

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Баскакова Наталья Ивановна  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 10.07.2023 14:30:49  
Уникальный программный ключ:  
9dc4f904b97d8bf18fd5ed4040135cc3d02568ad

Бюджетное образовательное учреждение высшего образования Чувашской Республики  
«Чувашский государственный институт культуры и искусств» Министерства культуры,  
по делам национальностей и архивного дела Чувашской Республики



УТВЕРЖДАЮ  
И.о. декана факультета культуры  
БОУ ВО «ЧГИКИ»  
Министерства культуры Чувашии  
Илларионова Л.В.  
«03» апреля 2023 г.

**Фонд  
оценочных средств  
по учебной дисциплине**

Б1.О.06.02

**Менеджмент и маркетинг музейной деятельности**  
Б1.О.06 Организационно-управленческий модуль

Направление подготовки  
**51.03.04 Музеология и охрана объектов культурного и природного наследия**

Направленность (профиль)  
**Культурный туризм и экскурсионная деятельность**

Уровень образования  
**Высшее образование – бакалавриат**

Квалификация  
**Бакалавр**

Форма обучения  
**Очная**

Чебоксары  
2023 г.

## 1. Перечень компетенций, с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Компетенция и индикаторы ее достижения в дисциплине	Образовательные результаты (этапы формирования компетенции)		
	теоретический <i>знает</i>	модельный <i>умеет</i>	практический <i>владеет</i>
<p>Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности (УК-9)</p> <p>ИУК-9.1 Владеет теоретико-методологическими основами экономических знаний для принятия решений в различных сферах жизнедеятельности.</p> <p>ИУК-9.2 Обосновывает принимаемые экономические решения в различных областях жизнедеятельности с учетом сложившейся ситуации.</p> <p>ИУК-9.3 Обладает навыками принятия экономических и финансовых решений на основе анализа производственных показателей.</p>	<p>экономические термины; категории экономических ресурсов; виды затрат; показатели финансовых результатов экономической деятельности; показатели эффективности использования экономических ресурсов;</p>	<p>планировать экономические ресурсы; рассчитывать издержки для обоснования экономических решений; рассчитывать показатели результативности принимаемых экономических решений;</p>	<p>навыками анализа результатов экономических расчетов; навыками формулировки соответствующих выводов; навыками принятия обоснованных экономических и финансовых решений.</p>
<p>Способен соблюдать требования профессиональных стандартов и нормы профессиональной этики (ОПК-3)</p> <p>ИОПК-3.1. Обеспечивает регламентацию профессиональной деятельности, требований профессиональных стандартов в музейной сфере, определяет нормы профессиональной этики работников музейной сферы</p> <p>ИОПК-3.2. На основе требований</p>	<p>нормы и правила межличностного взаимодействия; гражданский и деловой этикет; номенклатуру и назначение документов, регламентирующих профессиональную деятельность; информационную природу и психологические механизмы формирования имиджа; структуру корпоративного и личного имиджа в музейной сфере.</p>	<p>адекватно оценивать результаты своей профессиональной деятельности на основе требований профессиональных стандартов и норм профессиональной этики.</p>	<p>навыками применения профессиональных стандартов и норм профессиональной этики; навыками самооценки, критического анализа особенностей своего профессионального поведения.</p>

<p>профессиональных стандартов и норм профессиональной этики оценивает результаты своей профессиональной деятельности. ИОПК-3.3. Обеспечивает применение профессиональных стандартов, навыков самооценки, физического анализа особенностей своего профессионального поведения.</p>			
<p>Способен владеть основами менеджмента в музейной деятельности (ПКО-1)  ИПКО-1.1. Демонстрирует знания основных положений новейших исследований по проблемам менеджмента в музейной деятельности. ИПКО-1.2. Организует научно-исследовательскую и научно-практическую работу в сфере культуры (в сфере музейного дела). ИПКО-1.3. Организует работу по внедрению новых научных и технических достижений в музейную практику проектирование различных программ по развитию конкретной музейной деятельности.</p>	<p>основные понятия менеджмента и маркетинга; основные положения новейших исследований по проблемам менеджмента в музейной деятельности; методы построения, расчета и анализа экономических и управленческих моделей в музейной деятельности; основы разработки и реализации музейных проектов и услуг; основы руководства деятельностью структурных подразделений в музее; особенности формирования и реализации кадровой политики в музее.</p>	<p>организовать деятельность структурных подразделений, осуществляющих различные виды работ и проектов в музее; разрабатывать концепции и стратегии развития музея, оценивать планы, проекты с учетом нормативно-правовых, ресурсных, административных и иных ограничений; применять инновационные подходы в музейной деятельности; планировать работу музея по основным направлениям деятельности; выявлять проблемы экономического характера в музейной деятельности; анализировать потребности музейных посетителей и обосновывать полученные выводы.</p>	<p>методологией управленческого, маркетингового и экономического исследования в сфере музейной деятельности; методиками расчета и анализа показателей музейных проектов и услуг; управленческими навыками организации музейной деятельности; навыками контроля над деятельностью структурных подразделений и работников, осуществляющих различные виды работ в музее.</p>

## 2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

№ п/п	Разделы (темы) дисциплины	Средства оценивания, используемые для текущего оценивания показателя формирования компетенции	Показатели формирования компетенции (образовательные результаты)		
			УК-9		
			<i>знает</i>	<i>умеет</i>	<i>владеет</i>

