

ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
И КУЛЬТУРЫ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ
"КРАЕВОЙ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ ЦЕНТР"
(ГБУ ДПО и К КК КУМЦ)

УТВЕРЖДАЮ
Директор ГБУ ДПО
и К КК КУМЦ



Д.А. Бреус
Д.А. Бреус
"12" января 2024 года

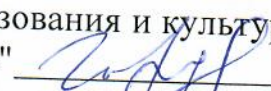
**Дополнительная профессиональная программа
повышения квалификации**

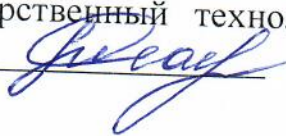
**ОП 98 "Стратегический маркетинг в деятельности парков культуры
и отдыха"**

Направление деятельности – социокультурная деятельность
Категория слушателей – работники парков культуры и отдыха
Форма обучения – очная (с отрывом от работы)
Нормативный срок обучения – 72 часа
Место проведения – г. Краснодар

Краснодар
2024

Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации "Стратегический маркетинг в деятельности парков культуры и отдыха" разработана в соответствии с образовательной программой дополнительного профессионального образования повышения квалификации на 2024 год, положением об осуществлении образовательной деятельности в государственном бюджетном учреждении дополнительного профессионального образования и культуры Краснодарского края "Краевой учебно-методический центр" и положением об учебно-методическом обеспечении образовательной деятельности государственного бюджетного учреждения дополнительного профессионального образования и культуры Краснодарского края "Краевой учебно-методический центр".

Разработчик программы: Гордеева Александра Андреевна, методист отдела повышения квалификации государственного бюджетного учреждения дополнительного профессионального образования и культуры Краснодарского края "Краевой учебно-методический центр" 

Рецензент: Савина Инна Александровна, доцент кафедры социологии, правоведения и работы с персоналом федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования "Кубанский государственный технологический университет", кандидат педагогических наук 

Содержание

1. Цель реализации образовательной программы.....	4
2. Планируемые результаты обучения.....	4
3. Содержание программы.....	5
3.1. Календарный учебный график.....	5
3.2. Учебный план.....	6
3.3. Учебно-тематический план.....	6
3.4. Рабочая программа по модулю 1 "Нормативно-правовой".....	9
3.5. Рабочая программа по модулю 2 "Педагогика и психология".....	10
3.6. Рабочая программа по модулю 3 "Информационные технологии"....	11
3.7. Рабочая программа по модулю 4 "Предметная деятельность".....	11
4. Формы аттестации и оценочные материалы.....	16
5. Организационно-педагогические условия реализации программы.....	18
5.1. Учебно-методическое обеспечение программы.....	18
5.1.1. Литература.....	18
5.1.2. Интернет-ресурсы.....	19
5.2. Кадровое обеспечение программы.....	19
5.3. Материально-технические условия реализации программы.....	19

1. ЦЕЛЬ РЕАЛИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Целью реализации дополнительной профессиональной программы повышения квалификации "Стратегический маркетинг в деятельности парков культуры и отдыха" является повышение квалификации работников парков культуры и отдыха, формирование новых умений и навыков в их профессиональной деятельности.

Задачи:

- сформировать новые знания, умения и навыки, необходимые для успешной и эффективной маркетинговой деятельности, а также повышение профессионального уровня в рамках имеющейся квалификации;
- создать условия для обогащения маркетинговой практики слушателей на основе использования современных программ и технологий;
- способствовать формированию у слушателей знаний и практических умений в области маркетинговых исследований;
- создать условия для реализации профессионального потенциала каждого работника парков культуры и отдыха;
- способствовать формированию мотивации работников парков культуры и отдыха к освоению инноваций в области маркетинговой деятельности.

