**Паспорт Образовательной программы**

**«Event-продюсер (киберспорт)»**

**I. Паспорт Образовательной программы**

|  |  |
| --- | --- |
| **Версия программы** | **1** |
| **Дата Версии** | **01.10.2020** |

1. **Сведения о Провайдере**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1.1 | Провайдер | **Автономная некоммерческая организация дополнительного профессионального образования «Центр многофункциональной психологической подготовки «Маяк-профи** |
| 1.2 | Логотип образовательной организации | в формате jpeg разрешением не менее 100x100 пикселей |
| 1.3 | Провайдер ИНН | 7720448448 |
| 1.4 | Ответственный за программу ФИО | Пирогов Вячеслав Александрович |
| 1.5 | Ответственный должность | Директор |
| 1.6 | Ответственный Телефон | 9057046493 |
| 1.7 | Ответственный Е-mail | Mayak-profi@mail.ru |

1. **Основные Данные**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№** | **Название** | **Описание** |
| 2.1 | Название программы | Event-продюсер (киберспорт) |
| 2.2 | Ссылка на страницу программы | http://events-producer.ru |
| 2.3 | Формат обучения | Онлайн |
| 2.4 | Подтверждение от ОО наличия возможности реализации образовательной программы с применением электронного обучения и (или) дистанционных образовательных технологий с возможностью передачи данных в форме элементов цифрового следа | подтверждаю |
| 2.5 | Уровень сложности | Начальный |
| 2.6 | Количество академических часов | 72 |
| 2.7. | Практикоориентированный характер образовательной программы: не менее 50 % трудоёмкости учебной деятельности отведено практическим занятиям и (или) выполнению практических заданий в режиме самостоятельной работы | 48 часов практико-ориентированных часов, из них:  26 часов самостоятельной работы  22 часов практической работы |
| 2.8 | Стоимость обучения одного обучающегося по образовательной программе, а также предоставление ссылок на 3 (три) аналогичные образовательные программы иных организаций, осуществляющих обучение, для оценки объективности стоимости или обоснование уникальности представленной образовательной программы в случае отсутствия аналогичных образовательных программ на рынке образовательных услуг | Стоимость обучения одного слушателя 20 000 рублей (двадцать тысяч рублей).  Цифровые компетенции в профессиональных стандартах работников отрасли физической культуры и спорта отсутствуют.  Аналогичных программ нет.  Стоимость подготовки современных специалистов в области спорта варьируется от до  72 часа - 22 000 рублей  <http://ido.sportedu.ru/povyshenie-kvalifikatsii/fekhtovanie-aktualnye-problemy-sovershenstvovaniya-trenerskogo-masterstva>  72 часа - 17.500 рублей  <https://mgafk.ru/fpk_obshchaya_informatsiya>  72 часа - от 12 000 до 20 000 рублей (зависит от количества человек в группе)  <http://www.lesgaft.spb.ru/ru/fpk_course/podgotovka-sportivnyh-sudey-glavnoy-sudeyskoy-kollegii-i-sudeyskih-brigad-fizkulturnyh-i> |
| 2.9 | Минимальное количество человек на курсе | 100 |
| 2.10 | Максимальное количество человек на курсе | 999 |
| 2.11 | Данные о количестве слушателей, ранее успешно прошедших обучение по образовательной программе | отсутствуют |
| 2.12 | Формы аттестации | Зачет в форме защиты проекта |
| 2.13 | Указание на область реализации компетенций цифровой экономики, к которой в большей степени относится образовательная программа, в соответствии с Перечнем областей | Цифровой маркетинг и медиа |

1. **Аннотация программы**

Востребованность образовательной программы высокая. Индустрия киберспорта находится в стадии интенсивного развития. Растет количество киберспортивных мероприятий, прежде всего в формате онлайн.

Совершенствуемые компетенции цифровой экономики:

* Коммуникация и кооперация в цифровой среде.
* Креативное мышление.

Совершенствуемые профессиональные компетенции по направлению Цифровой маркетинг и медиа:

* Знает представление о различных структурах рынков и способен проводить анализ конкурентной среды отрасли
* Умеет разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов)
* Владеет навыками разработки новых форматов медиапродукции, производить творческие пилотные проекты

Требования к уровню образования и (или) квалификации обучающегося:

* наличие высшего профессионального или среднего профессионального образования (или программ переподготовки);
* опыт участия в киберспортивных мероприятиях;
* навыки реализации авторского проекта с инструментами цифрового маркетинга.

Уровень подготовленности слушателей – начальный.

Форма обучения: дистанционная

Срок освоения программы – 72 часа.

II.ШАБЛОН ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ (ДПО)

Автономная некоммерческая организация дополнительного профессионального образования «Центр многофункциональной психологической подготовки «Маяк-профи

Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации

**«Event-продюсер (киберспорт)»**

**72 часа**

«УТВЕРЖДАЮ»

ХХХХХХХХХХХ

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ ХХХХХХ

«\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_г.

**1.** **Раздел «Характеристика программы»**

**1.1. Цель реализации программы:** совершенствование профессиональных компетенций продюсеров киберспортивных мероприятий, необходимых для профессиональной деятельности в условиях становления цифровой экономики.

Образовательная программа «Event-продюсер (киберспорт)» разработана в соответствии с:

* Федеральным законом от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
* приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 1 июля 2013 г. № 499 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам»;
* приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 23 августа 2017 г. № 816 «Об утверждении Порядка применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ».
* приказом Министерства экономического развития Российской Федерации от 24 января 2020 года № 41 «Об утверждении методик расчета показателей федерального проекта «Кадры для цифровой экономики» национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации»
* Федеральным государственным стандартам высшего образования
* Уставу и локальных актов организации.

**1.2. Планируемые результаты обучения**

Совершенствуемые компетенции цифровой экономики

**Таблица 1**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№пп** | **Компетенция цифровой экономики** | **Характеристика компетенции** |
| 1 | **Коммуникация и кооперация в цифровой среде.** | Компетенция предполагает способность человека в цифровой среде использовать различные цифровые средства, позволяющие во взаимодействии с другими людьми достигать поставленных целей. |
| 2 | **Креативное мышление.** | Компетенция предполагает способность человека генерировать новые идеи для решения задач цифровой экономики, абстрагироваться от стандартных моделей: перестраивать сложившиеся способы решения задач, выдвигать альтернативные варианты действий с целью выработки новых оптимальных алгоритмов. |

Совершенствуемые профессиональные компетенции по направлению Цифровой маркетинг и медиа

Таблица 2

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Компетенции** | **Направление подготовки**  **Код компетенции** | |
| **Бакалавриат**  **080200.62 «Менеджмент» профиль «Маркетинг»** | **Магистра-тура** |
| **42.01.05 Медиакоммуникации** |
|  |
| 1. | **Знает** представление о различных структурах рынков и способен проводить анализ конкурентной среды отрасли | ПК-30 |  |
| 2. | **Умеет** разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов) | ПК-49 |  |
| 3. | **Владеет** навыками разработки новых форматов медиапродукции, производить творческие пилотные проекты |  | ПК-31 |

**1.3.** **Категория обучающихся:**

Требования к уровню образования и (или) квалификации обучающегося:

* наличие высшего профессионального или среднего профессионального образования (или программ переподготовки);
* опыт участия в киберспортивных мероприятиях;
* навыки реализации авторского проекта с инструментами цифрового маркетинга.

Уровень подготовленности слушателей – начальный.

**1.4. Форма обучения:** дистанционная

**1.5.** **Срок освоения программы** – 72 часа.

**1.6. Режим аудиторных занятий** – 6 часов в день.

**2. Раздел «Содержание программы*»***

**2.1. Учебный (тематический) план**

Таблица 3

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Наименование разделов/модулей и тем** | **Общая трудоем-кость**  **(часы)** | **Аудиторные занятия** | | **Самостоя-тельная**  **работа**  **(очно-заочная**  **форма) (часы)** | **Формы контроля** |
| **Лекции**  **(часы)** | **Практи-ческие**  **занятия** |
| **I.** | **Базовая часть** | **12** | **6** |  | **6** |  |
| **1.1.** | **Киберспорт – спорт цифровой экономики** | **12** | **6** |  | **6** | **Контрольная работа №1 (эссе)** |
| **II.** | **Профильная часть (предметно-методическая)** | **54** | **12** | **22** | **20** |  |
| **2.1.** | **Киберспортивный event как инструмент цифрового маркетинга и медиа** | **12** | **6** |  | **6** | **Контрольная работа №2 (тестирование)** |
| **2.2.** | **Проектная деятельность на основе киберспорта: цифровые технологии организации мероприятий** | **42** | **6** | **22** | **14** |  |
| **Итоговая аттестация** | | **6** |  |  |  | **Защита итогового практико-ориентированного проекта** |
| **Итого:** | | **72** | **18** | **22** | **26** | **6** |