1	Музей как организация	ОС-1 Работа на практическом занятии	+		
		ОС-2 Выступление с презентацией	+		
		ОС-3 Контрольная работа	+	+	+
2	Музейный менеджмент	ОС-1 Работа на практическом занятии	+		
		ОС-2 Выступление с презентацией	+		
		ОС-3 Контрольная работа	+	+	+
3	Планирование деятельности и управление музеем	ОС-1 Работа на практическом занятии	+	+	+
		ОС-2 Выступление с презентацией	+		
		ОС-3 Контрольная работа	+	+	+
4	Музейный маркетинг	ОС-1 Работа на практическом занятии	+	+	+
		ОС-2 Выступление с презентацией	+	+	+
		ОС-3 Контрольная работа	+	+	+
5	Маркетинговое развитие музеев	ОС-1 Работа на практическом занятии	+	+	+
		ОС-2 Выступление с презентацией	+	+	+
		ОС-3 Контрольная работа	+	+	+
6	Управление маркетингом	ОС-1 Работа на практическом занятии	+	+	+
		ОС-2 Выступление с презентацией	+	+	+
		ОС-3 Контрольная работа	+	+	+
			ОПК-3		
			<i>знает</i>	<i>умеет</i>	<i>владеет</i>
7	Музей как организация	ОС-1 Работа на практическом занятии	+		+
		ОС-2 Выступление с презентацией	+		+
		ОС-3 Контрольная работа	+	+	+
8	Музейный менеджмент	ОС-1 Работа на практическом занятии	+		+
		ОС-2 Выступление с презентацией	+		+
		ОС-3 Контрольная работа	+	+	+
9	Планирование деятельности и управление музеем	ОС-1 Работа на практическом занятии	+		+
		ОС-2 Выступление с презентацией	+		+
		ОС-3 Контрольная работа	+	+	+
10	Музейный маркетинг	ОС-1 Работа на практическом занятии	+	+	+
		ОС-2 Выступление с презентацией	+		+
		ОС-3	+	+	+

		Контрольная работа			
11	Маркетинговое развитие музеев	ОС-1 Работа на практическом занятии	+	+	+
		ОС-2 Выступление с презентацией	+		+
		ОС-3 Контрольная работа	+	+	+
12	Управление маркетингом	ОС-1 Работа на практическом занятии	+	+	+
		ОС-2 Выступление с презентацией	+		+
		ОС-3 Контрольная работа	+	+	+
			ПКО-1		
			<i>знает</i>	<i>умеет</i>	<i>владеет</i>
13	Музей как организация	ОС-1 Работа на практическом занятии	+	+	+
		ОС-2 Выступление с презентацией	+	+	
		ОС-3 Контрольная работа	+	+	+
14	Музейный менеджмент	ОС-1 Работа на практическом занятии	+	+	+
		ОС-2 Выступление с презентацией	+	+	
		ОС-3 Контрольная работа	+	+	+
15	Планирование деятельности и управление музеем	ОС-1 Работа на практическом занятии	+	+	+
		ОС-2 Выступление с презентацией	+	+	
		ОС-3 Контрольная работа	+	+	+
16	Музейный маркетинг	ОС-1 Работа на практическом занятии	+	+	+
		ОС-2 Выступление с презентацией	+	+	
		ОС-3 Контрольная работа	+	+	+
17	Маркетинговое развитие музеев	ОС-1 Работа на практическом занятии	+	+	+
		ОС-2 Выступление с презентацией	+	+	
		ОС-3 Контрольная работа	+	+	+
18	Управление маркетингом	ОС-1 Работа на практическом занятии	+	+	+
		ОС-2 Выступление с презентацией	+	+	
		ОС-3 Контрольная работа	+	+	+
19	Промежуточная аттестация	ОС-4 Экзамен			

### 3. Формы текущего контроля и критерии оценивания

#### 3.1. Работа на практическом занятии

Оценочное средство «Работа на практическом занятии» предполагает оценивание приобретенных студентами теоретических знаний по вопросам изучения дисциплины «Менеджмент и маркетинг музейной деятельности» и их осмысления с точки зрения задач, стоящих перед областью музейного менеджмента и маркетинга на современном этапе.

Вопросы предлагаются на практическом занятии по изучаемой теме и/или темам, изученным ранее. На теоретический опрос отводится 15-20 минут практического занятия. Ответы на вопросы осуществляются студентами устно, индивидуально и/или коллегиально. Они направлены на более глубокое понимание и освоение теоретических и практических вопросов музейного менеджмента и маркетинга, на формирование способности применять теоретические основы и методологию маркетинговых исследований в конкретной ситуации. Готовность к опросу осуществляется на основе повторения изученного материала по основным и дополнительным источникам, как рекомендованным, так и самостоятельно подобранным.

Изучение теоретических основ по вопросам дисциплины дополняется выступлениями студентов с докладами и презентациями по темам курса, способствующих развитию навыков научно-исследовательской работы.

На практическом занятии осуществляется поурочный опрос по темам курса.

*Вопросы для собеседования:*

### **Раздел I. Музей как организация.**

**Тема 1.** *Основные понятия и проблематика курса Менеджмент и маркетинг в музейной деятельности.*

1. Объект, предмет и задачи курса.
2. Специфика музейной деятельности на современном этапе (зарубежный и отечественный опыт).
3. Новые направления музейной деятельности: музейный менеджмент и музейный (социальный) маркетинг.

