнительной литературы, дополнительными материалами, ссылками на Интернет-ресурсы, актуальные для освоения программы.

Учебно-методические материалы размещены на сайте, представлены в Центре непрерывного образования и повышения квалификации творческих и управленческих кадров в сфере культуры КГИК.

Реализация ДПОП ПК обеспечивается доступом (удаленный доступ) всех обучающихся к электронной библиотечной системе «Университетская библиотека онлайн», в том числе одновременно из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет.

8. ФОРМА АТТЕСТАЦИИ

Промежуточная аттестация.

В ходе освоения образовательной программы обучающиеся изучают теоретический материал и выполняют комплекс практических заданий в установленной последовательности в форме выполнения практического задания – разработке проекта продвижения цифрового контента сферы культуры.

Практическое задание выполняется в установленной учебным планом последовательности в процессе освоения образовательной программы.

Основной формой контроля сформированных практических умений является выполнение практических заданий.

Итоговая аттестация

К итоговой аттестации допускаются обучающиеся, успешно освоившие учебный план программы. Итоговая аттестация проводится в форме зачета по результатам тестирования/компьютерного тестирования слушателей по изучаемым вопросам программы.

Методические рекомендации по выполнению итоговой аттестации

Рекомендации, которые помогут успешно выполнить тест:

- Прежде всего, следует внимательно изучить структуру теста, оценить объем времени, выделяемого на данный тест, увидеть, какого типа задания в нем содержатся. Это поможет настроиться на работу.
- Лучше начинать отвечать на те вопросы, в правильности решения которых нет сомнений, пока не останавливаясь на тех, которые могут вызвать долгие раздумья. Это позволит успокоиться и сосредоточиться на выполнении более трудных вопросов.
- Очень важно всегда внимательно читать задания до конца, не пытайтесь понять условия «по первым словам» или выполнив подобные задания в предыдущих тестированиях. Такая спешка нередко приводит к досадным ошибкам в самых легких вопросах.
- Если Вы не знаете ответа на вопрос или не уверены в правильности, следует пропустить его и отметить, чтобы потом к нему вернуться.
- Психологи также советуют думать только о текущем задании. Как правило, задания в тестах не связаны друг с другом непосредственно, поэтому необходимо концентрироваться на данном вопросе и находить решения, подходящие именно к нему. Кроме того, выполнение этой рекомендации даст еще один психологический эффект – позволит забыть о неудаче в ответе на предыдущий вопрос, если таковая имела место.
- Многие задания можно быстрее решить, если не искать сразу правильный вариант ответа, а последовательно исключать те, которые явно не

подходят. Метод исключения позволяет в итоге сконцентрировать внимание на одном-двух вероятных вариантах.

- Рассчитывать выполнение заданий нужно всегда так, чтобы осталось время на проверку и доработку (примерно 1/3-1/4 запланированного времени). Тогда вероятность описок сводится к нулю и имеется время, чтобы набрать максимум баллов на легких заданиях и сосредоточиться на решении более трудных, которые вначале пришлось пропустить.

- Процесс угадывания правильных ответов желательно свести к минимуму, так как это чревато тем, что вы забудете о главном: умении использовать имеющиеся накопленные в учебном процессе знания, надеясь на удачу. Если уверенности в правильности ответа нет, но интуитивно появляется предпочтение, то психологи рекомендуют доверять интуиции, которая считается проявлением глубинных знаний и опыта, находящихся на уровне подсознания.

9. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Оценка освоения слушателем учебного материала осуществляется по результатам тестирования/компьютерного тестирования. Тестирование по материалам программы проводится на последнем занятии и включает в себя ответы на вопросы. К каждому из вопросов предлагаются варианты ответов. Слушатели должны выбрать один или несколько вариантов, которые являются правильными.

Оценка за тестирование:

«зачтено» выставляется в случае, если количество правильных ответов составляет 51% от общего количества ответов.

«не зачтено» - в случае, если количество правильных ответов менее 50%

Тестовые задания для итоговой аттестации.