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации "Стратегический маркетинг в деятельности парков культуры и отдыха" направлена на совершенствование следующих профессиональных компетенций:

- умение выделять актуальные и перспективные цели развития маркетинговой стратегии учреждения, планировать мероприятия по их достижению, анализировать внутренние возможности учреждения, выявлять скрытые резервы, вычленять проблемы и находить эффективные пути их решения;
 - умение использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности;
 - умение владеть деловой перепиской;
 - умение ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий;
 - умение самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации;
 - умение вести переговоры и владеть навыками ораторского искусства, активного слушания, аргументации и убеждения, мотивации подчиненных;
 - умение работать в коллективе, эффективно общаться с коллегами.
- В результате освоения программы слушатель должен:

знать

- приоритетные направления развития культуры Российской Федерации, Краснодарского края;
- законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие деятельность культуры и отдыха;
- структуру парка культуры и отдыха;
- теорию и практику маркетинга парков культуры и отдыха;
- инновационные технологии в маркетинговой деятельности парков культуры и отдыха;
- проблемы, возникающие в процессе построения маркетинговой стратегии парков культуры и отдыха, и пути их решения;
- художественно-творческие, научные, технические достижения в сфере культуры и искусства;
- нормативные и методические документы, регламентирующие производственную и финансово-экономическую деятельность парка культуры и отдыха;

уметь

- выявлять проблемы, возникающие в процессе построения маркетинговой стратегии парков культуры и отдыха;
- ориентироваться в основных подходах и методах стратегического маркетинга развития парков культуры и отдыха;
- планировать работу по развитию рекламы парков культуры и отдыха;
- прогнозировать и оценивать изменения внешних условий, влияющих на эффективность маркетинговой стратегии;

владеть

- навыками маркетинговых исследований в социально-культурной деятельности в парках культуры и отдыха;
- способностью разрабатывать и управлять маркетинговой стратегией парков культуры и отдыха;
- умением эффективного использования ресурсной базы сферы культуры при создании маркетинговой стратегии;
- технологиями эффективной организации труда в учреждениях социально-культурной сферы;
- основами трудового, гражданского законодательства, авторского права;
- профессиональной терминологией.

3. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

3.1. Календарный учебный график

Период обучения	Срок обучения	Ауд. часов в день	Общая продолжительность программы (дней, недель, месяцев)
12-21 февраля 2024 г.	72 часа	8 часов	10 дней (в том числе один день выходной)

3.2. Учебный план дополнительной профессиональной программы повышения квалификации "Стратегический маркетинг в деятельности парков культуры и отдыха"

Направление деятельности – социокультурная деятельность

Категория слушателей – работники парков культуры и отдыха

Форма обучения – очная (с отрывом от работы)

Нормативный срок обучения – 72 часа

№ п/п	Наименование дисциплин (модулей)	Всего часов	В том числе			Форма контроля
			аудиторные занятия		самостоятельная работа	
			лекции	практические занятия		
1.	Модуль 1 "Нормативно-правовой"	8	8			
2.	Модуль 2 "Педагогика и психология"	4	4			
3.	Модуль 3 "Информационные технологии"	6	6			
4.	Модуль 4 "Предметная деятельность"	53	53			
	Итого занятий (часов)	71				
	Итоговая аттестация	1				тестирование
	Итого	72				

3.3. Учебно-тематический план дополнительной профессиональной программы повышения квалификации "Стратегический маркетинг в деятельности парков культуры и отдыха"

№ п/п	Наименование дисциплин (модулей)	Всего часов	В том числе			Форма контроля
			Аудиторные занятия		Самостоятельная работа	
			Лекции	Практические занятия		
1.	Модуль 1. "Нормативно-правовой"	8	8			
1.1.	Основы законодательства Российской Федерации о культуре. Законы и нормативные документы, регламентирующие деятельность сферы культуры	2	2			
1.2.	Принципы применения мер по ответственности за административные правонарушения в парках культуры и отдыха	2	2			

