

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Баскакова Наталья Ивановна  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 10.07.2023 14:28:39  
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»

Минкультуры Чувашии

Илларионова Л.В.

«03» апреля 2023 г.

### Рабочая программа дисциплины (модуля)

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.

Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению 51.03.04 Музеология и охрана объектов культурного и природного наследия, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 06 декабря 2017 г. № 1180, и ОПОП ВО по направлению 51.03.04 Музеология и охрана объектов культурного и природного наследия.

Рабочая программа дисциплины предназначена для студентов 4 курса направления подготовки 51.03.04 Музеология и охрана объектов культурного и природного наследия, направленности (профиля) Культурный туризм и экскурсионная деятельность.

Программа одобрена на заседании кафедры социально- культурной и библиотечной деятельности от «28» марта 2023 года, протокол № 8.

Подписи:

Автор



Д.В. Верейлова

Заведующий кафедрой социально-культурной  
и библиотечной деятельности



Г.И. Андреев

## Содержание

1. Цель и задачи дисциплины.....	Ошибка! Закладка не определена.
2. Место дисциплины в структуре образовательной программы.....	Ошибка! Закладка не определена.
3. Требования к результатам освоения дисциплины.....	4
4. Объем дисциплины и виды учебной работы.....	6
5. Содержание дисциплины .....	6
5.1. Разделы дисциплин и виды занятий.....	6
5.2. Содержание разделов дисциплины .....	7
5.3. Тематика практических занятий.....	12
5.4 Самостоятельная работа студентов.....	16
6. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенции.....	17
6.1. Краткая характеристика процедуры реализации текущего и промежуточного контроля для оценки компетенций обучающихся.....	17
6.2. Критерии оценивания знаний обучающихся по дисциплине.....	18
6.3. Формирование балльно-рейтинговой оценки работы обучающихся.....	Ошибка! Закладка не опре
6.4. Критерии оценивания работы обучающегося по итогам семестра.....	19
7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины .....	19
8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) .....	20
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины.....	21

## 1. Цель и задачи дисциплины

Целью освоения дисциплины «Менеджмент и маркетинг музейной деятельности» является ознакомление студентов с основами управленческой деятельности в музейной сфере.

Задачи:

- освоение студентами теоретических знаний и практических навыков в области музейного менеджмента и маркетинга: планирование деятельности музея (музейного подразделения);
- освоение студентами теоретических знаний и практических навыков в области музейного менеджмента и маркетинга, фандрейзинг;
- показать возможности маркетинговых исследований и планирования маркетинговой кампании;
- определить направление и технологии музейной PR-деятельности.

## 2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Менеджмент и маркетинг музейной деятельности» является дисциплиной организационно-управленческого модуля обязательной части Блока 1. Дисциплины (модули) основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата по направлению подготовки 51.03.04 Музеология и охрана объектов культурного и природного наследия, направленность (профиль) Культурный туризм и экскурсионная деятельность, очной формы обучения (Б1.О.06.02 Менеджмент и маркетинг музейной деятельности). Изучается в 7-8 семестре.

Дисциплина опирается на результаты обучения, сформированные в рамках ряда дисциплин учебного плана, изученных обучающимися в предыдущих семестрах: Музейная педагогика, История музеев мира, История музейного дела России, Основы музеологии, Комплектование, учет и хранение музейных фондов, а также в процессе освоения параллельно изучаемых дисциплин: Охрана культурного и природного наследия в России и за рубежом, Менеджмент и маркетинг экскурсионно-туристской деятельности.

Освоение дисциплины является необходимой основой для последующего изучения дисциплин: Технология трассовых экскурсий (ПКО-7; ПКР-1), Технология и организация внутреннего туризма (ПКО-7; ПКР-3), Технология и организация выездного и въездного туризма (ПКО-7; ПКР-3), Технология и организация экскурсионных услуг (ПКО-7; ПКР-04), Экскурсионные услуги (ПКО-7; ПКР-04), Технологическая (проектно-технологическая) практика (УК-1; УК-9; ОПК-3; ОПК-4; ПКО-1; ПКО-3; ПКО-4; ПКО-6; ПКО-7; ПКР-1; ПКР-2; ПКР-04).