1. Продюсирование это (выберите один ответ):

- Деятельность по организации и реализации творческого проекта
- Деятельность по организации и реализации технического проекта
- Процесс подбора и найма персонала
- Процесс управления учреждением культуры

2. К каким социальным трансформациям приводят современные медиатехнологии (выберите один ответ):

- Формирование коммуникационного пространства
- Генерирование информационного продукта
- Разрушение процесса коммуникации

3. Отметьте формы современной культуры (выберите один ответ):

- Массовая, элитарная, народная

- Профессиональная, народная, духовная
- Элитарная, материальная, национальная
- Народная, религиозная, высокая.

4. Что представляют собой информационные средства культуры (выберите один или несколько ответов):

- Продукты, с помощью которых потребители могут удовлетворить культурные потребности
 - Средства массовых коммуникаций
 - Продукты, с помощью которых можно создавать творческий продукт
 - Аудиовизуальная техника
 - Музыкальные инструменты
 - Художественные произведения

5. Отметьте государственные обязанности в сфере культуры (выберите один или несколько ответов):

- Протекционизм по отношению к творческой молодежи
- Кинематография
- Установление льгот для определенных слоев и групп граждан
- Сохранение культурного наследия
- Поддержание деятельности клубных учреждений
- Поддержание деятельности парков культуры

6. Отметьте новые нормы права цифровой эпохи (выберите один или несколько ответов):

- Право не отвечать в нерабочее время на устные и письменные сообщения от работодателя
- Право на забвение
- Право на совершение сделки с помощью цифровых средств
- Право на распространение личной информации граждан в сети
- Право на самостоятельное установление времени труда и отдыха
- Правильного ответа нет

7. Отметьте этапы процесса сегментации потребителей культуры (выберите один ответ):

- Установление принципов сегментации-Определение методов сегментации-Определение критериев сегментации-Выбор целевого рынка-Выбор целевого сегмента-Прогнозирование товара
- Установление принципов сегментации-Определение функций сегментации-Определение критериев сегментации-Выбор целевого рынка-Выбор целевого сегмента-Прогнозирование товара
- Установление принципов сегментации-Определение методов сегментации-Определение итогов сегментации-Выбор целевого рынка-Выбор целевого сегмента-Прогнозирование товара
- Установление принципов сегментации-Определение методов сегментации-Определение критериев сегментации-Выбор канала рекламы-Выбор целевого сегмента-Прогнозирование товара

8. Отметьте правильный комплекс элементов маркетинг-микс 7П:

- Продукт, Цена, Место, Персонал, Продвижение, Процессы, Окружение
- Продукт, Цена, Место, Персонал, Продвижение, Процессы, Прибыль
- Продукт, Цена, Материалы, Персонал, Продвижение, Процессы, Прибыль
- Продукт, Налоги, Место, Персонал, Продвижение, Процессы, Прибыль
- Правильного ответа нет

9. С чего начинается маркетинг (отметьте один или несколько ответов):

- С изучения рыночной ситуации
- С разработки и производства товара/услуги
- С изучения запросов аудитории
- С сегментирования рынка
- С рекламной кампании

10. Комплекс маркетинга разрабатывается для каждого (отметьте один или несколько ответов):

- Товара, работы, услуги
- Рынка в целом
- Сегмента рынка
- Посредников
- Конкуренентов

11. Основные цели мотивации персонала это (отметьте один или несколько ответов):

- Удержание сотрудников в организации
- Привлечение новых работников
- Применение санкций за трудовые нарушения
- Обеспечение преданности сотрудников
- Повышение результативности труда

12. Какие характеристики целевой аудитории относятся к социальному признаку (отметьте один или несколько ответов):

- Пол
- Источник дохода
- Климат
- Образ жизни
- Образование
- Специальность
- Национальность

13. Источниками финансирования некоммерческих организаций являются:

- средства государственного бюджета, членские взносы, спонсорская помощь

- средства государственного бюджета, заемные средства
- заемные средства, собственные средства
- средства, мобилизуемые на финансовом рынке
- инвестированные средства, средства от предпринимательской деятельности

14. Отметьте условия качественного обслуживания населения в сфере культуры (выберите один или несколько ответов):

- Гибкое предоставление услуги
- Оказание положительного влияния на поведение потребителей
- Не имеет четко сформулированного назначения
- Осуществляется без учета современных технологий
- Все ответы неправильные