1.3.	Правовое регулирование внутреннего трудового распорядка парков культуры и отдыха	2	2			
1.4	Нормативно-правовые требования и механизмы организации охраны труда в образовательной организации	2	2			
2.	Модуль 2 "Педагогика и психология"	4	4			
2.1.	Эффективная организация рабочего времени. Приемы профилактики профессионального выгорания	2	2			
2.2.	Современные методы психической саморегуляции как эффективный способ борьбы со стрессом	2	2			
3.	Модуль 3. "Информационные технологии"	6	6			
3.1.	Информационная безопасность образовательной организации. Механизмы защиты информационного пространства от несанкционированных вмешательств	2	2			
3.2.	Основные понятия криптографии. Основные задачи и принципы криптографической защиты	2	2			
3.3.	Нормативные требования к сайту. Технологические основы подготовки информации по размещению на сайт	2	2			
4.	Модуль 4. "Предметная деятельность"	53	53			
4.1.	Роль парков культуры и отдыха в организации досуга населения. Особенности территориальной организации и продвижения парков	2	2			
4.2.	Специфика продвижения парка развлечений	2	2			
4.3.	Организация системы	2	2			

	комплексной безопасности в контексте задач обеспечения безопасного функционирования парков культуры и отдыха					
4.4.	Организация и обеспечение антитеррористической защищенности парков культуры и отдыха	2	2			
4.5.	Инструменты осуществления межведомственного взаимодействия при обеспечении безопасности мест массового пребывания людей	2	2			
4.6.	Театрализация, репетиция, монтаж как художественно-постановочные методы в режиссуре театрализованных представлений и праздников	2	2			
4.7.	Основные требования к оформлению организационно-распорядительной документации	2	2			
4.8.	Формы и основные принципы организации контроля исполнения документов	2	2			
4.9.	Ресурсы менеджмента и эффективность их использования в сфере культуры. Стратегическое планирование и управление	2	2			
4.10.	Современные технологии управления персоналом в учреждениях культуры	2	2			
4.11.	Средства режиссерской выразительности массово-зрелищных программ	2	2			
4.12.	Аутсорсинг как форма инновационного развития маркетинговой стратегии	2	2			
4.13.	Инструменты продвижения услуг государственных парков культуры и отдыха	2	2			
4.14.	Особенности электронного документооборота в учреждениях культуры	2	2			
4.15.	Функциональные требования к системе автоматизации делопроизводства учреждения культуры	2	2			

4.16.	Анализ существующих проблем при обеспечении безопасности мест массового пребывания людей	2	2			
4.17.	Совершенствование продвижения социально-культурных проектов для семейной аудитории	2	2			
4.18.	Работа с разножанровым материалом при организации социально-значимых мероприятий. Рабочий сценарий и монтажный лист	2	2			
4.19.	Брендинг как элемент обеспечения устойчивого развития парков культуры и отдыха	2	2			
4.20.	Методика маркетинговых исследований рынка парков культуры и отдыха	2	2			
4.21.	Формирование и реализация маркетинговой стратегии в парках культуры и отдыха	2	2			
4.22.	Особенности разработки фирменного стиля и идентичности парков культуры и отдыха	2	2			
4.23.	Реклама и PR-технологии в продвижении парков культуры и отдыха	2	2			
4.24.	Теория и практика фандрейзинга в сфере культуры	2	2			
4.25.	Опыт представления муниципально-частного партнерства в сфере медиакommunikаций	2	2			
4.26.	К проблеме актуализации историко-культурного наследия Краснодарского края	2	2			
4.27.	Тематические парки как инструмент продвижения региона	1	1			
	Итого занятий (часов)	71	71			
	Итоговая аттестация	1				
	Итого:	72				тестирование

3.4. Рабочая программа по модулю 1 "Нормативно-правовой"

Нормативно-правовые требования и механизмы организации охраны труда в образовательной организации

Тема 1.1. Основы законодательства Российской Федерации о культуре. Законы и нормативные документы, регламентирующие деятельность сферы культуры

Законодательные акты Российской Федерации в сфере информации и документации; указы и распоряжения Президента Российской Федерации, постановления и распоряжения Правительства Российской Федерации по вопросам документационного обеспечения на федеральном уровне; правовые акты федеральных органов исполнительной власти (министерств, ведомств, комитетов, служб и др.); правовые акты органов представительной и исполнительной власти субъектов Российской Федерации и их территориальных образований.