**2.2. Распределение часов (трудоемкость) по темам и видам работ**

Таблица 4

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Название модулей разделов/модулей и тем** | **Общая трудоем-кость (часы)** | **Вебинары** | | **Самосто-ятельная работа (практическая)** | **Формы контроля** |
| **Лекции** | **Практичес-кие занятия (часы)** |
| **I.** | **Базовая часть.** | **12** | **6** |  | **6** |  |
| **1.1.** | **Киберспорт – спорт цифровой экономики** | **12** | **6** |  | **6** | **Контроль-ная работа №1** |
| 1.1.1. | Теория информационного общества, как основа цифровой экономики (методологические, нормативно-правовые и аксиологические аспекты) | 4 | 2 |  | 2 |  |
| 1.1.2. | Прикладное значение киберспорта в цифровой экономике | 8 | 4 |  | 4 | **Эссе** |
| **2.** | **Профильная часть (предметно-методическая)** | **54** | **12** | **22** | **20** | **Контроль-ная работа №2** |
|  | | | | | | |
| 2.1. | **Киберспортивный event как инструмент цифрового маркетинга и медиа** | **12** | **6** | **2** | **6** |  |
| 2.1.1. | Обзор маркетинговых инструментов в индустрии киберспорта | 4 | 4 | **2** |  |  |
| 2.1.2. | Сравнительно-сопоставительный анализ продюсирования киберспортивных проектов | 4 |  |  | 4 |  |
| 2.1.3. | Цифровые медиа в киберспорте | 4 | 2 |  | 2 | Тестирование |
| **2.2.** | **Проектная деятельность на основе киберспорта: цифровые технологии организации мероприятий** | **42** | **6** | **20** | **20** | **Разработка авторского проекта** |
| 2.2.1. | Ключевые компетенции event продюсера в индустрии киберспорта | 8 | 2 | 4 | 2 |  |
| 2.2.2. | Обзор крупных киберспортивных мероприятий | 8 | 2 | 4 | 4 |  |
| 2.2.3. | Оценка продюсирования социальных киберспортивных мероприятий (частные, городские или благотворительные) | 8 | 2 | 4 | 4 |  |
| 2.2.4. | Изучение b2b-событий на основе киберспорта | 6 |  | 4 | 2 |  |
| 2.2.5. | Анализ b2c-мероприятий на основе киберспорта | 6 |  | 4 | 2 |  |
| 2.2.6. | Разработка авторского киберспортивного мероприятия | 6 |  |  | 6 |  |
|  | | | | | | |
| **Итоговая аттестация.** | | **6** |  |  |  | **Защита итогового практико-ориентиро-ванного проекта** |
| **Итого:** | | **72** | **18** | **22** | **26** | **6** |

**2.3. Календарный учебный график**

Таблица 5

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№пп** | **Раздел+ы модулей/темы** | **1 неделя**  **ноября** | **2 неделя**  **ноября** |
| **1.1.** | Киберспорт – спорт цифровой экономики | **+** |  |
| **2.1.** | Киберспортивный event как инструмент цифрового маркетинга и медиа | **+** |  |
| **2.2.** | Проектная деятельность на основе киберспорта: цифровые технологии организации мероприятий | **+** | **+** |
|  | Итоговая аттестация |  | + |

*Возможна реализация по индивидуальному графику (до 3 недель).*

**2.4. Содержание программы**

1. **Базовая часть.**

**Тема 1.1.** **Киберспорт – спорт цифровой экономики**

***1.1.1.*** ***Теория информационного общества как основа цифровой экономики (методологические, нормативно-правовые и аксиологические аспекты)***

***Лекция (2 часа)***

Смена парадигмы формационного подхода на цивилизационный подход. Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации: периоды реализации и перспективы. Основные направления цифровой экономики. Роль и место киберспорта в этих процессах.

***Самостоятельная работа (2 часа)***

Ознакомиться с нормативными документами, обеспечивающими цифровую трансформацию социальных сфер. Основные термины и определения, используемые в веб-аналитике. Провести контент-анализ содержания профессий в киберспорте (анализ рынка вакансий).

***1.1.2. Прикладное значение киберспорта в цифровой экономике***

***Лекция (4 часа)***

Теория постиндустриального информационного общества в контексте перспектив развития киберспорта. Киберспорт как инструмент формирования компетенций цифровой экономики. Этапы развития киберспорта и классификация киберспортивных мероприятий. Роль производителей компьютерных игр в развитии индустрии киберспорта. Профессии в индустрии киберспорта.

***Самостоятельная работа (4 часа)***

Провести контент-анализ основных документов, регламентирующих проведение киберспортивных мероприятий. Изучить отличие каналов интернет-маркетинга от каналов и источников трафика в веб-аналитике. Провести мониторинг киберспортивных мероприятий. Выполнение контрольной работы №1.

**Тема 2.1. Киберспортивный event как инструмент цифрового маркетинга и медиа**

***2.1.1. Обзор маркетинговых инструментов в индустрии киберспорта***

***Лекция (4 часа)***

Основные комплексы маркетинговых инструментов: товарная политика, ценовая, сбытовая, политика продвижения (коммуникация). Основные особенности и отличия всех каналов интернет-маркетинга. Цифровые медиа как основа интернет-маркетинга. Обзор экспертного киберспортивного сообщества в России. Анализ маркетинга разных киберспортивных холдингов. Цифровой маркетинг в любительском киберспорте.

***Практические занятия (2 часа)***

Выступление с докладами по результатам самостоятельной работы. Коллективное обсуждение компетенций сотрудников подразделения интернет-маркетинга организации. Перекрёстный экспресс-опрос.

***2.1.2.*** ***Сравнительно-сопоставительный анализ продюсирования киберспортивных проектов***

***Самостоятельная работа (4 часа)***

Изучить статистические возможности сервисов рассылок. Составить аналитический отчет по анализу конкурентной среды. Составить бриф для разработчиков по установке целей на сайт типа Событие.

***2.1.3. Цифровые медиа в киберспорте***

***Лекция (2 часа)***

Классификация и описание содержания ведущих киберспортивных медиа. Обзор сервисов, необходимых event-продюсеру на каждый день. Проведение сравнительного анализа количественных характеристик стриминговых платформ. Принципиальные отличия лендингов от сайтов. Знакомство с видео обзорами буткемпов ведущих киберспортивных команд.

***Самостоятельная работа (2 часа)***

Выполнение контрольной работы №2.

***Тема 2.2. Проектная деятельность на основе киберспорта: цифровые технологии организации мероприятий***

***2.2.1. Ключевые компетенции event продюсера в индустрии киберспорта***

***Лекция (2 часа)***

Формирование команды и оценка их компетенций. Работа с документами. Основные стадии разработки и реализации проекта. Основы бюджетирования маркетинговой деятельности. Цифровые компетенции как средство оптимизации профессиональной деятельности event-продюсера.

***Практические занятия (4 часов)***

Выступление с докладами по результатам самостоятельной работы. Коллективное обсуждение необходимых ресурсов на каждой стадии разработки и реализации рассматриваемых проектов. Перекрёстный экспресс-опрос.

***Самостоятельная работа (2 часа)***

Сегментировать целевую аудитория для разных задач и продуктов. Обосновывать выбор целевой аудитории. Оценить собственные компетенции интернет-маркетолога по блокам.

***2.2.2. Обзор крупных киберспортивных мероприятий***

***Лекция (2 часа)***

Турниры от производителей (по наиболее массовым компьютерным играм). Коммерческие турниры и лиги от турнирных операторов. Система официальных спортивных соревнований. Стихийные киберспортивные мероприятия.

***Практические занятия (4 часа)***

Этапы запуска контекстно-медийной рекламы. Выступление с докладами по результатам самостоятельной работы. Коллективное обсуждение построение бизнес плана крупных киберспортивных мероприятий. Перекрёстный экспресс-опрос.

***Самостоятельная работа (4 часа)***

Особенности потребления контента в социальных сетях (не менее трех социальных сетей). Составить аналитический отчет по анализу конкурентной среды нескольких организаций.

***2.2.3. Оценка продюсирования социальных киберспортивных мероприятий (частные, городские или благотворительные)***

***Лекция (2 часа)***

Различиесоциальных и коммерческих киберспортивных проектов. Рассмотрение кейсов киберспортивных мероприятий: от частных до благотворительных. Определить модель оплаты привлечения трафика в сети Интернет.

***Практические занятия (4 часа)***

Составить контент-план на 2 недели для сообщества в социальных сетях (не менее трех социальных сетей). Написать ТЗ на создание лендинга для сторонних специалистов для киберспортиваного проекта. Выступление с докладами по результатам самостоятельной работы. Перекрёстный экспресс-опрос.

***Самостоятельная работа (4 часа)***

Составить контент-план на 2 недели для сообщества в социальных сетях (не менее трех социальных сетей). Изучить особенности работы с медийными агентствами: риски, возможности и бюджетирование. Подготовить доклад к практическому занятию.

***2.2.4. Изучение b2b-событий на основе киберспорта***

***Практические занятия (4 часа)***

Выступление с докладами по результатам самостоятельной работы. Коллективное обсуждение финансовых аспектов в маркетинге b2b сегмента. Перекрёстный экспресс-опрос.

***Самостоятельная работа (2 часа)***

Изучить особенности работы с партнёрскими площадками: риски, возможности и бюджетирование. Подготовить доклад к практические занятию.

***2.2.5. Анализ b2c-мероприятий на основе киберспорта***

***Практические занятия (4 часа)***

Выступление с докладами по результатам самостоятельной работы. Коллективное обсуждение финансовых особенностей b2c маркетинга. Перекрёстный экспресс-опрос

***Самостоятельная работа (2 часа***)

Изучить структуру и особенности статистик сообществ в социальных сетях (не менее 3х социальных сетей) по киберспорту. Инструменты b2c маркетинга: Email маркетинг, SMS маркетинг, Web push маркетинг, Чат-боты в мессенджерах и социальных сетях. Примеры киберспортивных решений. Подготовить доклад к практическому занятию.

***2.2.6. Разработка авторского киберспортивного мероприятия***

***Самостоятельная работа (6 часов)***

Разработка авторского киберспортивного проекта. Оформление презентации. Подготовка к защите.