15. Эффективным лидером или руководителем команды проекта считается тот, кто (выберите один или несколько ответов):

- Эффективно мобилен
- Умеет организовать исполнение принятых решений
- Эффективно делегирует полномочия
- Умеет выбрать стиль руководства
- Не вмешивается в процесс
- Все ответы правильные
- Все ответы неправильные

16. Процесс управления рисками нацелен на выявление (выберите один или несколько ответов):

- Рисков
- Величины риска
- Эффективное использование бюджета
- Все ответы правильные

17. Параметры конкуренции рынка продуктов культуры (выберите один или несколько ответов):

- Численность покупателей
- Стиль руководства учреждением
- Численность продавцов
- Организационная форма
- Характеристика продукта

18. Отметьте сферы, относящиеся к электронной коммерции (выберите один или несколько ответов):

- Электронный обмен информацией

- Страховые услуги
- Электронная торговля
- Электронный маркетинг
- Связи с общественностью и реклама
- Банковские услуги

19. Отметьте преимущества цифровой коммерции для потребителей (выберите один или несколько ответов):

- Персонализация
- Большой выбор
- Сокращение издержек
- Цифровая социализация
- Анонимность
- Повышение уровня жизни
- Правильных ответов нет
- Забота об окружающей среде

20. Отметьте преимущества цифровой коммерции для потребителей (выберите один или несколько ответов):

- Ожидание доставки приобретенного продукта
- Возможное снижение налоговых поступлений
- Недоверие к услугам, продаваемым через Интернет
- Возможные трудности возврата продукта
- Все ответы правильные

21. Социальная коммерция это (выберите один ответ):

- Использование социальных сетей в онлайн коммерции
- Использование социальных сетей в расширении коммуникации
- Финансовое участие в творческих проектах
- Благотворительность

22. Цифровой продукт (выберите один ответ или несколько):

- Изначально не имеет материального прообраза
- Представляет собой копию материального продукта
- Является цифровым образом материального продукта, дополняющим управление
- Все ответы верные
- Все ответы неверные

23. Выберите определение методологии управления проектами WATERFALL:

- относительно гибкая методология, благодаря которой возможно выполнить взятые обязательства меньшими силами, быстрее и с более низкими затратами

- методология управления, сущность которой состоит в разделении проекта на несколько последовательных этапов, каждый из которых имеет определённую цель и сроки выполнения
- является методологией, при которой управление проектами происходит в контролируемых средах

24. Отметьте недостатки методологии управления проектами SCRUM:

- возможно неконтролируемое расширение масштабов проекта, связанное с отсутствием менеджера и с тем, что нет конкретной даты завершения проекта
- сложно адаптировать к изменениям
- недостаточная гибкость для больших команд
- жесткость методологии
- низкая самоорганизация и немотивированность участников
- все ответы правильные

25. Обязательными условиями деловой коммуникации являются:

- Обязательность контактов всех участников (независимо от симпатий и антипатий)
- Отсутствие предметно-целевого содержания коммуникации
- Соблюдение формально-ролевых принципов коммуникации
- Отсутствие взаимосвязи участников деловой коммуникации в достижении конечного результата
- Коммуникативный контроль участников взаимодействия

26. Основные причины вступления работников в неформальные группы:

- Выполнение общего задания
- Потребность людей в общении
- Выработка управленческих решений
- Потребность в принадлежности к группе
- Взаимные симпатии
- Решение конкретных деловых задач

27. Каким термином обозначается подход, подразумевающий гибкость управления персоналом, интенсификацию труда, участие работников в управлении, работу по бережному отношению к ресурсам компании:

- Технологический
- Рационалистический
- Гуманистический

28. Отметьте независимые каналы распространения информации о проекте:

- Официальные сайты партнеров проекта
- Социальные сети
- СМИ

- Личные знакомства
- «Сарафанное» радио

29. Отметьте основные виды продвижения продукта (выберите один или несколько ответов):

- Реклама
- Паблицити
- Персональные продажи
- Снижение цены на продукт
- Подарочные предложения
- Стимулирование сбыта
- Все ответы верные