Тема 1.2. Принципы применения мер по ответственности за административные правонарушения в парках культуры и отдыха

Особенности законодательного регулирования организации и проведения массовых мероприятий. Особенности привлечения граждан к административной ответственности за нарушение правил организации и проведения мероприятий. Анализ административного законодательства Российской Федерации, нормативной базы, регламентирующие организацию и проведение массовых мероприятий в Российской Федерации, а также практической деятельности сотрудников полиции по сбору материалов по правонарушениям в рассматриваемой сфере.

Тема 1.3. Правовое регулирование внутреннего трудового распорядка парков культуры и отдыха

Правила внутреннего трудового распорядка, иные локальные правовые акты организаций. Уставы, положения о дисциплине. Трудовые обязанности работников и работодателей. Установление рабочего времени и режима рабочего времени. Предоставление отпусков: проблемы, актуальные вопросы. Локальные нормативные акты в сфере трудовых правоотношений, порядок их принятия и значение при рассмотрении индивидуальных и коллективных трудовых споров.

Тема 1.4. Нормативно-правовые требования и механизмы организации охраны труда в образовательной организации

Основные требования по охране труда в парках культуры и отдыха. Процессы по созданию безопасных условий и соблюдению трудового законодательства.

3.5. Рабочая программа по модулю 2 "Педагогика и психология"

Тема 2.1. Эффективная организация рабочего времени. Приемы профилактики профессионального выгорания

Организация рабочего времени как механизм взаимодействия в социальной сфере. Инструментальная и личностная направленность.

Феномен выгорания как психологическое явление. Роль установки в восприятии. Имидж. Каузальная атрибуция. Общая характеристика стереотипов. Понятие межличностной аттракции.

Тема 2.2. Современные методы психической саморегуляции как эффективный способ борьбы со стрессом

Стресс в коллективе. Причины возникновения. Виды. Формы проявления. Структура стресса. Стили поведения при стрессе. Исходы поведения в стрессовой ситуации. Методы для устранения стресса.

3.6. Рабочая программа по модулю 3 "Информационные технологии"

Тема 3.1. Информационная безопасность парков культуры и отдыха. Механизмы защиты информационного пространства от несанкционированных вмешательств

Приоритетные направления обеспечения безопасности в учреждении культуры. Основные угрозы в информационной безопасности и методы физического, технического и программного обеспечения информационной безопасности.

Тема 3.2. Основные понятия криптографии. Основные задачи и принципы криптографической защиты

Методы обеспечения конфиденциальности и аутентичности информации. Специальные пользовательские программные продукты для защиты информации.

Тема 3.3. Нормативные требования к сайту. Технологические основы подготовки информации по размещению на сайт

Нормативно-правовые нормы размещения информации на сайт. Методика подготовки контента для публикации. Рекомендации к структуре и наполняемости сайта.

3.7. Рабочая программа по модулю 4 "Предметная деятельность"

Тема 4.1. Роль парков культуры и отдыха в организации досуга населения. Особенности территориальной организации и продвижения парков

Парки как один из социально-культурных институтов. Современные подходы и эффективные инструменты масштабирования парковой деятельности и ускоренного роста парка. Клиентоориентированный и продуктовый подходы к парку развлечений. Современные стратегии парков развлечений – тематизация, брендирование и пакетирование.

