

МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

«КРАСНОДАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ  
КУЛЬТУРЫ»

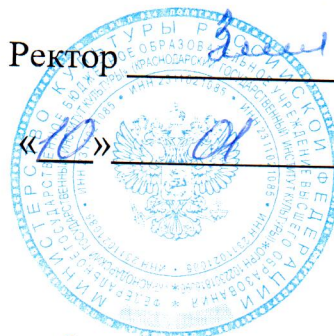
Центр непрерывного образования и повышения квалификации творческих и  
управленческих кадров в сфере культуры

**ПРИНЯТО**

решением Ученого совета  
от 26.12.2023  
(протокол № 14)

**УТВЕРЖДАЮ:**

Ректор С.С. Зенгин  
«10» 01 2023 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  
2023 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.....             | 8  |
| 7. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ..... | 12 |
| 8. ФОРМА АТТЕСТАЦИИ.....                      | 14 |
| 9. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ.....                   | 15 |
| 10. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....                    | 23 |



## 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 |
| <b>Модуль 1. Цифровая культура – феномен и реальность*</b>      |   | <b>12</b>   | <b>6</b>     | <b>6</b>             |
| 1.1.  | Современная система социокультурной сферы: понятие, особенности деятельности в цифровом пространстве, взаимодействие с различными институтами 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  | 4           | 2            | 2                    |
| 1.5.  | Основы продюсирования в цифровой среде  | 2           | -            | 2                    |
| <b>Модуль 2. Создание и распространение цифрового контента*</b> |   | <b>12</b>   | <b>6</b>     | <b>6</b>             |
| 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,  | 2           | 2            | -                    |



|   |   |           |           |           |
|---|---|-----------|-----------|-----------|
|   | способы доставки и потребления. Факторы, влияющие на получение и потребление цифровых продуктов и услуг |           |           |           |
| 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         |
| <b>Модуль 3. Информационное обеспечение, продвижение цифрового контента культуры в реальном и виртуальном пространстве*</b> |   | <b>12</b> | <b>6</b>  | <b>6</b>  |
| 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   | 2         | -         | 2         |
| 3.6.  | Специальные проекты цифрового пространства. Инклюзивные практики. Продвижение событий организации       | 2         | 2         | -         |
| <b>Итоговая аттестация: зачет*</b>  |   |           |           |           |
| <b>ИТОГО:</b>   |   | <b>36</b> | <b>18</b> | <b>18</b> |

\*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 (без отрыва от работы)*

| Количество часов |     |     |     |     |     |     |     |     |
|------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| РД1              | РД2 | РД3 | 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 |
| 1.1.  | Современная система социокультурной сферы: понятие, особенности деятельности в цифровом пространстве, взаимодействие с различными институтами и явлениями | 2           | 2            | -                    |
| 1.2.  | Исторические аспекты информационного обмена и   | 2           | 2            | -                    |



|      |  |   |   |   |
|------|--|---|---|---|
|      | цифровизации сферы культуры и искусства:отечественный и зарубежный опыт                              |   |   |   |
| 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         | 4 | 2 | 2 |
| 1.5. | Основы продюсирования в цифровой среде   | 2 | - | 2 |

## **Содержание модуля 1. Цифровая культура – феномен и реальность**

*Тема 1.1. Современная система социокультурной сферы: понятие, особенности деятельности в цифровом пространстве, взаимодействие с различными институтами 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 1.2. 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 1.3. Экономические основы сферы культуры и искусства, деятельность организаций СКС в современных условиях.*

Организационно-экономические вопросы функционирования предприятия социокультурной сферы.

*Тема 1.4. 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 1.5. Основы продюсирования 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 1.4. Какими документами регулируется деятельность в цифровом пространстве в вашей организации?*

*Тема 1.5. 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 |
| 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                    |

### 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 пространстве.*

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 |
| 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.                 | 2           | -            | 2                    |



|      |  |   |   |   |
|------|--|---|---|---|
| 3.6. | Специальные проекты цифрового пространства. Инклюзивные практики. Продвижение событий организации. | 2 | 2 | - |
|------|--|---|---|---|

### **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 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.*

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

*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 опечаток 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

- Конкурентов

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](http://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



