

МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное
бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ КИНО И
ТЕЛЕВИДЕНИЯ»**

Факультет дополнительного образования

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной и научной работе
П. В. Данилов
«18» 02 2024 г.



ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ
ПРОГРАММА –
ПРОГРАММА ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ

**«КРЕАТИВНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ УЧРЕЖДЕНИЯ КУЛЬТУРЫ В
СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ»**

Санкт-Петербург
2024

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

1.1 Нормативно-правовые основания разработки программы

Нормативную правовую основу разработки программы составляют:

- Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- приказ Минобрнауки России от 1 июля 2013 г. № 499 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам»;
- Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года
- Устав федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Санкт-Петербургский государственный институт кино и телевидения»;
- Положение о порядке разработки дополнительных профессиональных программ;
- Положение об организации и осуществлении образовательной деятельности по дополнительным образовательным программам;
- Положение о проведении текущего контроля успеваемости, промежуточной и итоговой аттестации по дополнительным профессиональным программам.
- Положение о порядке использования электронного обучения и дистанционных образовательных технологий в образовательном процессе.

Программа разработана на основе ФГОС ВО:

- Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. N 15 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью».

1.2 Область применения программы

Выпускники, освоившие программу повышения квалификации «Креативные инструменты продвижения учреждения культуры в социальных сетях», могут осуществлять профессиональную деятельность в области творческих индустрий.

1.3 Требования к слушателям (категории слушателей)

Лица, желающие освоить дополнительную профессиональную программу, должны иметь среднее профессиональное или высшее образование, либо получать его. Наличие указанного образования должно подтверждаться документом государственного или установленного образца.

Категории слушателей (целевая аудитория): государственные и муниципальные служащие, занимающиеся вопросами экономической, культурной политики, руководители учреждений культуры, творческие предприниматели и независимые менеджеры культуры.

1.4 Цель и планируемые результаты освоения программы

Целью реализации программы повышения квалификации «Креативные инструменты продвижения учреждения культуры в социальных сетях» является совершенствование уже имеющихся компетенций, либо получение новых компетенций для профессиональной деятельности, и повышение профессионального уровня в рамках имеющейся квалификации. Программа направлена на получение следующих профессиональных компетенций:

ПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты.

В результате освоения программы слушатель должен **знать:**

- основные принципы и инструменты создания и редакции контента арт-блога в контексте современных задач и трансформации функций учреждений культуры;

уметь:

- выбирать и адаптировать контент арт-блога для решения задач деятельности конкретного учреждения культуры;

владеть:

- современными методами использования арт-блога для реализации основных функций и направлений деятельности учреждения.

1.5 Форма обучения, режим занятий и общая трудоемкость

Общая трудоемкость за весь период обучения составляет 36 академических часов и включает все виды аудиторной работы слушателя и время, отводимое на контроль качества освоения слушателем программы.

Форма обучения: очная, с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения.

Режим занятий: при любой технологии обучения учебная нагрузка устанавливается не более 56 часов в неделю, включая все виды аудиторной и внеаудиторной (самостоятельной) учебной работы слушателя.

1.6 Форма документа, выдаваемого по результатам освоения программы

Слушатели, успешно освоившие программу повышения квалификации и прошедшие итоговую аттестацию, получают по результатам обучения удостоверение о повышении квалификации установленного образца.

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной и
научной работе
П. В. Данилов
2024 г.



2. УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

дополнительной профессиональной программы — программа повышения квалификации

«КРЕАТИВНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ КУЛЬТУРЫ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ»

Темы	Общая трудоемкость, час	Дистанционные занятия, час				Форма аттестации	
		Всего	Лекции	Практические занятия, семинары	Зачет	Экзамен	
1	2	3	4	5	6	7	
Блог как коммуникационный инструмент.	4	4	-	4			
Основные правила создания контента для социальных сетей	4	4	-	4			
Сторителлинг в процессе создания текстового контента.	10	10	-	10			
Визуальное оформление контента в социальных сетях	10	10	-	10			
Управление арт-блогом в деятельности учреждения культуры.	8	8	-	8			
Итоговая аттестация					+		
Итого	36	36	-	36			

2024 г.