**Тема 2.** *Музей как организация.*

1. Организация: определение понятия. Виды организаций.
2. Музей как организация сложного типа.
3. Характеристика ресурсной базы музея (нормативный ресурс, фондовый, материально-технический, финансовый, кадровый, технология, информация).
4. Музей и внешняя среда: диалектика отношений.
5. Горизонтальное и вертикальное разделение труда в музейной организации.
6. Структура и организационные модели музейной организации: казенное, бюджетное, автономное учреждение культуры.

**Тема 3.** *Структура современной музейной организации.*

1. Музей в условиях глобализации и экономической либерализации: характеристика изменений во внешней среде (экономических, технологических, политических, социокультурных).
2. Понятие миссии. Взаимосвязь и различия в понимании миссии и социальных функций музея.
3. Современное понимание общественной миссии музея. Способы определения миссии в практике деятельности российских музеев.
4. Музей как ресурс развития региона и генератор социального капитала.
5. Разновидности музеев по их принадлежности (государственные и ведомственные музеи: особенности управления)
6. Развитие государственной музейной сети России.
7. Некоммерческие (благотворительные организации).
8. Персонал музея: основы организации. Организация персонала в соответствии с функциями музея.
9. Модели организации музейного персонала.
10. Директор современного музея.
11. Управленческий профессионализм и рынок. Должностные обязанности и квалификация сотрудников музея.

## **Раздел II. Музейный менеджмент.**

**Тема 4.** *История формирования менеджмента как особой сферы деятельности и научной дисциплины.*

1. Понятие менеджмента.
2. Цели и задачи музейного менеджмента.
3. Организационная структура музея. Модели организации.
4. Менеджмент персонала.
5. Модели управления музейным учреждением: обоснование выбора.
6. Выбор модели принятия управленческих решений (разбор ситуационных примеров).

**Тема 5.** *Современный музейный менеджмент: особенности и методы.*

1. Основные понятия и истоки возникновения современного менеджмента.
2. Предпосылки формирования, сущность и значение менеджмента и маркетинга в социально-культурной сфере.
3. Утверждение нового взгляда на роль музея в развитии территории и локального сообщества, значение новых управленческих технологий для реализации социальной миссии музея.
4. Методы стратегического управления музеем.
5. Сущность стратегического планирования. Р. Майлз о планировании в деятельности музея.
6. Динамика и противоречивость развития музейной организации: от музейного учреждения – к музейной фирме.

## **Раздел III. Планирование деятельности и управление музеем.**

**Тема 6.** *Планирование деятельности музея.*

1. Планирование как основной инструмент менеджмента. Разработка перспективного плана развития музея (участники и стадии планирования).
2. Финансовое планирование. Мониторинг развития, оценка результатов и корректировка планов.
3. Структура аналитических методик.
4. Разбор ситуационных примеров.

**Тема 7.** *Управление различными структурными элементами музея.*

1. Руководитель в системе управления.
2. Модель современного менеджера. Десять управленческих ролей менеджера.
3. Руководители, специалисты, технические исполнители.
4. Эвристический, административный, операторный труд в управлении музейной организацией.
5. Основные уровни управления в музее.
6. Управление фондами музея. Роль хранителя.
7. Политика формирования коллекций: основные составляющие.
8. Необходимые параметры музейных помещений.
9. Повседневная эксплуатация. Безопасность музея.
10. Музей как коммерческая недвижимость: опыт зарубежных учреждений.
11. Управление финансами музея.

**Тема 8.** *Мотивация персонала и психологические основы управления.*

1. Развитие теории мотивации в теории менеджмента.
2. Теория А. Маслоу и её интерпретация в сфере музейного дела.
3. Формы и методы мотивации персонала.
4. Классификация основных методов управления (регламентирующие и стимулирующие). Определение и виды стиля руководства.
5. Концепция и элементы организационной культуры.
6. Имидж организации и менеджера.

7. Понятие коллектива. Роль человека и группы в коллективе с точки зрения различных теорий управления.

8. Малая социальная группа как компонент коллектива. Основные типы формальных групп. Характеристики неформальных организаций: социальный контроль, сопротивление переменам, неформальные лидеры.

9. Управление неформальной организацией. Факторы, влияющие на эффективность работы групп. Методы повышения эффективности групп.

10. Учет специфики коллектива музейной организации (половозрастной, образовательной, по типу мотивации, темперамента и пр.) в организации деятельности.

11. Природа стресса, причины стресса (организационные и личностные факторы). Методы снижения уровня стресса.

#### **Раздел IV. Музейный маркетинг.**

##### **Тема 9. Музейный маркетинг в системе социального маркетинга.**

1. Понятие и цели маркетинга. Определение маркетинга в терминах обмена в общественной сфере.

2. Различия между подходом, ориентированным на товар (услугу) и маркетинговым подходом (ориентированным на потребителя).

3. Принципы и методы музейного маркетинга.

4. Основания классификации и виды маркетинга.

5. Определение, условия применения и стратегии конверсионного маркетинга, примеры его применения в практике деятельности музеев России.

6. Определение, условия применения и стратегии стимулирующего маркетинга, примеры его применения в практике деятельности музеев России.

7. Определение, условия применения и стратегии развивающего и поддерживающего маркетинга, примеры применения данных видов в практике деятельности музеев России.

8. Определение, условия применения и стратегии ремаркетинга, примеры его применения в практике деятельности музеев России.

9. Определение, условия применения и стратегии синхромаркетинга, примеры его применения в практике деятельности музеев России.