Тема 4.2. Специфика продвижения парка развлечений

Создание и динамика развития тематических парков развлечений в мировой индустрии. Способы проектирования досуговых территорий с помощью ландшафта, дизайн-концепции, тематизации и сценария. Направления культурно-досуговой деятельности с использованием современных технологий для создания атмосферы праздника.

Тема 4.3. Организация системы комплексной безопасности в контексте задач обеспечения безопасного функционирования парков культуры и отдыха

Проблема обеспечения безопасности и антитеррористической защищённости в учреждениях культуры. Комплексная безопасность как состояние защищенности учреждения от реальных и прогнозируемых угроз социального, техногенного и природного характера.

Тема 4.4. Организация и обеспечение антитеррористической защищенности парков культуры и отдыха

Техника инструктажа работников культурных учреждений всех уровней по противодействию террористическим проявлениям; инвентаризацию основных и запасных входов-выходов; проведение осмотров территории и помещений; организацию контролируемого въезда автотранспорта на территорию учреждения и так далее.

Тема 4.5. Инструменты осуществления межведомственного взаимодействия при обеспечении безопасности мест массового пребывания людей

Анализ нормативно правовых актов Российской Федерации по антитеррористической защищенности мест массового пребывания людей, данные официальной статистики. Особенности обеспечения антитеррористической защищенности мест массового пребывания людей. Основные проблемы, возникающие при проведении комплекса мер по обеспечению антитеррористической защищенности. Способы совершенствования комплекса мер для обеспечения антитеррористической защищенности мест массового пребывания людей

Тема 4.6. Театрализация, репетиция, монтаж как художественно-постановочные методы в режиссуре театрализованных представлений и праздников

Монтаж как средство режиссёрской мысли. Виды и приёмы монтажа. Сущность понятия "монтаж". Функции и отличительные свойства монтажа в театрализованных представлениях и праздниках.

Тема 4.7. Основные требования к оформлению организационно-распорядительной документации

Документов, фиксирующих права и обязанности работников и их работодателей, их задачи, цели и функции. ГОСТ по оформлению ОРД 7.0.97-2016.

Тема 4.8. Формы и основные принципы организации контроля исполнения документов

Контроль исполнения документов как неотъемлемая часть управления документацией в любой организации. Значение контролирующих процессов для эффективного менеджмента. Формы контроля исполнения документов.

Тема 4.9. Ресурсы менеджмента и эффективность их использования в сфере культуры. Стратегическое планирование и управление

Особенности стратегического планирования. Виды планирования их содержание и назначение. Структура подходов стратегического планирования. Методология и способы решения проблем планирования. Принципы стратегического планирования его этапы и оценка.

Тема 4.10. Современные технологии управления персоналом в учреждениях культуры

Управление персоналом как сфера практической деятельности. Инновационные методы управления персоналом. Методических рекомендаций по совершенствованию управления персоналом организаций сферы культуры в рамках осуществления ими проектной деятельности

Тема 4.11. Средства режиссерской выразительности массово-зрелищных программ

Традиционные художественные средства выразительности и организация массового праздника. Сценические костюмы и реквизит. Использование кукол и масок. Музыкально-звуковое оформление. Светотехника. Выразительные средства режиссуры: актерское творчество, мизансцена, темпо-ритм.

Тема 4.12. Аутсорсинг как форма инновационного развития маркетинговой стратегии

Значение аутсорсинга информационных услуг как организационного инструмента в условиях цифровизации экономики. Тенденции развития рынка аутсорсинга информационных услуг. Специфика применения аутсорсинга в сфере культуры. Методики применения аутсорсинга в парках культуры и отдыха.

Тема 4.13. Инструменты продвижения услуг государственных парков культуры и отдыха

Основные инструменты продвижения государственных парковых учреждений с учетом их специфики. Развитая сеть информационных ресурсов вышестоящих организаций, государственное финансирование мероприятий, масштабные общегородские и всероссийские культурные акции, а также внутренняя реклама как платформы для продвижения парков культуры и отдыха.