**3.Раздел«Формы аттестации и оценочные материалы»**

3.1. Аттестационные процедуры включают промежуточную и итоговую аттестации:

- *промежуточная аттестация* организуется после изучения всех разделов программы;

- *итоговая аттестация* проводится после изучения всего курса.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Вид**  **аттеста-ции** | **Форма контроля** | **Характеристика оценочных материалов** -  практические задания |
| Контрольная работа  № 1 | Написание эссе (о конкретном киберспортивном проекте) |
| Контрольная работа  № 2 | Тест по теме *«Киберспортивный event как инструмент цифрового маркетинга и медиа*». |
| Итоговая аттестация | Зачет (защита итогового практико-значимого проекта) | Проект. |

Программа построена с учётом квалификации слушателей ДОО. В ходе её реализации осуществляется дифференцированный подход к слушателям с опорой на достигнутый ими профессиональный уровень, который осуществляется посредством практических заданий (знания, умения) и личностно-характерологические особенности (компетенции).

Разработка сценария мероприятия, выполнение презентации позволяет осуществить проверку результатов учебно-познавательной деятельности слушателей.

**3.2.***Эссе* позволяет раскрыться ценностному потенциалу слушателя и проявляет уровень его подготовленности. Оценивается зачтено и не зачтено (по факту наличия). При необходимости преподаватель может рекомендовать слушателю уточнить некоторые детали эссе.

**3.3.**Примеры контрольных заданий по модулям

**Контрольное работа №1**

НАПИСАНИЕ ЭССЕ

(о конкретном киберспортивном проекте)

ЗАДАНИЕ И ПРОЕКТ НАПИСАНИЕ ЭССЕ

(киберспортивное мероприятие выбирается слушателем произвольно, в Программе здесь дается пример написания эссе о Фестивале киберспорта Подмосковья)

Структурные требования к эссе:

Первая часть – актуальность В 5-7 предложениях обоснуйте, почему Вы выбрали для рассмотрения конкретный киберспортивный проект.

Рекомендации: не пишите здесь слишком громких и голословных заявлений. Четко аргументируйте свое мнение о том, почему именно этот киберспортивный проект важен для Вас – кто организатор, какая целевая аудитория и значимость (цели и задачи мероприятий). Можно указать уникальность мероприятия или почему (как Вам кажется) проект актуален в настоящее время. Можно указать источники, где Вы узнали о проекте.

Вторая часть – описание проекте. В 6-8 предложениях опишите содержание проекта.

Рекомендации: желательно представленный текст снабдить количественными показателями и фото, видео материалами. Можно дать техническую характеристику используемой техники. Оценить особенности спортивного судейства. Выскажитесь о количестве участников и об уровне спортивной подготовке киберспортсменов, участников данного мероприятия. Опишите уровень удовлетворённости потребностей зрительской аудитории. Если есть возможность, определите степень удовлетворенности заказчика. Возможно описание медийной привлекательности проекта.

Третья часть –. оценка проекта. В 5-7 предложениях представьте Вашу позицию по отношению к проекту.

Рекомендации: постарайтесь аргументировать оценочную личную позицию. Аргументация должна быть написана понятным языком с использованием понятийного аппарата индустрии киберспорта. Рассуждения вида: "Мне кажется, турнир плохой", "Вчера мы разговаривали об этом с Иван Ивановичем и мне было весело", считаются неприемлемыми и оценка за подобную аргументацию будет существенно снижена.

Четвертая часть - вывод. В 2-4 предложениях подведите итог Вашей работе.

Рекомендации: обоснованная итоговая оценка и обобщённые рекомендации.

Требование к объёму и оформление работ.

Рекомендуется: размер эссе - один лист А4. Текст набирается шрифтом Times New Roman, 14 размера с межстрочным расстоянием 1,5 (полуторный). Выравнивается текст по ширине страницы. Пример эссе «Посещение Фестиваля киберспорта Московской области»

ПРИМЕР ВЫПОЛНЕНИЯ ЭССЕ

ПРИМЕР ВЫПОЛНЕНИЯ ЭССЕ

Тема: EPICENTER: Moscow 2016 Dota 2

Турнир прошел с 9 мая по 15 мая 2016 года в Москве, сперва в Lotte Hotel Moscow (команды играли групповую стадию), а затем – в Крокус Сити Холле (плей-офф).Организатором выступила компания Epic Esports Events. Анонсы быстро разлетелись по главным медиаресурсам нашей дисциплины dota2.ru и cybersport.ru. Также всю актуальную информацию можно было узнать на официальной странице ивента: http://epicenter.gg/ru/event/epicenter-moscow-2016. Для меня это событие стало особенно значимым, потому что впервые за всю историю в месте где я живу (Москва), да что уж там, для всей России, проходит настолько грандиозное событие, которое не только соберет в одном месте лучшие команды мира, а еще даст возможность фанатам объединится, с помощью атмосферы lan турнира. Целями и задачами мероприятия стали популяризация киберспорта в нашей стране, апробация крупного lan турнира, для дальнейшего сотрудничества с издателем игры.

Регистрация и отборочные проводились на платформе

https://www.faceit.com/. Принять участие могли все игроки, со всего мира, но с возрастным ограничением 14+. На Lan финале встретились 10 команд, которые боролись за призовой фонд в 500 000$. Команда организаторов хорошо подошла к наполнению мероприятия и его продвижению в медиа пространстве. Выпустили промо ролик, представления турнира: https://www.youtube.com/watch?v=OTOd5pgnhPo&feature=emb\_logo&ab\_channel=Epicentergg , заключили партнерства с популярными сайтами, которые предоставляли игрокам и посетителям приятные сюрпризы. ( например Dota2Lounge.com – вместе с билетами ,а также при выполнение неких мини-ивентов на площадке соревнования выдавались специальные промокоды, которые можно было обменять на внутриигровые предметы). Для болельщиков проработана специальная линейка билетов (в зависимости от цены, меняется вариация доступных функций http://epicenter.gg/uploads/price\_smalll\_5725181075268.png) от «Support» до «PUUUUUDGE», от браслета Epicenter и памятных бейджев до участия в мини-турнирах и экскурсии с доступом во все зоны. Проводились автограф сессии и традиционное Afterparty для игроков и талантов. На площадке так же работал магазин атрибутики команд и игры https://fragstore.ru/.

В целом мне понравилось данное мероприятие. Следует отметить профессиональный уровень приглашенных организаторов - epic esports event и непосредственно приглашенных гостей (студия аналитики, кастеры разных стран и ведущего, любимца публики V1lat). Площадка мероприятия была хорошо костюмизирована огромными игровыми фигурками героев, приглашены косплееры. Проведена большая работа по созданию эксклюзивной сцены , а также открытие ивента, с финальной фразой о его начале «Welcome to the Epicenter» (аналогия проведена с традиционной фразой создателя корпорации игры Valve Gabe Newell на International «Welcome to the international»). В самом турнире страсти кипели до самого конца: в финальной игре между Team Liquid и NewBee понадобились все 5 карт, чтобы определить чемпиона, коими стали Team Liquid.

Проект можно считать успешным, мониторя инстаграм аккаунты участников и посетителей, все остались довольным как проведениям мероприятия, так и остальной инфраструктурой (отелем, питанием, трансфером), вдобавок кто-то в Москве был впервые, поэтому она помогала очаровывать новых туристов.

Фотоархив можно посмотреть здесь: http://media.epicenter.gg/54/

**Контрольное работа №2**

**Киберспортивный event как инструмент цифрового маркетинга и медиа**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Вопрос | Выбрать правильный ответ | | |
| 1 | 2 | 3 |
| 1 | Первый турнир по видеоиграм «Межгалактическая олимпиада по Spacewar» (Intergalactic spacewar olympics) был проведен в... | 1972 году | 2016 году | 2001 году |
| 2 | Является ли event продюсер экспертом по smm | Да | Нет | Это отдельная трудовая единица |
| 3 | Турнирная экосистема какой игры является закрытой? | Dota 2 | Counter-Strike: Global Offensive | League of Legends |
| 4 | Наиболее популярные стриминговые ресурсы для киберспортивного мероприятия (не мобильные игры) | Twitch | Youtube | Instagram |
| 5 | Какая из популярных игр не является киберспортивной? | Dota 2 | Minecraft | Hearthstone |
| 6 | C чего начинается создания ивента? | Составление ТЗ | Сбор команды | Создание идеи |
| 7 | Какой из этих турниров является коммерческим? | The International 2019 | Worlds 2020 | ESL Pro League Season 12 |
| 8 | Укажите, какая спортизированная игра НЕ ВХОДИТ в список официально признанных дисциплин компьютерного спорта | League of Legends | Counter Strike | Starcraft |
| 9 | Основной критерий оценки события | окупаемость | охват аудитории | эффективность |
| 10 | Как определяется перспективность проекта? | Потенциальная окупаемость | Неугасаемое влечение и ожидание потребителя с остаточным эффектом | Потенциальная эффективность |
| 11 | Как выбрать наиболее подходящее направление проекта | С помощью самостоятельного анализа | С помощью мнения экспертов и внимания сообщества | С помощью публичного пространства |
| 12 | Входит ли общение с заказчиками и клиентами в обязаности event продюсера | Да | Нет | Это отдельная трудовая единица |
| 13 | В чем основная суть продюсирования проекта | Индивидуальность проекта | Копирование успешного проекта | Получения удовольствия от процесса |
| 14 | Негативные качества | Гуманисты | Филантропы | Мезантропы |
| 15 | Страна, которая первой признала киберспорт официальным видом спорта | Россия | Китай | Япония |

*Тестирование* позволяет осуществить проверку результатов деятельности слушателей.