##### **Тема 10. Музейный маркетинг: особенности и технологии.**

1. Маркетинг в музейной деятельности: понятие, содержание и особенности. Функции маркетинга.

2. Основные предложения музея.

3. Маркетинг и реклама.

4. Маркетинговые исследования.

5. Маркетинг и коммуникативная политика современного музея. Направления коммуникации.

6. Работа со СМИ. Информационные материалы.

7. Современный музей как индустрия развлечений.

8. Музейный посетитель: исследование и особенности.

#### **Раздел V. Маркетинговое развитие музеев.**

**Тема 11. Комплекс музейного маркетинга: музейные услуги, маркетинговые коммуникации.**

1. Специфические особенности музейных услуг как товара – «4 Не».

2. Характеристика жизненного цикла товара и основных этапов процесса создания нового товара применительно к музейным услугам.

3. Классификация фактически существующего продукта музейной деятельности (предоставляемого РФ, органам местного самоуправления, населению).



4. Характеристика основного, вспомогательного и сопутствующего продуктов музея.
5. Маркетинговые коммуникации: определение и основные виды. Значение маркетинговых коммуникаций для создания положительного имиджа музея.
6. Основные цели, объекты и технологии «паблик рилейшнз» в музее.
7. Значение и технология медиапланирования.
8. Организация деятельности обществ «Друзей музея» и формирование международных связей.
9. Развитие социального партнерства в деятельности музеев России.

**Тема 12. Информационные технологии и PR-деятельность в современном музейном менеджменте.**

1. Особенности паблик рилейшнз в музее. Значение PR-деятельности для формирования имиджа музея. Основные направления PR. Основные средства PR.
2. Музей и средства массовой информации. Концепция работы с прессой.
3. Совместные проекты музеев и СМИ.
4. Продвижение музея через представительство в сети Интернет.
5. Музей в информационном пространстве: отечественный и зарубежный опыт.
6. Типовая структура отечественного музейного сайта. Направления развития музейного сайта.
7. Электронная коммерция в музее.

**Тема 13. Фандрайзинг.**

1. Источники финансирования музеев на современном этапе (государственные, общественные, частные, корпоративные и комбинированные), их формы и доля в общем объеме финансирования.
2. Фандрайзинговая политика музея. Элементы фандрайзингового предложения музея.
3. Грантовая поддержка. Фонды грантовой поддержки музеев. Особенности и правила составления гранта.
4. История развития музейного бизнес-спонсорства: отечественный и зарубежный опыт.
5. Организация кампаний по привлечению средств.
6. Финансовое планирование деятельности музея: основные принципы.

## **Раздел VI. Управление маркетингом.**

**Тема 14. Управление маркетингом.**

1. Основные направления управления маркетингом (сбор маркетинговой информации; построение организационной структуры управления; реализация комплекса маркетинга; контроль в области маркетинга).
2. Понятие стратегии и программы маркетинга.
3. Типы маркетинговой информации и источники ее получения.
4. Методы сбора информации: качественные количественные.
5. Сегментация музейного рынка (демографическая, географическая, психографическая, поведенческая).
6. Определение стратегии охвата рынка и ассортимента эффективных услуг.
7. Современные проблемы маркетингового развития музеев России.

**Тема 15. Коммерческая деятельность музеев.**

1. Общая характеристика форм коммерческой деятельности музея.
2. Оценка эффективности коммерческой деятельности музея.
3. Музейный магазин: основные элементы и опыт организации.
4. Основные виды товара. Подача и демонстрация товара. Ценообразование. Охрана. Реклама музейного магазина.
5. Сувенирная продукция музея.

6. Музейное кафе. Интернет-кафе в музее.

### **Критерии оценивания:**

Количество баллов на данное оценочное средство при трудоемкости 3 зачетные единицы составляет максимально 150 баллов.

Количество баллов за занятие на данное оценочное средство при трудоемкости 3 зачетные единицы составляет максимально 10 баллов.

Баллы /Зач. единицы	Критерии оценивания степени сформированности компетенций
«отлично» 10 баллов	- выставляется, если студент имеет глубокие знания учебного материала по теме практической работы, показывает усвоение взаимосвязи основных понятий, используемых в работе, смог ответить на все уточняющие и дополнительные вопросы. Студент демонстрирует знания и владение теоретическим и практическим материалом по теме практического занятия.
«хорошо» 8-9 баллов	- выставляется, если студент показал знание учебного материала, усвоил основную литературу, смог ответить почти полно на все заданные дополнительные и уточняющие вопросы. Студент демонстрирует знания теоретического и практического материала по теме практического занятия, допуская незначительные неточности при ответе на вопросы и в выполнении практических заданий.
«удовлетворительно» 6-7 баллов	- выставляется, если студент в целом освоил материал практического занятия, ответил не на все уточняющие и дополнительные вопросы. Студент затрудняется с правильной оценкой предложенной задачи, даёт неполный ответ, требующий наводящих вопросов преподавателя, выбор алгоритма решения задачи возможен при наводящих вопросах преподавателя.
«неудовлетворительно» 5 и менее баллов	- выставляется студенту, если он имеет существенные пробелы в знаниях основного учебного материала практического занятия, который полностью не раскрыл содержание вопросов, не смог ответить на уточняющие и дополнительные вопросы. Студент не демонстрирует практических навыков по теме занятия.

### **3.2. Выступление с презентацией**

В процессе самостоятельной подготовки к выступлению студент готовит доклад и презентацию. Тематика докладов отражает содержание разделов и тем дисциплины.