## 3. Требования к результатам освоения дисциплины

Освоение данной дисциплины нацелено на освоение следующих образовательных результатов (ОР):

Компетенция и индикаторы ее достижения в дисциплине	Образовательные результаты (этапы формирования компетенции)		
	теоретический <i>знает</i>	модельный <i>умеет</i>	практический <i>владеет</i>
Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности (УК-9)  ИУК-9.1 Владеет теоретико-методологическими	экономические термины; категории экономических ресурсов; виды затрат; показатели финансовых результатов экономической деятельности; показатели эффективности использования экономических ресурсов;	планировать экономические ресурсы; рассчитывать издержки для обоснования экономических решений; рассчитывать показатели результативности принимаемых экономических решений;	навыками анализа результатов экономических расчетов; навыками формулировки соответствующих выводов; навыками принятия обоснованных экономических и финансовых решений.

<p>основами экономических знаний для принятия решений в различных сферах жизнедеятельности. ИУК-9.2 Обосновывает принимаемые экономические решения в различных областях жизнедеятельности с учетом сложившейся ситуации. ИУК-9.3 Обладает навыками принятия экономических и финансовых решений на основе анализа производственных показателей.</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 ИОПК-3.2. На основе требований 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>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>Способен владеть</p>	<p>основные понятия</p>	<p>организовать</p>	<p>методологией</p>

<p>основами менеджмента в музейной деятельности (ПКО-1)</p> <p>ИПКО-1.1. Демонстрирует знания основных положений новейших исследований по проблемам менеджмента в музейной деятельности.</p> <p>ИПКО-1.2. Организует научно-исследовательскую и научно-практическую работу в сфере культуры (в сфере музейного дела).</p> <p>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>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>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>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>
--	---	---	--

#### 4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Номер семестра	Учебные занятия						Форма промежуточной аттестации, час
	Всего		Лекции, час	Практические занятия, час	Консультации	Самостоятельная работа, час	
	Трудоемкость						
	Зачетные единицы	Часы					
7	3	108	18	30	–	33	экзамен, 27
8	3	108	18	30	17	7	экзамен, 36
Итого	6	216	36	60	17	40	экзамен, 63

#### 5. Содержание дисциплины

##### 5.1. Разделы дисциплин и виды занятий

№ раздела	Наименование раздела	Всего, (час)	Количество часов по формам организации обучения			
			Лекционные занятия	Практические занятия	Консультации	Самостоятельная работа
1	Музей как организация	30	6	6	–	18