***Ключ к тесту***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Номер вопроса** | **Правильный ответ** | **Правильный ответ** | **Правильный ответ** |
| 1 | 1 | - | - |
| 2 | 1 | - | - |
| 3 | - | - | 3 |
| 4 | 1 | - | - |
| 5 | - | 2 | - |
| 6 | - | - | 3 |
| 7 | - | - | 3 |
| 8 | - | 2 | - |
| 9 | - | 2 | - |
| 10 | - | 2 | - |
| 11 | - | 2 | - |
| 12 | 1 | - | - |
| 13 | 1 | - | - |
| 14 | - | - | 3 |
| 15 | 1 | - | - |

Слушатель, не прошедший контрольное тестирование, считается имеющим задолженность и не допускается к аттестации по курсу.

Тестирование не может быть зачтено, если в нем допущено 50% ошибочных ответов.

**3.4. Критерии и шкала оценивания качества контрольного тестирования**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Оцениваемые параметры контрольной работы** | **Баллы** |
| 1 | На все вопросы даны правильные ответы | 8 |
| 2 | правильные ответы даны не менее, чем на 70% вопросов. | 6-7 |
| 3 | правильные ответы даны не менее, чем на 50% вопросов. | 4-5 |
| 4 | правильные ответы даны не менее, чем на 25% вопросов. | 2-3 |
| 5 | правильные ответы даны не мене, чем на 10% вопросов. | 1 |

**3.5. Итоговая аттестация: выполнение итогового практико-ориентированного проекта.**

Итоговая аттестация осуществляется в процессе представления и последующей защиты итогового практико-ориентированного проекта. Итоговый практико-ориентированный проект рассматривается как обобщение опыта усвоения данного программного модуля слушателями курсов, является логическим завершением курса, систематизирует знаний, практические умения и навыки, способы реализации компетенций цифровой экономики, полученных в ходе практических занятий, выполнения самостоятельных внеаудиторных работ, написания контрольных работ.

**Тематика проекта**

Тему проекта слушатели выбирают самостоятельно в рамках любой из темы прослушанных занятий, при этом они могут внести изменения в формулировку заинтересовавшей их темы с учетом собственных профессиональных интересов. Тематика авторского проекта соотнесена с ключевыми компетенциями цифровой экономики.

*Примерные темы:*

1. Проект на основе одной киберспортивной игры.
2. Проект по комплексному использованию киберспортивных игр
3. Проект по медийному обеспечению киберспортивного мероприятия
4. Проект на основе цифровых медиа как каналов взаимодействия зрителей и киберспортсмена (команды)

Итоговый практико-ориентированный проект представляется в цифровом варианте.

Форма представления итогового практико-ориентированного проекта в виде презентации в формате презентации мультимедийные, видео-, интерактивные презентации.

* 1. **Критерии оценки итогового практико-ориентированного проекта**

Технические требования к форме (выбирает слушатель) и оформлению работы: мультимедийная презентация результатов выполнения работы на 15-18 слайдах или видеоматериал

*Требования к работе:*

* грамотно использовать в своей работе термины и определения интернет-маркетинга
* полнота и глубина раскрытия структурных компонентов проекта;
* обоснованность отбора применимых цифровых технологий;
* бизнес- план;
* практическая значимость и ожидаемый результат;
* реалистичность предлагаемого проекта (возможность внедрения).

Помимо оценки итогового практико-ориентированного проекта, представленной в виде электронного печатного текста и/или видеоматериалов, предусмотрена процедура «защиты».

Защита представляет собой выступление слушателя с кратким сообщением (время определяется регламентом) о сути и результатах своего проекта, с последующими ответами на вопросы экспертов.

Итоговая работа слушателей курсов оценивает по 8-ми балльной системе. Дополнительный балл выставляется за успешную публичную защиту проекта по окончании курсов.

1. **Раздел *«*Организационно-педагогические условия реализации программы*»***

Реализация программы происходит в сети Интернет. Лекции проходят в формате веб наров. Практические результаты самостоятельной работы фиксируются в леченом кабинете слушателя. Практические занятия проводят в интерактивном формате дистанционно. Доминирующий педагогический инструмент – перекрестный экспресс-опрос.

**4.1. Учебно-методическое обеспечение и информационное обеспечение программы**

**Основная литература:**

* Event-маркетинг: Сущность и особенности организации:Практическое пособие / А. Н. Романцов. — 2-е изд. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. — 116 с.

**Дополнительная литература:**

* Алиева Э.Ф., Сарафанова Е.В., Новоселов М.А., Скаржинская Е.Н., Формирование социально-коммуникативных компетенций учащихся посредством киберспорта -- Муниципальное образование: инновации и эксперимент. 2018. № 3. С. 28-31
* Ваторопин А. С., Старцева Н. Н. Российские ивент-менеджеры: формирование профессиональной группы //Социологические исследования. – 2017. – №. 7. – С. 32-42.
* Глабель М.А., Развитие киберспорта как массового спорта в России // В сборнике: Современные спортивные технологии (актуальные вопросы подготовки спортивного резерва) Материалы VI межрегиональной научно-практической конференции. 2018. С. 54-59.
* Горбаченко А.Ф., Скаржинская Е.Н., Профессии будущего: компьютерный спорт как индустрия информационного общества -- В сборнике: Материалы Научно-практической конференции с международным участием "Управление в сфере науки, образования и технологического развития" 2016. С. 115-119.
* Новоселов М.А. Подготовка специалистов по компьютерному спорту РГУФКСМиТ // Тезисы докладов I Всероссийской научно-практической конференции «Компьютерный спорт (киберспорт): проблемы и перспективы» (г. Москва, 25 ноября 2011 г.)- Москва, РГУФКСМиТ, 2012, с. 42-4.
* Суходимцев П.А., Стратегия социального партнерства при подготовке конкурентоспособного специалиста киберспорта // В сборнике: Внедрение конструктивных моделей сотрудничества работодателей и образовательных учреждений в практической подготовке молодых специалистов Материалы Научно-практической конференции. 2018. С. 123-126.

**Программное обеспечение и Интернет-ресурсы:**

* Сайт образовательной программы events-producer.ru

Методическое обеспечение учебного процесса включает также разработки: мультимедийные презентации, методические рекомендации, учебно-методические материалы для практических занятий и др.

**4.2.** **Материально-технические условия реализации программы**

Процесс реализации Программы в сети Интернет обеспечен необходимыми материально-техническими условиями для проведения всех видов учебных занятий, предусмотренных учебным планом: лекционной, практической работы.

* 1. **Кадровое обеспечение программы**

Автор программы эксперт по проведению киберспортивных мероприятий, кандидат педагогических наук, имеет тематические публикации в журналах ВАК. Также к реализации программы привлекаются представители спортивной индустрии, эксперты по цифровым технологиям.

**ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ**

1. **Цель программы**

совершенствование профессиональных компетенций продюсеров киберспортивных мероприятий, необходимых для профессиональной деятельности в условиях становления цифровой экономики.

1. **Планируемые результаты обучения:**
   1. Знание (осведомленность в областях)
      * способов обмена информацией посредством цифровых технологий; программ для обмена информацией; нормативно-правовой базы интернет-коммуникаций;
      * персонализированных онлайн-приложений и социальных онлайн-приложений;
      * облачных технологий;
      * основных цифровых средств для решения прикладных задач межгрупповой и внутригрупповой коммуникации;
      * системы средств и методов организации межгрупповой и внутригрупповой коммуникации;
      * структуры, принципов реализации и функционирования информационных технологий, используемых при создании информационных систем, базовых и прикладных информационных технологий, инструментальных средств информационных технологий, предназначенных для организации межгрупповой и внутригрупповой коммуникации. Работы поисковых систем. Работы социальных сетей.
      * основных видов цифрового контента;
      * способов создания, модификация, интеграция данных;
      * основных средств и методов для организации креативного мышления;
      * системы средств и методов организации мыследеятельности в условиях реализации проекта спортивного маркетинга;
      * видов бизнес-планов;
      * способов создания бизнес планов;
      * видов маркетинговых исследований;
      * сравнительного анализа.
   2. Умение (способность к деятельности)
      * создавать разные виды цифровых материалов;
      * использовать информационные технологии в области спортивного маркетинга;
      * использовать современные средства и методы межгрупповой и внутригрупповой коммуникации;
      * применять информационные технологии при организации маркетинговых исследований в спорте.
      * ориентироваться в инструментальных средствах по созданию электронных материалов;
      * создавать разные виды цифровых материалов;
      * использовать информационные технологии в области киберспортивного маркетинга;
      * проводить анализ конкурентной среды отрасли;
      * применять информационные технологии при организации маркетинговых исследований в киберспорте.
      * использовать современные средства и методы организации индивидуальной и групповой мыследеятельности.
      * создавать разные виды бизнес-планов;
      * использовать информационные технологии в маркетинговых исследованиях;
      * проводить сравнительный анализ;
      * применять информационные технологии при организации маркетинговых исследований в киберспорте.
      * создавать разные форматы медиапродукции;
      * создавать творческие проекты в киберспорте;
      * воспринимать тексты медиа с точки зрения перформативности, семантики и смысла и идентификации возможных манипуляций в различных их формах;
   3. Навык (использование конкретных инструментов)
      * использовать различные цифровые позволяющие взаимодействии другими достигать поставленных целей;
      * использования цифровых технологий для решения прикладных задач;
      * генерировать новые идеи для решения задач цифровой экономики, абстрагироваться от стандартных моделей: перестраивать сложившиеся способы решения задач, выдвигать альтернативные варианты действий с целью выработки новых оптимальных алгоритмов;
      * использования цифровых технологий для индивидуального и группового мышления при решении прикладных задач спортивного маркетинга;
      * использовать различные цифровые материалы, позволяющие взаимодействии другими достигать поставленных целей.
      * разрабатывать бизнес-планы, создавать и развивать новые организации (направления деятельности, продуктов).
      * разрабатывать новые форматы медиапродукции, производить творческие пилотные проекты, способен воспринимать тексты медиа с точки зрения перформативности, семантики и смысла, и идентификации возможных манипуляций в различных их формах (устной и письменной, с использованием аудиовизуальных средств).
2. **Категория слушателей** (возможно заполнение не всех полей)
   1. Образование наличие высшего профессионального или среднего профессионального.
   2. Квалификация не имеет значение (потому что единичные образовательные программы в вузах).
   3. Наличию опыта профессиональной деятельности - опыт участия в киберспортивных мероприятиях.
   4. Предварительное освоение иных дисциплин/курсов /модулей не требуется.
3. **Учебный (тематический) план**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Наименование разделов/модулей и тем** | **Общая трудоем-кость**  **(часы)** | **Аудиторные занятия** | | **Самостоя-тельная**  **работа**  **(очно-заочная**  **форма) (часы)** | **Формы контроля** |
| **Лекции**  **(часы)** | **Практи-ческие**  **занятия** |
| **I.** | **Базовая часть** | **12** | **6** |  | **6** |  |
| **1.1.** | **Киберспорт – спорт цифровой экономики** | **12** | **6** |  | **6** | **Контрольная работа №1 (эссе)** |
| **II.** | **Профильная часть (предметно-методическая)** | **54** | **12** | **22** | **20** |  |
| **2.1.** | **Киберспортивный event как инструмент цифрового маркетинга и медиа** | **12** | **6** |  | **6** | **Контрольная работа №2 (тестирование)** |
| **2.2.** | **Проектная деятельность на основе киберспорта: цифровые технологии организации мероприятий** | **42** | **6** | **22** | **14** |  |
| **Итоговая аттестация** | | **6** |  |  |  | **Защита итогового практико-ориентированного проекта** |
| **Итого:** | | **72** | **18** | **22** | **26** | **6** |