Целью выступления с докладом является обобщение и систематизация знаний студента в области музейного менеджмента и маркетинга, формирование навыков самостоятельно приобретать новые знания, работать с информационными ресурсами и извлекать нужную информацию.

Доклад – продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-исследовательской или научной темы. Тематика для подготовки сообщений выдается к каждому последующему занятию, студент готовится к практическому занятию, осуществляя выбор того или иного вопроса из содержания тем дисциплины. Студент может осуществлять подготовку к практическому занятию самостоятельно или в микрогруппе. Подготовка осуществляется во внеаудиторное время. При подготовке студентом изучаются разнообразные источники (литература, видеофильмы, научно-популярные программы и пр.), на основе которых составляется текст доклада и презентация к выступлению.

Примерные темы докладов:

1. Музей как организация и учреждение культуры.
2. Основные формы музейной организации: казенное, бюджетное, автономное, частное учреждение культуры.
3. Музей как организация сложного типа. Структура ресурсов музейной организации, характеристика зависимости от внешней среды, горизонтального и вертикального разделения труда.

4. Нормативный ресурс музейной организации. Система документации: учредительные документы, локальные акты, организационно-распорядительные документы.

5. Понятие миссии организации и способы ее определения. Взаимосвязь и различия в понимании миссии и социальных функций музея.

6. Управленческий труд в музее. Роли менеджера, уровни управления, виды интеллектуального труда руководителя.

7. Развитие теории мотивации в теории менеджмента. Теория А. Маслоу и её интерпретация в сфере музейного дела.

8. Формы и методы мотивации персонала.

9. Организационная (корпоративная) культура как фактор мотивации персонала.

10. Сущность и значение маркетинга в социально-культурной сфере. Понятие, принципы и методы музейного маркетинга.

11. Виды маркетинга.

12. Музей и рынок: поиск конкурентных преимуществ.

13. Музейная услуга как «товар»: специфика и классификация.

14. Комплекс музейного маркетинга. Особенности ценообразования и распространения музейной услуги.

15. Маркетинговые коммуникации как элемент комплекса маркетинга: общая характеристика.

16. Особенности и технологии публичных рилейшинз и стратегия социального партнерства в музейной деятельности.

17. Музейная реклама: особенности, виды, технологии. Стратегия сувенирного предложения.

18. Управление маркетингом в музее. Маркетинговые исследования. Сегментация музейного рынка и типы маркетинговых стратегий.

19. Домузейные собрания древних цивилизаций (Египет, Ассирия, Вавилон).

20. Собрания произведений искусства (картины, скульптура, художественная керамика, декоративно-прикладное искусство) в Древней Греции.

21. Храмы как прообразы художественных музеев.

22. Мусейон. Античные домузейные собрания и публика.

23. Коллекции Медичи во Флоренции.

24. Коллекции пап в Риме.

25. Мюнхенский «Антикварий», собрание Габсбургов, Валуа, других правящих династий Европы.

26. Оружейная палата в Москве.

27. Художественные коллекции А. Ришелье, Д. Мазарини, Карла I, Филиппа IV, Максимилиана II Эммануэля, Фридриха Августа II, Рудольфа II Габсбурга.

28. Эрмитаж как новый тип музея, основанный на закупках произведений искусства.

29. Развитие научных основ в деятельности природоведческих коллекций и музеев.

30. Роль научных обществ и университетов в создании музеев.

31. Первые русские музеи при учебных заведениях XVIII в.

32. Основные социально-экономические и культурные факторы развития музеев в первой половине XIX в.

33. Влияние Великой французской революции на понимание смысла музейной деятельности.

34. Основные тенденции развития музейного дела в XX в. - начале XXI в.

35. Международное музейное бюро Лиги наций и международные конвенции.

36. Влияние научно-технического прогресса и увеличения свободного времени у населения на рост числа музеев.

37. Роль ЮНЕСКО в охране культурного наследия и в культурном сотрудничестве.

38. Деятельность советских музеев в годы Великой Отечественной войны и послевоенное время.
39. Расширение и структура музейной сети в 70-80-е гг. XX в.
40. Деидеологизация советских музеев в начале 90-х гг. XX в.
41. Национальные музеи стран Западной Европы.
42. Гуманитарные музеи мира, России.
43. Естественнонаучные музеи мира, России.
44. Переоценка сущностных ориентиров музейной работы в начале XXI века.
45. Роль музея в социально-культурной деятельности города.

#### Требования к выступлению с докладом:

- широта представленных информационных источников в раскрытии темы;
- наличие плана доклада (согласованного с преподавателем) с перечнем рассматриваемых вопросов, отражающих структуру и последовательность материала;
- свободное, убедительное и аргументированное изложение материала, не сводящееся к простому чтению текста;
- умение отвечать на возникающие вопросы аудитории и готовность к дискуссии.

#### Структура мультимедийной презентации:

- титульный лист;
- содержание (изложение учебного материала) в виде текстовой, графической информации, аудио и видеоматериалов;
- система самоконтроля и самопроверки;
- словарь терминов;
- использованные источники с краткой аннотацией.

#### Требования к мультимедийной презентации:

- объем – не менее 15 слайдов;
- шрифт текста - не менее 16 пт.;
- текст должен занимать не более 1/4 всего объема презентации;
- презентация должна иметь музыкальное сопровождение.

На подготовку дается одна-две недели в зависимости от объема рассматриваемого вопроса. Регламент выступления – 8-10 мин. В оценивании результатов преподавателем принимают участие студенты группы.