Тема 4.14. Особенности электронного документооборота в учреждениях культуры

Особенности электронного документооборота. Предпосылки формирования системы электронного документооборота в учреждениях культуры. Состояние систем электронного документооборота в учреждениях культуры.

Тема 4.15. Функциональные требования к системе автоматизации делопроизводства учреждения культуры

Наиболее эффективные направления использования электронных технологий в традиционном делопроизводстве. Системы электронного документооборота. Наиболее популярные на российском рынке системы автоматизации делопроизводства и документооборота.

Тема 4.16. Анализ существующих проблем при обеспечении безопасности мест массового пребывания людей

Актуальные проблемы обеспечения безопасности в местах массового пребывания людей. Рекомендации системного подхода в организации безопасности парков культуры и отдыха.

Тема 4.17. Совершенствование продвижения социально-культурных проектов для семейной аудитории

Специфика семейной аудитории в маркетинге. Методика разработки контент-плана для семейной аудитории. Преимущества и недостатки нацеленности на семейную аудиторию. Методика работы с семейной аудиторией.

Тема 4.18. Работа с разножанровым материалом при организации социально-значимых мероприятий. Рабочий сценарий и монтажный лист

Виды сценария. Отличия сценария от монтажного листа. Правила составления сценария и монтажного листа. Принципы работы со сценарием.

Тема 4.19. Брендирование как элемент обеспечения устойчивого развития парков культуры и отдыха

Роль и значение брендирования парков культуры и отдыха как одного из способов обеспечения устойчивого развития культуры и достижения качественного образа жизни населения. Основные этапы брендирования парков. Требования, необходимые для успешного продвижения бренда территорий.

Тема 4.20. Методика маркетинговых исследований рынка парков культуры и отдыха

Обзор российского рынка парков культуры и отдыха. Конкурентный анализ. Факторы инвестиционной привлекательности рынка. Прогноз развития рынков парков культуры и отдыха.

Тема 4.21. Формирование и реализация маркетинговой стратегии в парках культуры и отдыха

Анализ отечественного и зарубежного опыта формирования и реализации стратегий маркетинга парков культуры и отдыха. Классификация стратегий маркетинга. Факторы привлекательности для посетителей отдельных парков. Проблема согласования действий органов власти региона и субъектов маркетинга.

Тема 4.22. Особенности разработки фирменного стиля и идентичности парков культуры и отдыха

Важность обладания собственным фирменным стилем в условиях конкурентной рыночной среды. Особенности ребрендинга фирменного стиля парка развлечений как средства повышения эффективности его позиционирования на рынке. Различные приёмы и методы в современном дизайн-проектировании.

Тема 4.23. Реклама и PR-технологии в продвижении парков культуры и отдыха

Роль развития современной индустрии развлечений как способ формирования новых личных и общественных потребностей. Проблема создания и продвижения тематических парков развлечений. Эффективные рекламные и PR-инструменты помогающие объекту развлечений иметь высокий уровень популярности.

Тема 4.24. Теория и практика фандрайзинга в сфере культуры

Фандрайзинг как инструмент привлечения средств в некоммерческие организации. Особенности применения фандрайзинга в сфере культуры и искусства. Эволюция терминологии фандрайзинга. Структура источников финансирования в системе фандрайзинга. Этапы, особенности реализации и специфика оценки эффективности фандрайзинговой кампании в учреждении культуры и искусства.

Тема 4.25. Опыт представления муниципально-частного партнерства в сфере медиакоммуникаций

Развитие муниципально-частного партнерства в условиях ограниченности ресурсов муниципального финансирования. Определение муниципально-частного партнерства в российском законодательстве с выделением полномочий публичного и частного партнеров. Опыт реализации муниципально-частных-проектов в субъектах России.