1. **Календарный план-график реализации образовательной программы**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№пп** | **Разделы модулей/темы** | **1 неделя**  **ноября** | **2 неделя**  **ноября** |
| **1.1.** | Киберспорт – спорт цифровой экономики | **+** |  |
| **2.1.** | Киберспортивный event как инструмент цифрового маркетинга и медиа | **+** |  |
| **2.2.** | Проектная деятельность на основе киберспорта: цифровые технологии организации мероприятий | **+** | **+** |
|  | Итоговая аттестация |  | + |

*Возможна реализация по индивидуальному графику (до 3 недель).*

1. **Учебный план**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Название модулей разделов/модулей и тем** | **Общая трудоем-кость (часы)** | **Вебинары** | | **Самосто-ятельная работа (практическая)** | **Формы контроля** |
| **Лекции** | **Практи-ческие занятия (часы)** |
| **I.** | **Базовая часть.** | **12** | **6** |  | **6** |  |
| **1.1.** | **Киберспорт – спорт цифровой экономики** | **12** | **6** |  | **6** | **Контроль-ная работа №1** |
| 1.1.1. | Теория информационного общества, как основа цифровой экономики (методологические, нормативно-правовые и аксиологические аспекты) | 4 | 2 |  | 2 |  |
| 1.1.2. | **Прикладное значение киберспорта в цифровой экономике** | 8 | 4 |  | 4 | **Эссе** |
| **2.** | **Профильная часть (предметно-методическая)** | **54** | **12** | **22** | **20** | **Контроль-ная работа №2** |
|  | | | | | | |
| 2.1. | **Киберспортивный event как инструмент цифрового маркетинга и медиа** | **12** | **6** | **2** | **6** |  |
| 2.1.1. | Обзор маркетинговых инструментов в индустрии киберспорта | 4 | 4 | **2** |  |  |
| 2.1.2. | Сравнительно-сопоставительный анализ продюсирования киберспортивных проектов | 4 |  |  | 4 |  |
| 2.1.3. | Цифровые медиа в киберспорте | 4 | 2 |  | 2 | Тестирование |
| **2.2.** | **Проектная деятельность на основе киберспорта: цифровые технологии организации мероприятий** | **42** | **6** | **20** | **20** | **Разработка авторского проекта** |
| 2.2.1. | **Ключевые компетенции event продюсера в индустрии киберспорта** | 8 | 2 | 4 | 2 |  |
| 2.2.2. | **Обзор крупных киберспортивных мероприятий** | 8 | 2 | 4 | 4 |  |
| 2.2.3. | Оценка продюсирования социальных киберспортивных мероприятий (частные, городские или благотворительные) | 8 | 2 | 4 | 4 |  |
| 2.2.4. | Изучение b2b-событий на основе киберспорта | 6 |  | 4 | 2 |  |
| 2.2.5. | Анализ b2c-мероприятий на основе киберспорта | 6 |  | 4 | 2 |  |
| 2.2.6. | **Разработка авторского киберспортивного мероприятия** | 6 |  |  | 6 |  |
|  | | | | | | |
| **Итоговая аттестация.** | | **6** |  |  |  | **Защита итогового практико-ориентиро-ванного проекта** |
| **Итого:** | | **72** | **18** | **22** | **26** | **6** |

1. **Учебная программа. Описание состава / модулей программы**

I. Базовая часть.

1.1. Киберспорт – спорт цифровой экономики.

1.1.1. Теория информационного общества, как основа цифровой экономики (методологические, нормативно-правовые и аксиологические аспекты).

1.1.2. Прикладное значение киберспорта в цифровой экономике .

2. Профильная часть (предметно-методическая).

2.1. Киберспортивный event как инструмент цифрового маркетинга и медиа.

2.1.1. Обзор маркетинговых инструментов в индустрии киберспорта.

2.1.2. Сравнительно-сопоставительный анализ продюсирования киберспортивных проектов.

2.1.3. Цифровые медиа в киберспорте.

2.2. Проектная деятельность на основе киберспорта: цифровые технологии организации мероприятий.

2.2.1. Ключевые компетенции event продюсера в индустрии киберспорта.

2.2.2. Обзор крупных киберспортивных мероприятий.

2.2.3. Оценка продюсирования социальных киберспортивных мероприятий (частные, городские или благотворительные).

2.2.4. Изучение b2b-событий на основе киберспорта.

2.2.5. Анализ b2c-мероприятий на основе киберспорта.

2.2.6. Разработка авторского киберспортивного мероприятия.

***Описание практико-ориентированных заданий и кейсов***

2. Профильная часть (предметно-методическая)

2.1.2. Сравнительно-сопоставительный анализ продюсирования киберспортивных проектов

Изучение статистических возможностей сервисов рассылок. Составление аналитического отчета по анализу конкурентной среды. Составление брифа для разработчиков по установке целей на сайт типа Событие.

2.2.1. Ключевые компетенции event продюсера в индустрии киберспорта

Сегментирование целевой аудитории для разных задач и продуктов. Обосновывание выбора целевой аудитории. Оценка собственных компетенций интернет-маркетолога по блокам.

2.2.2. Обзор крупных киберспортивных мероприятий

Определение особенностей потребления контента в социальных сетях (не менее трех социальных сетей). Составление аналитического отчета по анализу конкурентной среды нескольких организаций.

2.2.3. Оценка продюсирования социальных киберспортивных мероприятий (частные, городские или благотворительные)

Составление контент-плана на 2 недели для сообщества в социальных сетях (не менее трех социальных сетей). Написание ТЗ на создание лендинга для сторонних специалистов для киберспортиваного проекта. Изучение особенностей работы с медийными агентствами: риски, возможности и бюджетирование.

2.2.5. Анализ b2c-мероприятий на основе киберспорта

Использование инструментов b2c маркетинга: Email маркетинг, SMS маркетинг, Web push маркетинг, Чат-боты в мессенджерах и социальных сетях.

2.2.6. Разработка авторского киберспортивного мероприятия

1. **Оценочные материалы по образовательной программе**
   1. **Вопросы тестирования по модулям**
      1. **Вопросы входного тестирования**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Вопрос | 1 | 2 | 3 |
| 1.Киберспорт - это | организованная по определённым правилам деятельность людей, состоящая в сопоставлении их физических и (или) интеллектуальных способностей, а также подготовка к этой деятельности и межличностные отношения, возникающие в её процессе. | командное или индивидуальное соревнование на основе книг. | командное или индивидуальное соревнование на основе видеоигр. |
| 2. Признан ли киберспорт официальным видом спорта в России? | да | нет | в процессе оформления |
| 3. Какая кибирспортивная дисциплина не является командной? | Dota 2 | CS:GO | Starcraft |
| 4. Есть ли отличия компьютерной игры от киберспортивной? | да | нет | одинаковые |
| 5. Самое популярное киберспортивное мероприятие, которое проходит один раз в год? | Турниры ESL | Major | International |
| 6. Самая популярная киберспортивная игра | Dota 2 | CS:GO | PUBG |
| 7. Event-специалист - это | создает условия для создания кинофильма и реализует его от начала до конечного результата | это специалист, занимающийся исследованием спроса и предложения на потребительском рынке товаров и услуг, эксперт по сбыту продукции компании | Маркетинговый специалист по организации, проведению, планированию ивент-проектов |
| 8. Что входит в обязанности event-продюссера? | Реклама проекта | Создание фильмов | Организация и проведение ивент-проектов |
| Принимали ли Вы участие в создании киберспортивных мероприятиях? | Да | Нет |  |
| Что хотели бы продюсировать? | Команда | Мероприятие | Свой вариант |