30. Негативные факторы цифровизации (отметьте один или несколько ответов):

- Снижение навыков пространственно-географической ориентации человека
- Снижение способности формулирования мыслей человека
- Изменение коммуникации
- Клиповое мышление
- Снижение функции запоминания
- Преобразование уклада жизни

31. Что представляет собой SMM:

- Оптимизация контента сайта
- Таргетированная реклама в социальных сетях
- Привлечение аудитории на сайт посредством социальных сетей

32. На кого должна быть направлена рекламная кампания:

- На целевую аудиторию
- На общество в целом
- На деловую среду

33. Основным содержанием рекламного сообщения являются:

- Продающие аргументы
- Графика
- Текст
- Слоган

34. В каком порядке человек усваивает компоненты рекламного сообщения:

- Иллюстрация, заголовок, текст
- Текст, иллюстрация, заголовок
- Заголовок, иллюстрация, логотип
- Иллюстрация, логотип, текст

35. Какие элементы рекламного сообщения необходимы, чтобы человек его прочитал:

- Юмор
- Графика
- Выделения в тексте
- Все ответы правильные

36. Пресс-релиз это:

- Встреча с представителями СМИ
- Официальный отчет учреждения о достижениях и финансовых результатах
- Информационное сообщение об актуальных новостях учреждения

Вопросы для самопроверки:

1. Понятие и сущность цифрового контента.
2. Классификация цифровых продуктов и услуг сферы культуры и искусства.
3. Продюсирование цифрового проекта: понятие и этапы.
4. Целевая аудитория цифрового контента: понятие и классификация.
5. Внешняя среда цифрового проекта.
6. Маркетинг цифровых проектов.
7. Комплекс основных нормативно-правовых актов цифрового бизнеса.
8. Виртуальная реальность: понятие и специфика.
9. Дополненная реальность: понятие и сфера применения.
10. Продукт и услуги сферы культуры и искусства: понятие и специфика.
11. Фидбэк цифрового проекта: понятие и классификация.
12. Каналы распространения цифрового контента сферы культуры и искусства.
13. Реклама цифрового проекта: понятие и направления.
14. Классификация каналов продвижения цифрового проекта.
15. Международное сотрудничество в рамках цифровых технологий и продуктов.
16. Особенности регионального рынка цифровых проектов.
17. Спонсорство в цифровой среде: понятие и особенности.
18. Социальное партнерство в цифровой среде.
19. Этические вопросы цифрового пространства.
20. Контекстная реклама: понятие и особенности.
21. Адаптация сайтов для мобильных устройств.
22. Комплексный перформанс (перформанс маркетинг): понятие и особенности.
23. Интернет-маркетинг: понятие и преимущества.
24. Партнерский маркетинг: понятие и методы вознаграждения.
25. Информационное сотрудничество со СМИ.
26. Факторы, влияющие на поведение потребителей: понятие и классификация.
27. Особенности продвижения цифрового контента в социальных сетях.

10. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Основная литература

1. Зенгин, С.С. Проекты и проектная деятельность в социокультурной сфере [Текст]: учеб. пособие / С.С. Зенгин. – Краснодар: КГИК, 2016. – 171 с.
2. Практика профессионального медиаобразования/М.А. Мясникова. – М.: Издательство Юрайт. – 2018. – 179 с.
3. Мастерство продюсера кино и телевидения/под ред. П.К. Огурчикова, В.В. Падейского, В.И. Сидоренко. – М.: Издательство Юнити-Дана. – 2009. – 863 с.
4. Реклама и связи с общественностью/И.М. Синяева. – М.: Издательство Юрайт. – 2017. – 552 с.
5. Балдин, К.В. Управленческие решения: учебник / К.В. Балдин, С.Н. Воробьев, В.Б. Уткин. - 8-е изд. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 495 с.: табл., схем., граф. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02269-2; То же [Электронный ресурс].- URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452520>
6. Инновационный менеджмент : учебник / ред. В.Я. Горфинкель, Т.Г. Попадюк. - Москва :Юнити-Дана, 2015. - 392 с. - (Magister). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-02359-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119436>
7. Кадырова, С.В. Self-management в сфере культуры и искусства [Текст] : учеб. пособие / С. В. Кадырова, Е. А. Немцева, Г. Л. Тульчинский. - СПб.; М.; Краснодар : Лань: Планета музыки, 2013. - 224 с.
8. Мартиросян, К.М. Основы социокультурного менеджмента [Текст] : учеб. пособие / К. М. Мартиросян, Л. В. Янковская. - Краснодар, 2016. - 154 с.
9. Интергрированные коммуникации. Энциклопедия? Д.А. Шевченко. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков». – 2019. – 298 с .
10. Рудич, Л.И. Предпринимательская и инновационная деятельность в сфере культуры и искусства : учебное пособие / Л.И. Рудич. - Кемерово: КемГУКИ, 2013. - 209 с. - ISBN 978-5-8154-0260-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=227897>
11. Тульчинский, Г.Л. Маркетинг в сфере культуры [Текст] : учеб. пособие / Г. Л. Тульчинский, Е. Л. Шекова. - СПб.: Лань: Планета музыки, 2009. - 495 с. : ил. - (Учебники для вузов. Специальная лит.).