Тема 4.27. К проблеме актуализации историко-культурного наследия Краснодарского края

Актуальность развития историко-культурного наследия в парках культуры и отдых. Применение материального наследия в маркетинговой

стратегии парка. Историко-культурное наследие как один из факторов привлечения посетителей в парк культуры и отдыха. Роль историко-культурного наследия региона в формировании бренда парка.

Тема 4.28. Тематические парки как инструмент продвижения региона

Проблемы имиджа, бренда и репутации территории. Важность влияния деловой репутации территории на эффективность развития регионов, городов и страны в целом. Эффективность положительного имиджа как один из факторов авторитета страны на мировой арене. Влияние тематических парков на развитие и формирование социокультурного пространства региона.

4. ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ И ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

По дополнительной профессиональной программе повышения квалификации "Стратегический маркетинг в деятельности парков культуры и отдыха" итоговая аттестация проводится в форме тестирования. Тестирование оценивается по шкале от 0 % до 100 % и считается пройденным, если слушатель правильно ответил не менее чем на 60 % вопросов теста. Результат итоговой аттестации оценивается дифференцированной оценкой: зачтено/не зачтено.

1. В каком нормативно-правовом акте конституционно закреплены принципы гарантирующие свободу литературного, художественного, научного, технического и других видов творчества, преподавания, право на участие в культурной жизни и пользование достижениями культуры, на доступ к культурным ценностям?

- 1) Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях;
- 2) Конституция Российской Федерации ;
- 3) Основы законодательства Российской Федерации о культуре.

2. Какой нормативно-правовой акт регулирует трудовые взаимоотношения?

- 1) Конституция Российской Федерации;
- 2) Трудовой кодекс Российской Федерации;
- 3) Закон Российской Федерации от 9 октября 1992 г. № 3612-1 "Основы законодательства Российской Федерации о культуре".

3. Срок испытания при принятии на работу не может превышать:

- 1) три месяца;
- 2) две недели;
- 3) в зависимости от сферы деятельности.

4. Виды трудового договора по срокам действия:

- 1) срочный, бессрочный;
- 2) срочный, бессрочный, на время определенной работы;
- 3) краткосрочный, сезонный, долгосрочный.

5. Прогоулom считается:

- 1) отсутствие на работе меньше 4-х часов;
 - 2) неявка на работу более 2-х дней;
 - 3) отсутствие на работе свыше 4-х часов.
6. Совокупность программ, которые предназначены для управления ресурсами компьютера и вычислительными процессами, а также для организации взаимодействия пользователя с аппаратурой называется
- 1) процессором;
 - 2) операционной системой;
 - 3) винчестером.
7. К устройствам ввода информации относятся:
- 1) клавиатура;
 - 2) монитор;
 - 3) принтер.
8. Что относится к устройствам хранения информации?
- 1) жесткий магнитный диск;
 - 2) принтер;
 - 3) модем.
9. Программа PowerPoint предназначена для...
- 1) создания графических файлов;
 - 2) создания презентаций;
 - 3) обработки баз данных;
10. Какая программа является табличным редактором?
- 1) Excel;
 - 2) Word;
 - 3) Paint.
11. Предконфликтная ситуация – это:
- 1) использование угрозы как способа воздействия на оппонента при проведении переговоров;
 - 2) нарастание социальной напряженности между оппонентами – потенциальными участниками конфликта из-за возникших противоречий;
 - 3) действие, которое направлено против кого-либо другого.
12. К этапам конфликта относятся:
- 1) предконфликтная ситуация; открытый конфликт с инцидентом, эскалацией и завершением; послеконфликтный период;
 - 2) возникновение противоречий, этап попыток снижения напряженности, нарастание противоречий, разрешение конфликта;
 - 3) инцидент, эскалация, примирение.
13. Противоречия между равными по положению субъектами – это конфликт:
- 1) политический;
 - 2) межгрупповой;
 - 3) горизонтальный.
14. Наибольшая вероятность ложных результатов исследования возникает в том случае, если у испытуемого высокий уровень...