* + 1. **Вопросы промежуточного тестирования**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Вопрос | Выбрать правильный ответ | | |
| 1 | 2 | 3 |
| 1 | Первый турнир по видеоиграм «Межгалактическая олимпиада по Spacewar» (Intergalactic spacewar olympics) был проведен в... | 1972 году | 2016 году | 2001 году |
| 2 | Является ли event продюсер экспертом по smm | Да | Нет | Это отдельная трудовая единица |
| 3 | Турнирная экосистема какой игры является закрытой? | Dota 2 | Counter-Strike: Global Offensive | League of Legends |
| 4 | Наиболее популярные стриминговые ресурсы для киберспортивного мероприятия (не мобильные игры) | Twitch | Youtube | Instagram |
| 5 | Какая из популярных игр не является киберспортивной? | Dota 2 | Minecraft | Hearthstone |
| 6 | C чего начинается создания ивента? | Составление ТЗ | Сбор команды | Создание идеи |
| 7 | Какой из этих турниров является коммерческим? | The International 2019 | Worlds 2020 | ESL Pro League Season 12 |
| 8 | Укажите, какая спортизированная игра НЕ ВХОДИТ в список официально признанных дисциплин компьютерного спорта | League of Legends | Counter Strike | Starcraft |
| 9 | Основной критерий оценки события | окупаемость | охват аудитории | эффективность |
| 10 | Как определяется перспективность проекта? | Потенциальная окупаемость | Неугасаемое влечение и ожидание потребителя с остаточным эффектом | Потенциальная эффективность |
| 11 | Как выбрать наиболее подходящее направление проекта | С помощью самостоятельного анализа | С помощью мнения экспертов и внимания сообщества | С помощью публичного пространства |
| 12 | Входит ли общение с заказчиками и клиентами в обязанности event продюсера | Да | Нет | Это отдельная трудовая единица |
| 13 | В чем основная суть продюсирования проекта | Индивидуальность проекта | Копирование успешного проекта | Получения удовольствия от процесса |
| 14 | Негативные качества | Гуманисты | Филантропы | Мезантропы |
| 15 | Страна, которая первой признала киберспорт официальным видом спорта | Россия | Китай | Япония |

* + 1. **Вопросы итогового тестирования:**

Выполнение итогового практико-ориентированного проекта.

Итоговая аттестация осуществляется в процессе представления и последующей защиты итогового практико-ориентированного проекта. Итоговый практико-ориентированный проект рассматривается как обобщение опыта усвоения данного программного модуля слушателями курсов, является логическим завершением курса, систематизирует знаний, практические умения и навыки, способы реализации компетенций цифровой экономики, полученных в ходе практических занятий, выполнения самостоятельных внеаудиторных работ, написания контрольных работ.

* 1. **Описание показателей и критериев оценивания, шкалы оценивания**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Оцениваемые параметры контрольной работы** | **Баллы** |
| 1 | На все вопросы даны правильные ответы | 8 |
| 2 | правильные ответы даны не менее, чем на 70% вопросов. | 6-7 |
| 3 | правильные ответы даны не менее, чем на 50% вопросов. | 4-5 |
| 4 | правильные ответы даны не менее, чем на 25% вопросов. | 2-3 |
| 5 | правильные ответы даны не мене, чем на 10% вопросов. | 1 |

* 1. **Примеры контрольных заданий по модулям или всей образовательной программе**

ПРИМЕР ВЫПОЛНЕНИЯ ЭССЕ

Тема: EPICENTER: Moscow 2016 Dota 2

Турнир прошел с 9 мая по 15 мая 2016 года в Москве, сперва в Lotte Hotel Moscow (команды играли групповую стадию), а затем – в Крокус Сити Холле (плей-офф).Организатором выступила компания Epic Esports Events. Анонсы быстро разлетелись по главным медиаресурсам нашей дисциплины dota2.ru и cybersport.ru. Также всю актуальную информацию можно было узнать на официальной странице ивента: http://epicenter.gg/ru/event/epicenter-moscow-2016. Для меня это событие стало особенно значимым, потому что впервые за всю историю в месте где я живу (Москва), да что уж там, для всей России, проходит настолько грандиозное событие, которое не только соберет в одном месте лучшие команды мира, а еще даст возможность фанатам объединится, с помощью атмосферы lan турнира. Целями и задачами мероприятия стали популяризация киберспорта в нашей стране, апробация крупного lan турнира, для дальнейшего сотрудничества с издателем игры.

Регистрация и отборочные проводились на платформе

https://www.faceit.com/. Принять участие могли все игроки, со всего мира, но с возрастным ограничением 14+. На Lan финале встретились 10 команд, которые боролись за призовой фонд в 500 000$. Команда организаторов хорошо подошла к наполнению мероприятия и его продвижению в медиа пространстве. Выпустили промо ролик, представления турнира: https://www.youtube.com/watch?v=OTOd5pgnhPo&feature=emb\_logo&ab\_channel=Epicentergg , заключили партнерства с популярными сайтами, которые предоставляли игрокам и посетителям приятные сюрпризы. ( например Dota2Lounge.com – вместе с билетами ,а также при выполнение неких мини-ивентов на площадке соревнования выдавались специальные промокоды, которые можно было обменять на внутриигровые предметы). Для болельщиков проработана специальная линейка билетов (в зависимости от цены, меняется вариация доступных функций http://epicenter.gg/uploads/price\_smalll\_5725181075268.png) от «Support» до «PUUUUUDGE», от браслета Epicenter и памятных бейджев до участия в мини-турнирах и экскурсии с доступом во все зоны. Проводились автограф сессии и традиционное Afterparty для игроков и талантов. На площадке так же работал магазин атрибутики команд и игры https://fragstore.ru/.

В целом мне понравилось данное мероприятие. Следует отметить профессиональный уровень приглашенных организаторов - epic esports event и непосредственно приглашенных гостей (студия аналитики, кастеры разных стран и ведущего, любимца публики V1lat). Площадка мероприятия была хорошо костюмизирована огромными игровыми фигурками героев, приглашены косплееры. Проведена большая работа по созданию эксклюзивной сцены , а также открытие ивента, с финальной фразой о его начале «Welcome to the Epicenter» (аналогия проведена с традиционной фразой создателя корпорации игры Valve Gabe Newell на International «Welcome to the international»). В самом турнире страсти кипели до самого конца: в финальной игре между Team Liquid и NewBee понадобились все 5 карт, чтобы определить чемпиона, коими стали Team Liquid.

Проект можно считать успешным, мониторя инстаграм аккаунты участников и посетителей, все остались довольным как проведениям мероприятия, так и остальной инфраструктурой (отелем, питанием, трансфером), вдобавок кто-то в Москве был впервые, поэтому она помогала очаровывать новых туристов.

Фотоархив можно посмотреть здесь: <http://media.epicenter.gg/54/>

* 1. **Описание процедуры оценивания результатов обучения**

Технические требования к форме (выбирает слушатель) и оформлению работы: мультимедийная презентация результатов выполнения работы на 15-18 слайдах или видеоматериал

Требования к работе:

* грамотно использовать в своей работе термины и определения интернет-маркетинга
* полнота и глубина раскрытия структурных компонентов проекта;
* обоснованность отбора применимых цифровых технологий;
* бизнес- план;
* практическая значимость и ожидаемый результат;
* реалистичность предлагаемого проекта (возможность внедрения).

Помимо оценки итогового практико-ориентированного проекта, представленной в виде электронного печатного текста и/или видеоматериалов, предусмотрена процедура «защиты».

Защита представляет собой выступление слушателя с кратким сообщением (время определяется регламентом) о сути и результатах своего проекта, с последующими ответами на вопросы экспертов.

Итоговая работа слушателей курсов оценивает по 8-ми балльной системе. Дополнительный балл выставляется за успешную публичную защиту проекта по окончании курсов.

1. **Организационно-педагогические условия (применяемые при реализации программы)**
   1. *Кадровое обеспечение (данные о преподавателях)*
      1. Скаржинская Елена Николаевна;
      2. Доцент кафедры Теории и методики спортивной тренировки, восстановительной и спортивной медицины ВНИИФК
   2. *Учебно- методическое обеспечение и информационное сопровождение*

Сайт образовательной программы events-producer.ru. Методическое обеспечение учебного процесса включает также разработки: мультимедийные презентации, методические рекомендации, учебно-методические материалы для практических занятий и др.

*Основная литература:*

* Event-маркетинг: Сущность и особенности организации: Практическое пособие / А. Н. Романцов. — 2-е изд. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. — 116 с.

*Дополнительная литература:*

* Алиева Э.Ф., Сарафанова Е.В., Новоселов М.А., Скаржинская Е.Н., Формирование социально-коммуникативных компетенций учащихся посредством киберспорта -- Муниципальное образование: инновации и эксперимент. 2018. № 3. С. 28-31
* Ваторопин А. С., Старцева Н. Н. Российские ивент-менеджеры: формирование профессиональной группы //Социологические исследования. – 2017. – №. 7. – С. 32-42.
* Глабель М.А., Развитие киберспорта как массового спорта в России // В сборнике: Современные спортивные технологии (актуальные вопросы подготовки спортивного резерва) Материалы VI межрегиональной научно-практической конференции. 2018. С. 54-59.
* Горбаченко А.Ф., Скаржинская Е.Н., Профессии будущего: компьютерный спорт как индустрия информационного общества -- В сборнике: Материалы Научно-практической конференции с международным участием "Управление в сфере науки, образования и технологического развития" 2016. С. 115-119.
* Новоселов М.А. Подготовка специалистов по компьютерному спорту РГУФКСМиТ // Тезисы докладов I Всероссийской научно-практической конференции «Компьютерный спорт (киберспорт): проблемы и перспективы» (г. Москва, 25 ноября 2011 г.)- Москва, РГУФКСМиТ, 2012, с. 42-4.
* Суходимцев П.А., Стратегия социального партнерства при подготовке конкурентоспособного специалиста киберспорта // В сборнике: Внедрение конструктивных моделей сотрудничества работодателей и образовательных учреждений в практической подготовке молодых специалистов Материалы Научно-практической конференции. 2018. С. 123-126.