Дополнительная литература

1. Борисов, Е.Ф. Экономика [Текст]: учебник и практикум для бакалавров: [гриф МО] / Е. Ф. Борисов. - М.: Юрайт, 2013. - 596 с. - (Бакалавр. Базовый курс).
2. Менеджмент и маркетинг в сфере культуры. Практикум [Текст] : учеб. пособие / Е. Л. Шекова [и др.]; под ред. Е.Л. Шековой. - СПб. ; М. ; Краснодар : Лань: Планета музыки, 2012. - 159 с. - (Учеб. для вузов. Специальная лит.).
3. Салазкина, Л.П. Теоретические основы управления социально-культурной сферой : учебное пособие / Л.П. Салазкина. - Кемерово :КемГУКИ,

2008. - 196 с. - ISBN 978-5-8154-0155-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=227898>

4. Экономика и управление социальной сферой: учебник / Е.Н. Жильцов, Т.В. Науменко, Е.В. Егоров и др. ; под ред. Е.Н. Жильцова, Е.В. Егорова; Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова, Экономический факультет и др. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. - 496 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02423-8; то же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=375813>

5. Сергеев, И.В. Экономика организаций (предприятий) [Электронный ресурс]: электронный учеб. / И. В. Сергеев, И. И. Веретенникова. - М.: Кнорус, 2010. - 1 электрон. опт. диск: зв.,цв.

Периодические издания

1. Культура: управление, экономика, право
2. Проблемы теории и практики управления

Интернет-ресурсы

1. Корпоративный менеджмент [Электронный ресурс] : интернет-проект. - Электрон. текстовые дан. - Режим доступа: <http://www.cfin.ru>. – Загл. с экрана
2. Русский Менеджмент [Электронный ресурс] : сайт . – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.iteam.ru>. – Загл. с экрана
3. Executive.ru [Электронный ресурс] : интернет-проект. - Электрон. текстовые дан. - Режим доступа: <http://www.e-executive.ru>. – Загл. с экрана
4. ProjectManagementInstitute [Электронный ресурс]. - Электрон. текстовые дан. - Режим доступа: <http://www.pmi.org>. – Загл. с экрана
5. Арт-менеджер [Электронный ресурс] : журнал. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.artmanager.ru>. – Загл. с экрана
6. Artmanagement [Электронный ресурс] : культурный PR. – Электрон. текстовые дан. - Режим доступа: <http://www.artmanagement.ru>. – Загл. с экрана
7. Наше наследие [Электронный ресурс] : историко-культурный журнал. – Электрон. текстовые дан. - Режим доступа: <http://www.nasledie-rus.ru>. – Загл. с экрана
8. Управление риском [Электронный ресурс] : журнал. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.ankil.info/lib/3>. - Загл. с экрана
9. Портал Российского научного общества анализа риска [Электронный ресурс]. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: www.sra-russia.ru. – Загл. с экрана
10. Международное общество анализа риска [Электронный ресурс]: сайт. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.sra.org>. – Загл. с экрана
11. RiskWorld [Электронный ресурс]: сайт. - Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.riskworld.com>. – Загл. с экрана