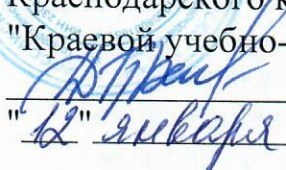


УТВЕРЖДАЮ

Директор государственного  
бюджетного учреждения  
дополнительного профессионального  
образования и культуры  
Краснодарского края  
"Краевой учебно-методический центр"

  
Д.А. Бреус  
"12" января 2024 г.

### УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

дополнительной профессиональной программы  
повышения квалификации "Стратегический маркетинг в деятельности  
парков культуры и отдыха"

№	Наименование дисциплин (модулей)	Всего часов	В том числе:			Форма контроля
			аудиторные занятия		самостоятельная работа	
			лекции	практические занятия		
1.	<b>Модуль 1 "Нормативно-правовой"</b>	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.	<b>Модуль 2 "Педагогика и психология"</b>	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	-	-	
<b>3.</b>	<b>Модуль 3 "Информационные технологии"</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	-	-	
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			
<b>4.</b>	<b>Модуль 4 "Предметная деятельность"</b>	<b>53</b>	<b>53</b>	-	-	
4.1.	Роль парков культуры и отдыха в организации досуга населения. Особенности территориальной организации и продвижения парков	2	2	-	-	
4.2.	Организация системы комплексной безопасности в контексте задач обеспечения безопасного функционирования парков культуры и отдыха	2	2	-	-	
4.3.	Организация и обеспечение	2	2	-	-	

	антитеррористической защищенности парков культуры и отдыха					
4.4.	Инструменты осуществления межведомственного взаимодействия при обеспечении безопасности мест массового пребывания людей	2	2	-	-	
4.5.	Театрализация, репетиция, монтаж как художественно-постановочные методы в режиссуре театрализованных представлений и праздников	2	2	-	-	
4.6.	Основные требования к оформлению организационно-распорядительной документации	2	2	-	-	
4.7.	Формы и основные принципы организации контроля исполнения документов	2	2	-	-	
4.8.	Ресурсы менеджмента и эффективность их использования в сфере культуры. Стратегическое планирование и управление	2	2	-	-	
4.9.	Современные технологии управления персоналом в учреждениях культуры	2	2	-	-	
4.10.	Работа с разножанровым материалом при организации социально-значимых мероприятий. Рабочий сценарий и монтажный лист	2	2	-	-	
4.11.	Средства режиссерской выразительности массово-зрелищных программ	2	2	-	-	
4.12.	Методика маркетинговых исследований рынка парков культуры и отдыха	2	2	-	-	

4.13.	Формирование и реализация маркетинговой стратегии в парках культуры и отдыха	2	2	-	-	
4.14.	Анализ существующих проблем при обеспечении безопасности мест массового пребывания людей	2	2	-	-	
4.15.	Специфика продвижения парка развлечений	2	2	-	-	
4.16.	Брендинг как элемент обеспечения устойчивого развития парков культуры и отдыха	2	2	-	-	
4.17.	Особенности электронного документооборота в учреждениях культуры	2	2	-	-	
4.18.	Функциональные требования к системе автоматизации делопроизводства учреждения культуры	2	2	-	-	
4.19.	Особенности разработки фирменного стиля и идентичности парков культуры и отдыха	2	2	-	-	
4.20.	Реклама и PR-технологии в продвижении парков культуры и отдыха	2	2	-	-	
4.21.	Аутсорсинг как форма инновационного развития маркетинговой стратегии	2	2	-	-	
4.22.	Инструменты продвижения услуг государственных парков культуры и отдыха	2	2	-	-	
4.23.	Теория и практика фандрейзинга в сфере культуры	2	2	-	-	
4.24.	Опыт представления муниципально-частного партнерства в сфере Медиакommunikаций	2	2	-	-	
4.25.	К проблеме актуализации историко-культурного наследия Краснодарского края	1	1	-	-	

4.26.	Тематические парки как инструмент продвижения региона	2	2	-	-	
4.27.	Совершенствование продвижения социально-культурных проектов для семейной аудитории	2	2	-	-	
	<b>Итого занятий (часов)</b>	<b>71</b>	<b>71</b>	-	-	
	<b>Итоговая аттестация</b>	<b>1</b>				гестирование
	<b>Итого</b>	<b>72</b>				

Заместитель директора



Н.В. Ощепкова