	Тема 1. Основные понятия и проблематика курса Менеджмент и маркетинг в музейной деятельности.	10	2	2	–	6
	Тема 2. Музей как организация.	10	2	2	–	6
	Тема 3. Структура современной музейной организации.	10	2	2	–	6
2	<b>Музейный менеджмент</b>	<b>28</b>	<b>6</b>	<b>10</b>	–	<b>12</b>
	Тема 4. История формирования менеджмента как особой сферы деятельности и научной дисциплины.	12	2	4	–	6
	Тема 5. Современный музейный менеджмент: особенности и методы.	16	4	6	–	6
3	<b>Планирование деятельности и управление музеем</b>	<b>39</b>	<b>6</b>	<b>14</b>	–	<b>19</b>
	Тема 6. Планирование деятельности музея.	12	2	4	–	6
	Тема 7. Управление различными структурными элементами музея.	15	2	6	–	7
	Тема 8. Мотивация персонала и психологические основы управления.	12	2	4	–	6
4	<b>Музейный маркетинг</b>	<b>32</b>	<b>6</b>	<b>8</b>	<b>4</b>	<b>14</b>
	Тема 9. Музейный маркетинг в системе социального маркетинга.	15	2	4	2	7
	Тема 10. Музейный маркетинг: особенности и технологии.	17	4	4	2	7
5	<b>Маркетинговое развитие музеев</b>	<b>53</b>	<b>8</b>	<b>14</b>	<b>7</b>	<b>24</b>
	Тема 11. Комплекс музейного маркетинга: музейные услуги, маркетинговые коммуникации.	20	4	6	2	8
	Тема 12. Информационные технологии и PR-деятельность в современном музейном менеджменте.	16	2	4	2	8
	Тема 13. Фандрейзинг.	17	2	4	3	8
6	<b>Управление маркетингом</b>	<b>34</b>	<b>4</b>	<b>8</b>	<b>6</b>	<b>16</b>
	Тема 14. Музейный маркетинг в системе социального маркетинга.	17	2	4	3	8
	Тема 15. Коммерческая деятельность музеев.	17	2	4	3	8
	<b>ИТОГО</b>	<b>216</b>	<b>36</b>	<b>60</b>	<b>17</b>	<b>103</b>

## 5.2. Содержание разделов дисциплины

### Раздел I. Музей как организация.

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

Объект, предмет и задачи курса. Основные тенденции развития культуры в постиндустриальном обществе и специфика музейной деятельности на современном этапе (зарубежный и отечественный опыт). Новые направления музейной деятельности: музейный менеджмент и музейный (социальный) маркетинг.

#### Тема 2. Музей как организация.

Организационные модели и структура. Предпосылки формирования, сущность и значение менеджмента и маркетинга в социально-культурной сфере. Утверждение нового взгляда на роль музея в развитии территории и локального сообщества и значение новых управленческих технологий для реализации социальной миссии музея. Динамика и противоречивость развития музейной организации: от музейного учреждения – к

музейной фирме. Организация: определение понятия. Виды организаций. Музей как организация сложного типа. Характеристика ресурсной базы музея (нормативный ресурс, фондовый, материально-технический, финансовый, кадровый, технология, информация). Зависимость от внешней среды. Горизонтальное и вертикальное разделение труда. Учреждение как форма музейной организации. Структура и организационные модели музейной организации – казенное, бюджетное, автономное, частное учреждение культуры.

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

Разновидности музеев по их принадлежности. Государственные и ведомственные музеи: особенности управления. Развитие государственной музейной сети России. Некоммерческие (благотворительные организации). Частные собрания. Персонал музея: основы организации. Функции и обязанности правления. Комитеты в составе правления. Организация персонала в соответствии с функциями музея. Модели организации музейного персонала. Иерархическая модель: общая структура и подразделения. Матричная организация. Создание проектных групп. Особенности кадрового состава музея. Условия труда. Подготовка музейных кадров: мировой опыт. Роль профессиональных союзов. Сотрудничество профсоюзов с администрацией. Роль волонтеров в музее. Отбор волонтеров. Служба волонтеров в Государственном Эрмитаже. Движение доброхотов. Директор современного музея. Ответственность и квалификационные требования главного управляющего (директора). «Социальный капитал директора». Ценностные ориентации директоров музеев: иерархия. Контактность руководителя. Планирование – ключевая функция директора музея. Управленческий профессионализм и рынок. Должностные обязанности и квалификация сотрудников музея. Главный хранитель. Каталогизатор. Фотограф. Заведующий библиотекой и архивом. Реставратор. Подразделение программ, адресованных публике (основные должности и квалификационные требования к ним). Администрация музея (должности и обязанности).

Интерактивные формы: лекция-беседа, доклад с мультимедийной презентацией.