### Критерии оценивания

Количество баллов на данное оценочное средство при трудоемкости 3 зачетные единицы составляет максимально 26 баллов.

Баллы /Зач. единицы	Критерии оценивания степени сформированности компетенций
«отлично» 24-26 баллов	- выставляется, если студент в выступлении с докладом демонстрирует глубокие знания по заявленной теме, аргументированно излагает материал и владеет специальной терминологией в полном объеме, дает правильные и полные ответы на все вопросы, выполняет все требования к мультимедийной презентации.
«хорошо» 19-23 баллов	- выставляется, если студент в выступлении с докладом демонстрирует достаточные знания по заявленной теме, но не вполне аргументированно излагает материал; в целом владеет специальной терминологией, дает правильные, но недостаточно полные ответы на вопросы, требования к мультимедийной презентации выполняет.
«удовлетворительно» 14-18 баллов	- выставляется, если студент в выступлении с докладом демонстрирует неполные знания по заявленной теме, не вполне аргументированно излагает материал; слабо владеет специальной терминологией в полном объеме, дает не всегда правильные и недостаточно полные ответы на все вопросы, требования к мультимедийной презентации выполняет не полностью.

«неудовлетворительно» 13 и менее баллов	- выставляется студенту, если студент в выступлении с докладом демонстрирует слабые знания по заявленной теме, неубедительно излагает материал; не владеет специальной терминологией в полном объеме, дает в основном неправильные ответы на вопросы, требования к мультимедийной презентации не соблюдает.
--	---

### 3.3. Контрольная работа

Выполнение студентами контрольных работ проводится с целью оценивания приобретенных умений и навыков каждого студента индивидуально. Работы проводятся по темам, имеющим практическую профессиональную направленность. Выполнение работ осуществляется письменно. Предусмотрено 2 работы:

в 7 семестре:

Задания для контрольных работ (на выбор):

Задание 1. Произвести анализ музейного менеджмента в деятельности конкретного музея города (по выбору студента)

Задание 2. Разработать концепцию модернизации музейного менеджмента для конкретного музея города (по выбору студента).

Задание 3. Разработать проект активизации маркетинговой (коммуникативной) политики современного музея для конкретного музея города (по выбору студента).

Задание 4. На основе мониторинга музейных сайтов выявить примеры музеев – автономные учреждения культуры и музеев – частных учреждений культуры. В тех и других выявить форму собственности (государственная, муниципальная, частная), источники финансирования, стоимость входного билета.

Задание 5. На основе изучения Единых правил организации формирования, учета, сохранения и использования музейных предметов и музейных коллекций, находящихся в музеях Российской Федерации (утв. приказом Минкультуры РФ), а также проектов профессиональных стандартов разработать перечень трудовых функций для следующих участников музейно-выставочной проектной группы: куратор-менеджер проекта, координатор выставочной деятельности, хранитель фондов (выставочной коллекции), художник выставки, маркетолог, музейный педагог.

В 8 семестре:

Задание. Создание творческого проекта "Разработка принципов управления и продвижения выставочного проекта".

Выбор темы проекта – свободный по предварительному согласованию. В ходе работы над проектом должны быть озвучены следующие аспекты:

1. Общая характеристика выставочного проекта.
2. Выбор модели управления выставочным проектом.
3. SWOT-анализ выставочного проекта.
4. Выбор потенциальных партнеров выставочного проекта.
5. Создание сувенирной продукции выставочного проекта.
6. Разработка маркетинговой стратегии выставочного проекта.

### Критерии оценивания

Количество баллов на данное оценочное средство при трудоемкости 3 зачетные единицы составляет максимально 36 баллов.

Баллы /Зач. единицы	Критерии оценивания степени сформированности компетенций
«отлично» 33-36 баллов	- выставляется, если студент выполнил работу полностью, уложился во времени, без ошибок; - работа содержит исчерпывающую развернутую информацию по заданной теме.
«хорошо» 26-32 баллов	- выставляется, если студент выполнил всю работу, но с допущенными случайными неточностями в ответах, замеченными и исправленными самим студентом;

	- работа содержит неполную информацию по отдельным разделам, при этом смысл содержащейся информации не искажен.
«удовлетворительно» 19-25 баллов	- выставляется, если студент не уложился во времени или выполнил работу не в полном объеме и/или с ошибками; - работа содержит поверхностную и неполную информацию по заданной теме.
«неудовлетворительно» 18 и менее баллов	- выставляется студенту, если студент не сдал работу вовремя, выполнил частично, есть ошибки, связанные со слабой теоретической подготовкой по теме; - работа содержит недостоверную и неполную информацию по заданной теме.