IX

	6					4T	A
--	---	--	--	--	--	----	---

4. ПРОГРАММЫ УЧЕБНЫХ ДИСЦИПЛИН

Рабочая программа дисциплины «Креативные инструменты продвижения учреждения культуры в социальных сетях»

1. Общая характеристика рабочей программы дисциплины

1.1 Цели и задачи учебной дисциплины — требования к результатам освоения программы:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты.

В результате освоения программы слушатель должен **знать**:

– основные принципы и инструменты создания и редактуры контента арт-блога в контексте современных задач и трансформации функций учреждений культуры;

уметь:

– выбирать и адаптировать контент арт-блога для решения задач деятельности конкретного учреждения культуры;

владеть:

– современными методами использования арт-блога для реализации основных функций и направлений деятельности учреждения.

2 Структура и содержание дисциплины

2.1 Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	36
Обязательные учебные занятия (всего)	36
в том числе:	
<i>практические занятия, семинары</i>	36
Аттестация в форме зачета	

2.2 Тематический план и содержание дисциплины

Тема 1. Блог как коммуникационный инструмент.

Учреждения культуры в социальных сетях. Цель использования учреждениями культуры социальных сетей. Популярны социальные сети для продвижения информации учреждений культуры. Специфика ведения блога в сфере культуры и искусства. Понятие бренд-медиа. Цели и задачи бренд-медиа.

1. Практические занятия, семинары — 4 часа.
2. Форма текущего контроля — устный опрос

Тема 2. Основные правила создания контента для социальных сетей

Значимость сетевого пространства и роли контента в нем. Изучение целевой аудитории. Понимание целевой аудитории и ее предпочтений. Анализ статистических данных и использование исследований об аудитории. Определение стратегии контента и целей публикаций. Работа с форматами: текст, фото, видео, аудио и др.

1. Практические занятия, семинары — 4 часа.
2. Форма текущего контроля — устный опрос

Тема 3. сторителлинг в процессе создания текстового контента.

3.1. Сторителлинг: история, основы, область применения.

Что такое сторителлинг? История происхождения термина и понятия. Корни сторителлинга (наскальная живопись, дневники, блогинг и т.д.). Происхождение искусства рассказывания истории. Аристотель и его теория драмы. Начало, середина,

и конец. Развитие, перипетии и узнавания. Комедия и трагедия. Развитие теории драматургии (Гегель и его понятие конфликта).

1. Практические занятия, семинары — 4 часа.
2. Форма текущего контроля — устный опрос

3.2. Функции сторителлинга: развлечение, образование, продвижение бизнес-идеи.

4 правила сторителлинга: знание аудитории (выявление целевой аудитории), создание конфликта, достоверность, отсутствие надуманных реалий. Генерация идеи, ее источники (фольклор, кинематограф, литература, драматургия, анимация). Герой истории. Сеттинг истории.

1. Практические занятия, семинары — 4 часа.
2. Форма текущего контроля — устный опрос

3.3. Структура истории.

Три части истории. 7 типов сюжетов по К. Букеру. Конфликт, типы конфликта. Экспозиция и завязка. Препятствия на пути героя и поворотные события. Катастрофа. Кульминация. Финал. 8 формул сторителлинга.

1. Практические занятия, семинары — 2 часа.
2. Форма текущего контроля — устный опрос

Тема 4. Визуальное оформление контента в социальных сетях.