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

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

Понятие менеджмента. Компоненты системы управления. Методы управления. Управленческие функции. Цели и задачи музейного менеджмента. Роль управления в музее. Организационная структура музея. Модели организации. Менеджмент персонала. Модели управления музейным учреждением: 1. Обоснование выбора 2. Выбор модели принятия управленческих решений 3. Разбор ситуационных примеров.

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

Особенности менеджмента в музейной деятельности. Новые условия развития музеев в конце XX – начале XXI вв. Методы управления в музее. Управленческие функции: организация, мотивация, контроль, коммуникация. Подготовка музейного менеджера. Критерии эффективности деятельности музея. Методы стратегического управления музеем. Сущность стратегического планирования. Р. Майлз о планировании в деятельности музея. Необходимость и стадии разработки перспективного плана. Формулировка миссии. PEST-анализ: основные элементы. SWOT-анализ: составляющие и значение. «Benchmarking» в музее: виды и значения для развития музея. Правовые основы управления музейными собраниями. Несанкционированное воспроизведение изображений музейных предметов. Понятие «воспроизведение». Основные правила. Размещение изображений в сети Интернет. Интеллектуальная собственность и авторское право в музее. Доступ к экспонатам. Право «первой публикации». Фотография экспоната. Покупка экспоната. Совместные выставки музеев. Форма проведения: лекция - смысловое погружение.



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

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

Планирование как основной инструмент менеджмента. Разработка перспективного плана развития музея (участники и стадии планирования). Формулировка или переосмысление миссии музея. Анализ текущей ситуации (PEST- и SWOT-анализ). Определение целей и задач. Финансовое планирование. Мониторинг развития, оценка результатов и корректировка планов практическое занятие: PEST- и SWOT-анализ: 1. Структура аналитических методик 2. Разбор ситуационных примеров.

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

Руководитель в системе управления. Современные требования к профессии и личности менеджера. Модель современного менеджера. Десять управленческих ролей менеджера. Особенности управленческого труда в музее. Руководители, специалисты, технические исполнители. Эвристический, административный, операторный труд в управлении музейной организацией. Основные уровни управления в музее.

Управление фондами музея. Роль хранителя. Политика формирования коллекций: основные составляющие. Стратегия развития музейного собрания: качественный и количественный анализ. Управление информацией. Основные виды информации. Информационная политика музея. Управление состоянием собрания. Управление музейными программами, адресованными публике. Выставочная политика музея. Разновидности выставочных идеологий. Консультативные выставочные комитеты. Понятие «интерпретация» и виды ориентирующей информации в музее. Информационное обеспечение музея: возможные элементы и мировой опыт. Языки предоставления информации. Образовательные мероприятия для широкой публики. Выездные программы. Издания. Управление музейной недвижимостью. Внутренняя планировка музея. Факторы размещения музейных служб. Выбор участка для музея. Функциональный бриф (программа). Структура текста брифа. Необходимые параметры музейных помещений. Повседневная эксплуатация. Безопасность музея. Музей как коммерческая недвижимость: опыт зарубежных учреждений. Управление финансами музея. Бюджет музея. Статьи самостоятельного заработка. Подходы к разработке бюджета. Целевые бюджеты и сметы музея. Входная плата: подходы к формированию. Розничная торговля. Общественное питание. Аренда. Фильмы и разовые мероприятия. Оказание услуг по договорам. Организация содействия музея. Основные категории организаций. Опыт Чикагского института искусств. Общества друзей музеев: отечественная практика. Международный клуб друзей Эрмитажа. Программы и льготы членам клуба. Индивидуальное и корпоративное членство. Фонд друзей Эрмитажа в Нидерландах. Общество американских друзей Эрмитажа. Международный клуб «Друзья Русского музея». Общество Друзей Третьяковской галереи.