#### **4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы**

##### **4.1. Вопросы к промежуточной аттестации (экзамену)**

###### **7 семестр:**

1. Музей как форма жизни культуры.
2. Понятие, сущность и функции музея.
3. Музей как социокультурный институт: функции, типология, современные концепции.
4. Музейная коммуникация и ее основные модели.
5. Типология музеев.
6. Основные тенденции развития музейного дела в начале XXI в.
7. Музеи современного искусства.
8. Сущностные ориентиры музейной работы в начале XXI века.
9. Роль музейных систем в структуре больших европейских городов: традиция и современность.
10. Партнерство культуры и экономики как важнейший элемент развития современного музейного дела.
11. Правовые основы управления музейными собраниями.
12. Менеджмент: общие понятия; компоненты системы управления; фигура менеджера.
13. Методы управления.
14. Управленческие функции.
15. Цели и задачи музейного менеджмента. Роль управления в музее.
16. Организационная структура музея. Модели организации.
17. Менеджмент персонала. Система мотивации персонала музея.
18. Должностные обязанности и квалификация сотрудников музея.
19. Корпоративная культура и бренд-интегрированный менеджмент в музейной деятельности.
20. Планирование деятельности музея: разработка перспективного плана (участники и стадии планирования).
21. Планирование деятельности музея: формулировка миссии музея.
22. Планирование деятельности музея: PEST-анализ.
23. Планирование деятельности музея: SWOT-анализ.
24. Планирование деятельности музея: определение целей и задач; финансовое планирование
25. Планирование деятельности музея: мониторинг развития.
26. Учет, отчетность и контроль деятельности музея.

###### **8 семестр:**

1. Основные типы и источники финансирования музеев.

2. Общая характеристика форм коммерческой деятельности музея.
3. Этапы развития музейного бизнес-спонсорства.
4. Фандрейзинг.
5. Музейный маркетинг в системе социального маркетинга.
6. Концепция "fourPs" (четыре П).
7. Музейные аудитории и сегменты рынка.
8. Маркетинговые стратегии.
9. Маркетинговые исследования: виды и методика.
10. Планирование и проведение маркетинговой кампании.
11. Музей в информационном пространстве: отечественный и зарубежный опыт.
12. Продвижение музея через представительство в сети Интернет.
13. Типовая структура отечественного музейного сайта.
14. Направления развития музейного сайта.
15. Новые музейные технологии. Новые подходы к экспозиции.
16. Музей и средства массовой информации. Задачи музеев в работе со СМИ.
17. Значение PR-деятельности для формирования имиджа музея.
18. PR-деятельность в музее: общие понятия; требования к персоналу PR-службы.
19. PR-деятельность в музее: планирование PR-компании;
20. PR-деятельность в музее: методы распространения устной информации.
21. PR-деятельность в музее: методы распространения информации визуально и через предмет.
22. PR-деятельность в музее: методы распространения информации в Интернете.
23. PR-деятельность в музее: методы распространения информации в СМИ.
24. Современные технологии продвижения культурных услуг в деятельности музеев.

### **Критерии оценивания степени сформированности компетенций на экзамене при использовании балльно-рейтинговой системы**

Оценка/Баллы	Критерии оценивания степени сформированности компетенций
«отлично» 58-64 баллов	<ul style="list-style-type: none"> <li>- показывает глубокие, исчерпывающие знания в объеме пройденной программы;</li> <li>- уверенно действует по применению полученных знаний на практике, демонстрируя умения и навыки, определенные программой;</li> <li>- грамотно и логически стройно излагает материал при ответе, умеет формулировать выводы из изложенного теоретического материала, знает дополнительно рекомендованную литературу;</li> <li>- способен действовать в нестандартных практико-ориентированных ситуациях;</li> <li>- отвечает на все дополнительные вопросы.</li> </ul>
«хорошо» 45-57 баллов	<ul style="list-style-type: none"> <li>- демонстрирует результат на уровне осознанного владения учебным материалом и учебными умениями, навыками и способами деятельности по дисциплине;</li> <li>- допускает незначительные ошибки при освещении заданных вопросов;</li> <li>- способен анализировать, проводить сравнение и обоснование выбора методов решения заданий в практико-ориентированных ситуациях.</li> </ul>
«удовлетворительно» 33-44 баллов	<ul style="list-style-type: none"> <li>- обладает необходимой системой знаний и владеет некоторыми умениями по дисциплине;</li> <li>- ответы излагает хотя и с ошибками, но исправляемыми после дополнительных и наводящих вопросов;</li> <li>- способен понимать и интерпретировать освоенную информацию, что является основой успешного формирования умений и навыков для решения практико-ориентированных задач</li> </ul>
«неудовлетворительно» 32 и менее баллов	<ul style="list-style-type: none"> <li>- демонстрирует усвоение только элементарных знаний ключевых вопросов по дисциплине;</li> <li>- допускает грубые ошибки в ответе, не понимает сущности излагаемого вопроса;</li> <li>- не умеет применять знания на практике;</li> <li>- дает неполные ответы на дополнительные и наводящие вопросы.</li> </ul>



#### 4.2. Критерии оценивания степени сформированности компетенций обучающихся по итогам 7, 8 семестров в результате экзамена

Оценка/Баллы	Критерии оценивания степени сформированности компетенций
«отлично» 271-300 баллов	<ul style="list-style-type: none"><li>- показывает глубокие, исчерпывающие знания в объеме пройденной программы;</li><li>- уверенно действует по применению полученных знаний на практике, демонстрируя умения и навыки, определенные программой;</li><li>- грамотно и логически стройно излагает материал при ответе, умеет формулировать выводы из изложенного теоретического материала, знает дополнительно рекомендованную литературу;</li><li>- способен действовать в нестандартных практикоориентированных ситуациях;</li><li>- отвечает на все дополнительные вопросы.</li></ul>
«хорошо» 211-270 баллов	<ul style="list-style-type: none"><li>- демонстрирует результат на уровне осознанного владения учебным материалом и учебными умениями, навыками и способами деятельности по дисциплине;</li><li>- допускает незначительные ошибки при освещении заданных вопросов;</li><li>- способен анализировать, проводить сравнение и обоснование выбора методов решения заданий в практико-ориентированных ситуациях.</li></ul>
«удовлетворительно» 151-210 баллов	<ul style="list-style-type: none"><li>- обладает необходимой системой знаний и владеет некоторыми умениями по дисциплине;</li><li>- ответы излагает хотя и с ошибками, но исправляемыми после дополнительных и наводящих вопросов;</li><li>- способен понимать и интерпретировать освоенную информацию, что является основой успешного формирования умений и навыков для решения практико-ориентированных задач</li></ul>
«неудовлетворительно» 150 и менее баллов	<ul style="list-style-type: none"><li>- демонстрирует усвоение только элементарных знаний ключевых вопросов по дисциплине;</li><li>- допускает грубые ошибки в ответе, не понимает сущности излагаемого вопроса;</li><li>- не умеет применять знания на практике;</li><li>- дает неполные ответы на дополнительные и наводящие вопросы.</li></ul>