- 1) мотивации самоуважения;
- 2) мотивации самоутверждения;
- 3) мотивации одобрения.

15. Основным психологическим феноменом, характеризующим подростковый возраст является:

- 1) резкий скачок в процессе формирования Я - концепции и развитием самосознания;
- 2) открытие подростком своего внутреннего мира;
- 3) образ собственных психологических качеств, способностей, внешности, социальной значимости, индивидуальности, степени заинтересованности другими людьми и т.д.

16. Концепция, описывающая разнообразное предложение товаров и услуг, предлагаемых потребителю – это:

- а) продвижение;
- б) позиционирование;
- в) дифференциация.

17. Объектом маркетинга на (внутри) территории является:

- а) территория в целом;
- б) отношения по поводу конкретных товаров и услуг;
- в) социально-экономические процессы.

18. Каково главное качество бренда?

- а) уникальность;
- б) прибыльность;
- в) узнаваемость.

18. Сочетание названия какого-либо товара и его графического изображения, используемое для большей узнаваемости потребителем товара, – это:

- а) товарная марка (товарный знак)
- б) бренд
- в) дизайн

19. Позиционирование — это...

- а) узнаваемость торговой марки;
- б) создание для бренда такого контекста, в котором связанный с ним выбор будет восприниматься как наилучший;
- в) контроль качества товарного знака.

20. Ребрендинг связан с:

- а) снижающимся спросом;
- б) возрастающим спросом;
- в) чрезмерным спросом.

5. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

5.1. Учебно-методическое обеспечение программы

5.1.1. Литература

1. Апхолът, С. Бренд Америка: мать всех брендов / С. Анхолт, Дж. Хильдрет. – М.: Добрая книга, 2010.
2. Апхолът, С. Брендинг: дорога к мировому рынку / С. Анхолт. – М.: КУДИЦ-Образ, 2004.
3. Башмаков, Д. В. Маркетинг территорий : учеб, пособие / Д. В. Башмаков. – М. : ИИУ МГОУ, 2015.
4. Брендинг территорий. Лучшие мировые практики / под ред. К. Динни. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013.
5. Динни, К. Брендинг территорий. Лучшие мировые практики / К. Динни. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013.
6. Имидж России: концепция национального и территориального брендинга / под ред. И. А. Василенко. – М.: Экономика, 2012.
7. Имиджевая стратегия России в контексте мирового опыта / под ред. И. А. Василенко. – М.: Международные отношения, 2013.
8. Качагин, Е. А. Маркетинг территорий / Е. А. Качагин, Ю. А. Мартынова. – Ульяновск : Изд-во УЛГТУ, 2014.
9. Логунцова, И. В. Особенности территориального брендинга в российских условиях / И. В. Логунцова. – М. : Изд-во КДУ, 2013.
10. Маркетинг мест. Привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы / Ф. Котлер [и др.]. – СПб.: Стокгольмская школа экономики, 2005.
11. Чумиков, А. Н. Связи с общественностью. Теория и практика / А. Н. Чумиков. – М. : Дело, 2006.

5.1.2. Интернет-ресурсы

1. Официальный сайт Министерства культуры Российской Федерации.
URL: <https://www.mkrf.ru/>
2. Официальный сайт Министерства культуры Краснодарского края.
URL: <http://kulturakubani.ru/>

5.2. Кадровое обеспечение программы

Реализация программы обеспечивается высококвалифицированными специалистами, имеющими высшее профессиональное образование.

5.3. Материально-технические условия реализации программы

Материально-техническое обеспечение программы предусматривает занятия в аудиториях с компьютерным оборудованием и видеопроекционной аппаратурой. Компьютеры имеют выход в информационную компьютерную сеть (Интернет). Кроме того, техническое обеспечение дисциплины предполагает наличие аудиторий для интерактивных занятий.