4.1. Работа с изображениями. Выбор и подготовка качественных изображений. Использование фотографий и иллюстраций. Выбор подходящего формата изображения. Композиция и рамка для изображений. Цветовая палитра и стиль изображений. Определение узнаваемого стиля, выбор подходящей цветовой палитры. Текст и графические элементы на изображениях. Использование информативного и лаконичного текста для усиления визуального сообщения

1. Практические занятия, семинары — 4 часа.
2. Форма текущего контроля — устный опрос

4.2. Использование видеоформатов. Вертикальные видео. Использование оборудования и программного обеспечения для записи и монтажа видео. Планирование съёмочного процесса. Монтаж и редактирование видео. Улучшение визуального воздействия. Использование эффектов, переходов, графического оформления, титров.

1. Практические занятия, семинары — 4 часа.
2. Форма текущего контроля — устный опрос

4.3. Лучшие практики визуального оформления контента в социальных сетях. Адаптация к разным платформам. Учет требований к размерам и ориентации изображений. Подгонка контента под специфику каждой социальной сети. Изучение популярных трендов в визуальном оформлении. Применение современных дизайн-приемов.

1. Практические занятия, семинары — 2 часа.
2. Форма текущего контроля — устный опрос

Тема 5. Управление арт-блогом в деятельности учреждения культуры.

5.1. Регулярность и контент-план. Значение регулярности публикаций в арт-блоге. Разработка контент-плана и графика публикаций. Аналитика и оценка эффективности. Использование аналитических инструментов для измерения и оценки эффективности арт-блога. Анализ метрик: просмотры, лайки, комментарии, репосты и другие показатели вовлеченности аудитории. Внесение корректировок в стратегию управления арт-блогом на основе полученных данных и результатов.

1. Практические занятия, семинары — 4 часа.
2. Форма текущего контроля — устный опрос

5.2. Взаимодействие с аудиторией. Ответы на комментарии и обратная связь с подписчиками. Модерация сообщества. Организация конкурсов, опросов и активностей. Продвижение и расширение аудитории. Реклама и партнерство с другими культурными учреждениями и брендами. Проведение совместных акций и мероприятий с целью привлечения новой аудитории.

1. Практические занятия, семинары — 4 часа.
2. Форма текущего контроля — устный опрос

5 ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

5.1 Материально-техническое обеспечение

Для реализации программы необходим компьютер с установленным лицензионным программным обеспечением и оборудованный выходом в Интернет.

Условия для функционирования электронной информационно-образовательной среды

Электронные информационные ресурсы	Вид занятий	Наименование оборудования, программного обеспечения
Блог как коммуникационный инструмент.	Семинары	Pruffme
Основные правила создания контента для социальных сетей	Семинары	Pruffme
Сторителлинг в процессе создания текстового контента.	Семинары	Pruffme
Визуальное оформление контента в социальных сетях	Семинары	Pruffme
Управление арт-блогом в деятельности учреждения культуры.	Семинары	Pruffme

5.2 Учебно-методическое и информационное обеспечение обучения

Основная литература:

1. Викентьев И.Л. Приемы рекламы. – М.: изд-во "Бизнес-пресса".2007 г., 408 стр.
2. Зинсер У. Как хорошо писать. Классическое руководство по написанию нехудожественных текстов. – М.: Изд-во «Альпина Паблишер», 2020 ISBN 978-5-9614-6661-4
3. Ильяхов М. Пиши, сокращай [Текст] : как создавать сильный текст : [12+] / Максим Ильяхов, Людмила Сарычева. - Москва : Альпина Паблишер, 2016. - 439 с. : ил., портр., цв. ил.; 20 см.; ISBN 978-5-9614-5750-6 : 3000 экз.
4. Ильяхов М. Текст по полочкам. Краткое пособие по деловой переписке. – М.: Изд-во «Альпина Паблишер», 2021 ISBN 978-5-9614-7450-3
5. Кононов Н. Автор, ножницы, бумага. Как быстро писать впечатляющие тексты. – М.: Изд-во «Манн, Иванов и Фербер», 2020
6. Масленников Р. Как взорвать медиaprостранство. Искусство PR. – М.: Изд-во АСТ, 2021 ISBN 978-5-17-136711-4
7. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и PR-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 159 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04084-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/492732>
8. Фредерик П. Убедительное письмо. Как использовать силу слова. – М.: Изд-во «Претекст», ISBN 978-5-98995-089-8