#### 5. Образовательные технологии

Наиболее приемлемыми для формирования данных компетенций являются следующие образовательные технологии:

- технология коммуникативного обучения – направлена на формирование коммуникативной компетентности студентов, которая является базовой, необходимой для адаптации к современным условиям коммуникативной культуры;

- технология модульного обучения – предусматривает деление содержания дисциплины на модули/разделы, интегрированные в общий курс.

- информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) – расширяют рамки образовательного процесса, повышая его практическую направленность, способствуют интенсификации самостоятельной работы учащихся и повышению их познавательной активности. В рамках ИКТ выделяются 2 вида технологий:

- технология использования компьютерных программ – позволяет эффективно дополнить процесс обучения философии на всех уровнях. Мультимедийные программы предназначены как для аудиторной, так и внеаудиторной самостоятельной работы студента;

- интернет-технологии – представляют широкие возможности для поиска информации, разработки международных научных проектов, ведения научных исследований;

- технология индивидуализации обучения – помогает реализовывать личностно-ориентированный дифференцированный подход, учитывая индивидуальные особенности и потребности учащихся;

- технология тестирования – используется для контроля уровня усвоения знаний в рамках модуля на определенном этапе обучения;



- технология обучения в сотрудничестве – реализует идею взаимного обучения, осуществляя как индивидуальную, так и коллективную ответственность за решение учебных задач.

- технология развития критического мышления – способствует формированию разносторонней личности, способной критически относиться к информации, умению отбирать необходимую информацию для решения поставленной задачи.

## **6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

### **Основная литература**

1. Глушкова, П. В. Основные направления музейной деятельности : учебное пособие для студентов бакалавриата по направлению подготовки 51.03.04 «музеология и охрана объектов культурного и природного наследия», профиль «культурный туризм и экскурсионный туризм» / П. В. Глушкова. – Кемерово : КемГИК, 2019. – 244 с. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/156969>.

2. Левочкина, Н. А. Музейный менеджмент : курс лекций / Н. А. Левочкина. – Москва : Директ-Медиа, 2017. – 121 с. – Текст : электронный // Университетская библиотека ONLINE. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=457613>.

### **Дополнительная литература**

1. Елисеева, Е. А. Музейный менеджмент : электронное учебное пособие / Е. А. Елисеева. – Санкт-Петербург : ИЭО СПбУТУиЭ, 2010. – 232 с. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: [http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1\\_id=63888](http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=63888).

2. Зайцева, Г. А. Маркетинг в музейном деле. Расширение спектра музейных услуг / Г. А. Зайцева, Н. Н. Фризин, М. В. Скороходов // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2013. – № 10. – С. 49-50.

3. Зайцева, Г. А. Социальный маркетинг в музейной деятельности / Г. А. Зайцева, Д. М. Зайцев // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2015. – № 4. – С. 49-50.

4. Пугач, О. Как продвигать музей с помощью комьюнити-менеджмента / О. Пугач // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2022. – № 5. – С. 108-111.

**ЛИСТ**  
**согласования фонда оценочных средств**

Направление подготовки: 51.03.04 Музеология и охрана объектов культурного и природного наследия

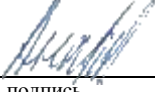
Направленность (профиль): Культурный туризм и экскурсионная деятельность

Дисциплина: Менеджмент и маркетинг музейной деятельности

Форма обучения: очная

Учебный год: 2023-2024

РЕКОМЕНДОВАНА заседанием кафедры социально-культурной и библиотечной деятельности, протокол № 8 от «28» марта 2023 г.

Ответственный исполнитель заведующий кафедрой СКБД		Андреев Г.И.	03.04.2023
<small>должность</small>	<small>подпись</small>	<small>расшифровка подписи</small>	<small>дата</small>

Исполнитель: ст. преподаватель кафедры СКБД		Вереелова Д.В.	03.04.2023
<small>должность</small>	<small>подпись</small>	<small>расшифровка подписи</small>	<small>дата</small>

---

СОГЛАСОВАНО:

И.о. декана факультета культуры		Илларионова Л.В.	03.04.2023
<small>наименование факультета</small>	<small>личная подпись</small>	<small>расшифровка подписи</small>	<small>дата</small>

Заведующая научной библиотекой		Илларионова О.В.	03.04.2023
	<small>личная подпись</small>	<small>расшифровка подписи</small>	<small>дата</small>

Представитель УМО		Федорова Н.К.	03.04.2023
	<small>личная подпись</small>	<small>расшифровка подписи</small>	<small>дата</small>

---