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

Развитие теории мотивации в теории менеджмента. Феномен потребности. Теория А. Маслоу и её интерпретация в сфере музейного дела. Мотив трудовой деятельности: определение и классификация. Мотивация трудовой деятельности: определение и классификация. Формы и методы мотивации персонала. Руководство и лидерство. Влияние и власть. Основные формы влияния (убеждение и привлечение сотрудников к управлению). Баланс власти. Формы власти. Лидерство в управлении организацией. Функции неформального лидерства, типы лидерства. Основные подходы к определению эффективности лидерства. Модели ситуационного подхода к эффективному лидерству. Классификация основных методов управления (регламентирующие и стимулирующие). Силь руководства и его взаимосвязь с успешностью деятельности и удовлетворенностью сотрудников. Концепция и элементы организационной культуры. Имидж организации и менеджера. Понятие коллектива. Оценка роли отдельного человека и группы в коллективе с точки зрения различных теорий управления. Малая социальная группа как компонент коллектива. Основные типы формальных групп. Характеристики неформальных

организаций: социальный контроль, сопротивление переменам, неформальные лидеры. Причины вступления в неформальные организации. Управление неформальной организацией. Факторы, влияющие на эффективность работы групп. Методы повышения эффективности групп. Учет специфики коллектива музейной организации (половозрастной, образовательной, по типу мотивации, темперамента и пр.) в организации деятельности. Принципы управленческого общения. Формы деловых контактов. Этика деловых отношений. Управление конфликтами и стрессами. Природа конфликта в организации. Типы конфликта: внутриличностный, межличностный, конфликт между личностью и группой, межгрупповой конфликт. Причины конфликта. Структурные и межличностные методы управления конфликтами. Природа стресса, причины стресса (организационные и личностные факторы). Методы снижения уровня стресса.

Интерактивные формы: лекция-беседа, доклад с мультимедийной презентацией.

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

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

Понятие маркетинга. Цели маркетинга. Адаптация концепций и технологий бизнес-маркетинга к специфике некоммерческих организаций.

Различия между подходом, ориентированным на товар (услугу) и маркетинговым подходом (ориентированным на потребителя). Маркетинг как современная концепция управления музейной организацией. Принципы и методы музейного маркетинга. Виды маркетинга: конверсионный, стимулирующий, развивающий, ремаркетинг, синхромаркетинг, поддерживающий, противодействующий, маркетинг-микс. Целевой маркетинг. Маркетинговые стратегии. Маркетинговые исследования: виды и методика проведения. Планирование и проведение маркетинговой кампании.

Примеры применения различных видов маркетинга в практике деятельности музеев России.

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

Маркетинг в музейной деятельности: понятие, содержание и особенности. Функции маркетинга. Основные предложения музея. Музейный посетитель как адресат предложения. Партнеры музея. Маркетинг и реклама. Задачи музейного маркетинга. Практика «предварительных продаж». «Событийный маркетинг» музея. Маркетинговые исследования. Маркетинг и коммуникативная политика современного музея. Направления коммуникации. Современный музей как индустрия развлечений. Музей и общество: варианты взаимодействия. Поддержание имиджа. Музей как бренд. Музейный интернет-маркетинг. Музейный маркетинг: взаимодействие с аудиторией. Маркетинговый план музея и его осуществление. Работа со СМИ. Информационные материалы. Реклама музея. Туризм. Забота о посетителе: причины, требования, опыт музеев. Мониторинг и оценка плана. Преодоление «барьера недоверия» к музейному предложению и «барьера непонимания» у сотрудников музея. Музейный посетитель: исследование и особенности. Целевая аудитория. Оценка поведения посетителя. Полевые и кабинетные исследования. Основные данные о посетителе. Метод устного рассказа посетителя. Составление анкет и опросников. Структура музейной анкеты. Групповые интервью. Анализ посещаемости: опыт Государственного Дарвиновского музея. Программы активного привлечения публики в музей. Музей как индустрия развлечений. Новые музейные технологии. Новые подходы к экспозиции. Клуб как новая форма деятельности: основные виды. Работа с детской аудиторией.

Интерактивные формы: лекция-беседа, доклад с мультимедийной презентацией.