*Учебно-методические материалы*

* Новоселов М.А. Подготовка специалистов по компьютерному спорту РГУФКСМиТ // Тезисы докладов I Всероссийской научно-практической конференции «Компьютерный спорт (киберспорт): проблемы и перспективы» (г. Москва, 25 ноября 2011 г.) - Москва, РГУФКСМиТ, 2012, с. 42-4.
  1. *Материально-техническое обеспечение*

Процесс реализации Программы в сети Интернет обеспечен необходимыми материально-техническими условиями для проведения всех видов учебных занятий, предусмотренных учебным планом: лекционной, практической работы.

**III. ПАСПОРТ КОМПЕТЕНЦИИ**

«Event-продюсер (киберспорт)»

Автономная некоммерческая организация дополнительного профессионального образования «Центр многофункциональной психологической подготовки «Маяк-профи

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1 | Коммуникация и кооперация в цифровой среде | Способен использовать различные цифровые средства, позволяющие во взаимодействии с другими людьми в цифровой среде достигать поставленных целей |
| 2 | Указание типа компетенции | универсальная |
| 3 | Определение, содержание и основные сущностные характеристики компетенции | Под компетенцией понимается способность нахождения путей использования различных цифровых средств для решения прикладных задач, требующих организации межгруппового и внутригруппового взаимодействия.  *Слушатель должен:*  ***знать:***   * понятийный аппарат; * способы обмена информацией посредством цифровых технологий; программы для обмена информацией; нормативно-правовую базу интернет-коммуникаций; * персонализированные онлайн-приложения и социальные онлайн-приложения; * облачные технологии; * основные цифровые средства для решения прикладных задач межгрупповой и внутригрупповой коммуникации; * систему средств и методов организации межгрупповой и внутригрупповой коммуникации; * структуру состав и свойства маркетинговых исследований в спорте, модели представления проектных решений в области цифрового спортивного маркетинга; * структуру, принципы реализации и функционирования информационных технологий, используемых при создании информационных систем, базовые и прикладные информационные технологии, инструментальные средства информационных технологий, предназначенных для организации межгрупповой и внутригрупповой коммуникации. Работу поисковых систем. Работу социальных сетей.   ***уметь:***   * создавать разные виды цифровых материалов; * использовать информационные технологии в области спортивного маркетинга; * использовать современные средства и методы межгрупповой и внутригрупповой коммуникации; * применять информационные технологии при организации маркетинговых исследований в спорте.   ***владеть:***   * способностью использовать различные цифровые позволяющие взаимодействии другими достигать поставленных целей; * навыками использования цифровых технологий для решения прикладных задач; * моделями и средствами проектирования в области спортивного маркетинга; * методами и средствами представления данных и знаний о предметной области, методами и средствами анализа информационных систем, технологиями реализации, внедрения проекта спортивного маркетинга, методологией использования информационных технологий при создании проекта спортивного маркетинга. |
| 4 | Дескриптор знаний, умений и навыков по | Индикаторы |
| Начальный уровень | **Знает:** понятийный аппарат; способы обмена информацией посредством цифровых технологий; программы для обмена информацией; нормативно-правовую базу интернет-коммуникаций; персонализированные онлайн-приложения и социальные онлайн-приложения; облачные технологии.  **Умеет:** создавать разные виды цифровых материалов.  **Владеет:** способностью использовать различные цифровые позволяющие взаимодействии другими достигать поставленных целей. |
|  | Базовый уровень | **Знает**: область применения современных цифровых средств, применяемых при решении основных задач спортивного маркетинга. Возможности анализа сайта с точки зрения их видимости для поисковых систем и поисковой оптимизации. **Умеет**: использовать современные цифровые средства при решении большинства прикладных задач спортивного маркетинга. Провести анализ тестовой рассылки, включая выводы и рекомендации. Определять частоту запросов с помощью сервиса анализа показов рекламных объявлений. **Владеет**: навыками использования цифровых средств для обеспечения межгруппового взаимодействия. |
|  | Продвинутый | **Знает**: область применения, структуру и принципы реализации современных цифровых средств, применяемых при решении основных задач спортивного маркетинга. Отличие каналов интернет-маркетинга от каналов и источников трафика в веб-аналитике. Основные метрики для оценки эффективности сайта с точки зрения интернет-маркетинга **Умеет**: детализировать решение задач, использовать современные цифровые средства при решении прикладных задач спортивного маркетинга, а также отдельных их этапов.  **Владеет**: методологией применения современных цифровых средств при проведении анализа и решения прикладных задач спортивного маркетинга |
| 5 | Характеристика взаимосвязи данной компетенции с другими компетенциями/ необходимость владения другими компетенциями для формирования данной компетенции | Компетенции цифровой грамотности, креативное мышление |
| 6 | Средства и технологии оценки | Тесты, эссе |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1 | Креативное мышление | Способен генерировать новые идеи для решения задач цифровой экономики, абстрагироваться от стандартных моделей: перестраивать сложившиеся способы решения задач, выдвигать альтернативные варианты действий с целью выработки новых оптимальных алгоритмов. |
| 2  5 | Указание типа компетенции | универсальная |
| 3 | Определение, содержание и основные сущностные характеристики компетенции | Под компетенцией понимается способность нахождения новых путей для решения задач, абстрагироваться от стандартных моделей индустриального общества: перестраивать стандартные способы решения задач согласно имеющимся цифровым технологиям, выдвигать альтернативные варианты действий с целью выработки новых оптимальных алгоритмов проекта.  *Слушатель должен:*  ***знать:***   * основные виды цифрового контента; * способы создания, модификация, интеграция данных; * основные средства и методы для организации креативного мышления; * систему средств и методов организации мыследеятельности в условиях реализации проекта спортивного маркетинга; * структуру состав и свойства современных решений при организации маркетинговых исследований в спорте, модели организации мыследеятельности в проектных решениях в области цифрового спортивного маркетинга; * структуру, принципы реализации и функционирования информационных технологий, используемых при организации индивидуальной и групповой мыследеятельности, базовые и прикладные информационные технологии, инструментальные средства информационных технологий, предназначенных для организации индивидуальной и групповой мыследеятельности.   ***уметь:***   * ориентироваться в инструментальных средствах по созданию электронных материалов; * использовать современные средства и методы организации индивидуальной и групповой мыследеятельности.   ***владеть:***   * способностью генерировать новые идеи для решения задач цифровой экономики, абстрагироваться от стандартных моделей: перестраивать сложившиеся способы решения задач, выдвигать альтернативные варианты действий с целью выработки новых оптимальных алгоритмов; * навыками использования цифровых технологий для индивидуального и группового мышления при решении прикладных задач спортивного маркетинга; * моделями и средствами индивидуального и группового мышления при разработке и реализации различных проектов. |
| 4 | Дескриптор знаний, умений и навыков по | Индикаторы |
| Начальный уровень | ***Знает*** основные виды цифрового контента; способы создания, модификация, интеграция данных; назначение и основные функции современных цифровых технологий, применяемых при организации индивидуального и группового мышления для решения основных задач спортивного маркетинга. Основные ошибки, допускаемые в контекстно-медийной рекламе и как их избежать.  ***Умеет*** ориентироваться в инструментальных средствах по созданию электронных материалов, использовать современные средства цифровых средств при решении типовых прикладных задач организации индивидуального и группового мышления для решения основных задач спортивного маркетинга.  ***Владеет*** способностью генерировать новые идеи для решения задач цифровой экономики, навыками использования цифровых средств для обеспечения организации индивидуального и группового мышления для решения основных задач спортивного маркетинга |
|  | Базовый уровень | **Знает**: область применения современных средств и методов индивидуального и группового мышления, применяемых при решении основных задач спортивного маркетинга. Правила написания постов в социальных сетях, включая вирусные форматы и механики. Структуру продающего письма для рассылки. **Умеет**: использовать современные цифровые средства при решении большинства прикладных задач индивидуального и группового мышления по созданию уникального контента в области спортивного маркетинга. Составить контент-план на 2 недели для сообщества в социальных сетях. Написать пост для трех социальных сетей контент-плану. Продвинуть пост в трех социальных сетях, показать все возможности для продвижения поста. Определять наиболее выгодный для организации канал интернет-маркетинга, используя данные веб-аналитики и расчёты по количеству и стоимости посетителей по каждому источнику трафика. **Владеет**: навыками использования цифровых средств для обеспечения нахождения оптимальных алгоритмов и методического совершенствования спортивного маркетинга. |
|  | Продвинутый | **Знает**: область применения, структуру и принципы реализации современных средств организации мыследеятельности, применяемых при решении нестандартных и инновационных задач спортивного маркетинга. KPI (ключевые показатели эффективности) каждого канала интернет-маркетинга.  **Умеет**: детализировать решение задач, использовать современные средства организации мыследеятельности при решении прикладных задач спортивного маркетинга, а также отдельных их этапов. Создать и запустить рекламную кампанию на сайт в трех социальных сетях, состоящую минимум из 2-х групп объявлений, отличающихся аудиторией и более, чем 3-х объявлений внутри группы, отличающихся креативом.  **Владеет**: методологией применения современных средств организации мыследеятельности при проведении анализа и решения прикладных задач спортивного маркетинга |
| 5 | Характеристика взаимосвязи данной компетенции с другими компетенциями/ необходимость владения другими компетенциями для формирования данной компетенции | Компетенции цифровой грамотности, креативного мышления |
| 6 | Средства и технологии оценки | Тесты, эссе |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1 | Знает представление о различных структурах рынков и способен проводить анализ конкурентной среды отрасли | Способен проводить анализ конкурентной среды |
| 2 | Указание типа компетенции | профессиональная |
| 3 | Определение, содержание и основные сущностные характеристики компетенции | Под компетенцией понимается способность нахождения путей использования различных цифровых средств для решения прикладных задач, требующих организации межгруппового и внутригруппового взаимодействия.  *Слушатель должен:*  ***знать:***   * понятийный аппарат; * потенциального потребителя и его ценностей и анализ этой информации; * конкурентов, их слабых и сильных сторон и анализ этой информации.   ***уметь:***   * создавать разные виды цифровых материалов; * использовать информационные технологии в области киберспортивного маркетинга; * проводить анализ конкурентной среды отрасли; * применять информационные технологии при организации маркетинговых исследований в киберспорте.   ***владеть:***   * способностью использовать различные цифровые материалы, позволяющие взаимодействии другими достигать поставленных целей. |
| 4 | Дескриптор знаний, умений и навыков по | Индикаторы |
| Начальный уровень | **Знает:** понятийный аппарат; способы анализа конкурентной среды.  **Умеет:** определять потенциального потребителя, конкурентов.  **Владеет:** способностью использовать различные цифровые материалы для анализа. |
|  | Базовый уровень | **Знает**: область применения анализа конкурентной среды, необходимой для развития в цифровой среде, возможности анализа конкурентной среды. **Умеет** определять потенциального потребителя, его ценности анализировать эту информацию.  **Владеет**: навыками анализа потенциальных потребителей и его ценностей. |
|  | Продвинутый | **Знает**: область применения, структуру и принципы анализа конкурентной среды в цифровой экономике.  **Умеет**: детализировать решение задач, использовать современные цифровые средства при решении задач анализа конкурентной; определять потенциального потребителя, его ценности анализировать эту информацию, конкурентов и их слабых, сильных и анализировать эту информацию  **Владеет**: методологией применения анализа конкурентной среды в условиях цифровой экономики. |
| 5 | Характеристика взаимосвязи данной компетенции с другими компетенциями/ необходимость владения другими компетенциями для формирования данной компетенции | Компетенции цифровой грамотности, анализ данных |
| 6 | Средства и технологии оценки | Тесты, эссе |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1 | Умеет разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов); использовать в практической деятельности организаций информацию, полученную в результате маркетинговых исследований и сравнительного анализа лучших практик в менеджменте | Способен разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов); использовать в практической деятельности организаций информацию, полученную в результате маркетинговых исследований и сравнительного анализа лучших практик в менеджменте. |
| 2 | Указание типа компетенции | профессиональная |
| 3 | Определение, содержание и основные сущностные характеристики компетенции | Под компетенцией понимается способность разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов); использовать в практической деятельности организаций информацию, полученную в результате маркетинговых исследований и сравнительного анализа лучших практик в менеджменте.  *Слушатель должен:*  ***знать:***   * понятийный аппарат; * виды бизнес-планов; * способы создания бизнес планов; * виды маркетинговых исследований; * сравнительный анализ. * структуру состав и свойства маркетинговых исследований в киберспорте, модели представления проектных решений в области цифрового киберспортивного маркетинга;   ***уметь:***   * создавать разные виды бизнес-планов; * использовать информационные технологии в маркетинговых исследованиях; * проводить сравнительный анализ; * применять информационные технологии при организации маркетинговых исследований в киберспорте.   ***владеть:***   * способностью разрабатывать бизнес-планы, создавать и развивать новые организации (направления деятельности, продуктов). |
| 4 | Дескриптор знаний, умений и навыков по | Индикаторы |
| Начальный уровень | **Знает:** понятийный аппарат; способы проведения маркетинговых исследований.  **Умеет:** проводить сравнительный анализ.  **Владеет:** способностью использовать различные цифровые материалы для сравнительного анализа. |
|  | Базовый уровень | **Знает**: область применения бизнес-планов, виды и их возможности.  **Умеет** проводить сравнительный анализ и проводить маркетинговые исследования, необходимые для создания бизнес-планов.  **Владеет**: навыками сравнительного анализа и проведения маркетинговых исследований. |
|  | Продвинутый | **Знает**: область применения, структуру и принципы бизнес-планов в цифровой экономике, особенности маркетинговых исследований.  **Умеет**: использовать современные цифровые средства при проведении маркетинговых исследований; анализировать, полученную в ходе исследований информацию, создавать бизнес-планы.  **Владеет**: методологией создания бизнес-планов и проведения маркетинговых исследований. |
| 5 | Характеристика взаимосвязи данной компетенции с другими компетенциями/ необходимость владения другими компетенциями для формирования данной компетенции | Компетенции цифровой грамотности, сравнительного анализа, проведения маркетинговых исследований |
| 6 | Средства и технологии оценки | Тесты, эссе |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1 | Владеет навыками разработки новых форматов медиапродукции, производить творческие пилотные проекты, способен воспринимать тексты медиа с точки зрения перформативности, семантики и смысла и идентификации возможных манипуляций в различных их формах (устной и письменной, с использованием аудиовизуальных средств) | Способен разрабатывать новые форматы медиапродукции, производить творческие пилотные проекты, способен воспринимать тексты медиа с точки зрения перформативности, семантики и смысла и идентификации возможных манипуляций в различных их формах (устной и письменной, с использованием аудиовизуальных средств). |
| 2 | Указание типа компетенции | профессиональная |
| 3 | Определение, содержание и основные сущностные характеристики компетенции | Под компетенцией понимается способность разрабатывать новые форматы медиапродукции, производить творческие пилотные проекты, способен воспринимать тексты медиа с точки зрения перформативности, семантики и смысла и идентификации возможных манипуляций в различных их формах (устной и письменной, с использованием аудиовизуальных средств).  *Слушатель должен:*  ***знать:***   * понятийный аппарат; * новые форматы медиапродукции; * медиа в цифровой среде.   ***уметь:***   * создавать разные форматы медиапродукции; * создавать творческие проекты в киберспорте; * воспринимать тексты медиа с точки зрения перформативности, семантики и смысла и идентификации возможных манипуляций в различных их формах;   ***владеть:***   * способностью разрабатывать новые форматы медиапродукции, производить творческие пилотные проекты, способен воспринимать тексты медиа с точки зрения перформативности, семантики и смысла и идентификации возможных манипуляций в различных их формах (устной и письменной, с использованием аудиовизуальных средств). |
| 4 | Дескриптор знаний, умений и навыков по | Индикаторы |
| Начальный уровень | **Знает:** понятийный аппарат; форматы медиапродукции.  **Умеет:** воспринимать тексты медиа с точки зрения перформативности, семантики и смысла.  **Владеет:** способностью использовать различные цифровые материалы восприятия текстов медиа с различных точек зрения. |
|  | Базовый уровень | **Знает**: область медиапродукции, виды и ее возможности.  **Умеет** создавать разные форматы медиапродукции.  **Владеет**: навыками создания новых форматов медиапродукции. |
|  | Продвинутый | **Знает**: область применения, структуру и принципы медиапродукции, значение медиа в цифровой экономике.  **Умеет**: создавать разные форматы медиапродукции; создавать творческие проекты в киберспорте;  **Владеет**: методологией создания новых форматов медиапродукции, творческих проектов в киберспорте. |
| 5 | Характеристика взаимосвязи данной компетенции с другими компетенциями/ необходимость владения другими компетенциями для формирования данной компетенции | Компетенции цифровой грамотности, креативного мышления, создания новых форматов медиапродукции |
| 6 | Средства и технологии оценки | Тесты, эссе |