5.3 Организация образовательного процесса

Общие требования к организации образовательного процесса по программе повышения квалификации «Креативные инструменты продвижения учреждения культуры в социальных сетях» устанавливаются в соответствии с положением СПбГИКиТ «Об организации и осуществлении образовательной деятельности по дополнительным образовательным программам».

5.4 Кадровое обеспечение образовательного процесса

Реализация программы повышения квалификации обеспечивается руководящими и педагогическими работниками СПбГИКиТ. Так же в качестве преподавателей могут привлекаться руководители и работники организаций, деятельность которых связана с направленностью реализуемой программы

6 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Итоговая аттестация проводится в форме выполнения итоговой работы - презентации разработанного обучающимся контент-плана

Презентация ведения социальной сети учреждения включает в себя следующие разделы (слайды):

1. Название учреждения, наименование страницы учреждения в социальной сети. Количество подписчиков, частота выхода постов, охваты.
2. Задачи, которые ставит перед собой учреждение в процессе коммуникации.
3. Контент-план на 3 недели в формате: дата публикации // рубрика // идея поста // формат. Формат может быть текстовым, графическим, аудио-визуальным, смешанным.
4. Примеры публикуемых постов.

Таблица 1 — Критерии выставления оценок на зачете

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Презентация оформлена в едином стиле, отсутствуют логические и грамматические ошибки. Представлены задачи ведения социальной сети. Контент-план содержит рубрикатор из более чем 3 рубрик. В контент-плане представлены различные форматы публикуемых материалов: текст, карточки, клипы, видео, аудио, гибридные форматы. Представлено не менее 3 примеров публикуемых постов.
не зачтено	Презентация не оформлена в едином стиле, присутствуют логические и грамматические ошибки. Не представлены задачи ведения социальной сети. Отсутствует рубрикатор внутри контент-плана. Не использованы различные форматы материалов. Примеры постов не представлены.

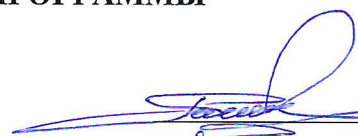
Слушатели, успешно завершившие обучение по программе, должны обладать следующими профессиональными компетенциями в области творческо-производственной деятельности:

Таблица 2. Показатели и критерии оценки итоговой аттестации

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций	Показатели оценки	Критерии оценки
ПК-1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты.	Знание рекламных возможностей социальных медиа и их всесторонне использование при выполнении продвижения блога. Составление текстов для размещения в социальных сетях. Выполнение анализа показателей эффективности отдельных мероприятий и стратегии продвижения в целом. Создание продающих текстов для блога. Создание фото и видеоматериала для контента аккаунта в социальной сети. Оформление аккаунта в соответствии с минимальными необходимыми требованиями. Создание контент-плана.	Выполнено Не выполнено

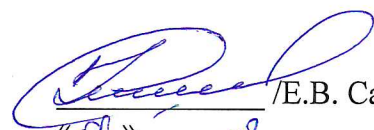
7 СОСТАВИТЕЛИ ПРОГРАММЫ

Специалист по УМР

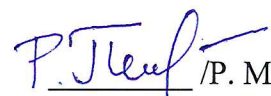
 /Д.К. Рябцева /
«06» 01. 2024 г.

СОГЛАСОВАНО:

Декан факультета дополнительного
образования

 /Е.В. Сазонова/
«06» 02. 2024 г.

Старший преподаватель кафедры
драматургии и киноведения

 /Р. М. Петрушихин/
«06» 02. 2024 г.