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

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

Комплекс маркетинга как ядро маркетинговой стратегии. Основные элементы комплекса маркетинга, их взаимосвязь и баланс в свете требований рынка. Музейная услуга как «товар» в структуре комплекса маркетинга. Три уровня в концепции музейного продукта: товар по замыслу, товар в реальном исполнении, товар с подкреплением. Характеристика специфических особенностей музейных услуг как товара: неосвязаемости, неразрывности производства и потребления, непостоянства качества, несохраняемости. Характеристика жизненного цикла товара и основных этапов процесса создания нового товара применительно к музейным услугам. Классификация фактически существующего продукта музейной деятельности (предоставляемого РФ, органам местного самоуправления, населению). Характеристика основного, вспомогательного и сопутствующего продуктов музея. Комплексы «распространения», «персонала организации», «цены» и «маркетинговой коммуникации» в комплексе маркетинга. Маркетинговые коммуникации: определение и основные виды. Значение маркетинговых коммуникаций для создания положительного имиджа музея. Основные цели, объекты и технологии «паблик рилейшнз» в музее. Медиапланирование. Деятельность обществ «Друзей музея» и формирование международных связей. Примеры успешного развития социального партнерства в практике деятельности музеев России. Современная реклама и ее задачи в области музейного дела. Участники рекламного процесса. Цели и задачи рекламы, основные виды, общие требования (правдивость, конкретность, адресность, плановость). Макро- и микроуровни музейной рекламы. Технология создания рекламного сообщения на основе модели AIDA. Рекламные средства (реклама в прессе, печатная реклама, радио и телереклама, рекламные сувениры, прямая почтовая рассылка, наружная реклама, реклама в транспорте, компьютерная). Организация и планирование рекламной кампании. Технология подготовки и участия музейной организации в специализированных рекламно-информационных выставках различной тематики (туризм, образование, социально-культурная деятельность учреждений региона, «Интермузей» и т.п.). Организация обратной связи, оценка действенности и эффективности рекламы.

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

Особенности паблик рилейшнз в музее. Значение PR-деятельности для формирования имиджа музея. Основные направления PR. Основные средства PR. Паблисити как сообщение новостей. Критерии жизнеспособности PR-идей. Музей и средства массовой информации. Задачи музеев в работе со СМИ. Концепция работы с прессой. Виды музейной информации для освещения в СМИ. Структура работы современного музея со СМИ. Совместные проекты музеев и СМИ. Продвижение музея через представительство в сети Интернет. Музей в информационном пространстве: отечественный и зарубежный опыт. Преимущества музея с Интернет-представительством. Типовая структура отечественного музейного сайта. Серверы «Музеи России» и «MUSEE». Интернет-ресурсы музея и туристический имидж региона. Направления развития музейного сайта. Электронная коммерция в музее. Виды электронной коммерции. Преимущества и значение электронной торговли. Оптимальные модели. Формы участия отдельных музеев. Музей изобразительных искусств в Бостоне.

#### **Тема 13. Фандрайзинг.**

Источники финансирования музеев на современном этапе (государственные, общественные, частные, корпоративные и комбинированные), их формы и доля в общем объеме финансирования.

Фандрайзинговая политика музея. Психология принятия решений людьми. Типы источников средств и методы работы с ними. Элементы фандрайзингового предложения музея. Грантовая поддержка. Фонды грантовой поддержки музеев. Особенности и правила составления гранта. История развития музейного бизнес-спонсорства: отечественный и зарубежный опыт. Федеральный закон о порядке формирования и использования целевого капитала некоммерческих организаций: основные понятия и порядок формирования.

Бизнес-спонсорство: основные показатели и история становления. Спонсорство и интеллектуальная свобода музея. Подарки и пожертвования музеям. Спонсорство отечественных музеев. Организация кампаний по привлечению средств. Мотивы благотворительного бизнеса. Контроль и учет расходов музея. Ключевые статьи учета текущих расходов. Страхование: понятие и основные виды. Страхование собрания музея. Страхование строений. Финансовое планирование деятельности музея: основные принципы.