**IV. Иная информация о качестве и востребованности образовательной программы** (результаты профессионально-общественной аккредитации образовательной программы, включение в системы рейтингования, призовые места по результатам проведения конкурсов образовательных программ и др.) отсутствует

**V. Рекомендаций к программе от работодателей** (сканы в прикрепленных документах (2 рекомендации))

Рекомендация 1: МОО «Федерация электронного спорта»

Рекомендация 2: РОО «Федерация компьютерного спорта города Москвы»

**VI. Указание на возможные сценарии профессиональной траектории граждан** по итогам освоения образовательной программы (в соответствии с приложением)

|  |  |
| --- | --- |
| **Цели получения персонального цифрового сертификата** | |
| ***текущий статус*** | ***цель*** |
| ***Развитие компетенций в текущей сфере занятости*** | |
| работающий по найму в организации, на предприятии | развитие профессиональных качеств |
| работающий по найму в организации, на предприятии | сохранение и развитие квалификации |
| ***Переход в новую сферу занятости*** | |
| освоение смежных профессиональных областей | повышение уровня дохода, расширение профессиональной деятельности |

**VII. Дополнительная информация**

Цифровые компетенции в профессиональных стандартах работников отрасли физической культуры и спорта отсутствуют

В настоящий момент программа является уникальной. Данная тема впервые представлена на рынке образовательных услуг. Контент программы вызывает у слушателей высокий интерес и востребованность.

**VIII. Приложенные Скан-копии**

Утвержденной образовательной программы (подпись, печать, в формате pdf) как части общего документа

Рекомендательные письма о программе от работодателей — 2 штуки.