Интерактивные формы: лекция-беседа, доклад с мультимедийной презентацией.

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

### **Тема 14. Управление маркетингом.**

Основные направления управления маркетингом: сбор маркетинговой информации; построение организационной структуры управления; реализация комплекса маркетинга; контроль в области маркетинга. Понятие стратегии и программы маркетинга. Понятие и цели маркетингового исследования. Типы маркетинговой информации и источники ее получения. Методы сбора информации: качественные (экспертный опрос, фокус-группа, анализ конкретных ситуаций), количественные (наблюдение, опрос, эксперимент). Сегментация музейного рынка (демографическая, географическая, психографическая, поведенческая), определение стратегии охвата рынка и ассортимента эффективных услуг. Организационная структура управления маркетингом музейной работы. Современные проблемы маркетингового развития музеев России.

### **Тема 15. Коммерческая деятельность музеев.**

Общая характеристика форм коммерческой деятельности музея. Опыт ведущих музеев мира. «Эндаументы». Кафе и магазины. Нетрадиционные способы добывания денег. Смена музейной стратегии. Музей как некоммерческая организация: нормативно-правовые основы деятельности. Оценка эффективности коммерческой деятельности музея. Коэффициент конвертации клиентов в покупателей. Численность посетителей на единицу торговой площади. Коэффициент доходов на одного посетителя. Музейный магазин: основные элементы и опыт организации. Расположение и дизайн. Штат сотрудников. Ассортимент товара. Основные виды товара. Подача и демонстрация товара. Ценообразование. Охрана. Реклама музейного магазина. Опыт работы магазинов в Государственном Эрмитаже. Сувенирная продукция музея. Музей как инициатор производства сувенирной продукции. Игровой момент как способ продвижения сувениров. Критерии привлекательности сувенира. Коммерческое и имиджевое назначение сувениров: опыт отечественных музеев. Музейное кафе: опыт организации. Организация кафе в Государственном музее А.С. Пушкина: параметры и публика. Интернет-кафе в музее. Организационные мероприятия. Web-ресурсы. Маркетинговые исследования.

Интерактивные формы: лекция-беседа, доклад с мультимедийной презентацией.

### **5.3. Тематика практических занятий**

Название раздела	Тематика практических занятий	Трудоемкость, часы
Музей как организация	<p>Тема 1. Основные понятия и проблематика курса Менеджмент и маркетинг в музейной деятельности.</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Объект, предмет и задачи курса.</li> <li>2. Специфика музейной деятельности на современном этапе (зарубежный и отечественный опыт).</li> <li>3. Новые направления музейной деятельности: музейный менеджмент и музейный (социальный) маркетинг.</li> </ol>	6

	<p>Тема 2. Музей как организация. Рассматриваемые вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Организация: определение понятия. Виды организаций.</li> <li>2. Музей как организация сложного типа.</li> <li>3. Характеристика ресурсной базы музея (нормативный ресурс, фондовый, материально-технический, финансовый, кадровый, технология, информация).</li> <li>4. Музей и внешняя среда: диалектика отношений.</li> <li>5. Горизонтальное и вертикальное разделение труда в музейной организации.</li> <li>6. Структура и организационные модели музейной организации: казенное, бюджетное, автономное учреждение культуры.</li> </ol> <p>Тема 3. Структура современной музейной организации. Рассматриваемые вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Музей в условиях глобализации и экономической либерализации: характеристика изменений во внешней среде (экономических, технологических, политических, социокультурных).</li> <li>2. Понятие миссии. Взаимосвязь и различия в понимании миссии и социальных функций музея.</li> <li>3. Современное понимание общественной миссии музея. Способы определения миссии в практике деятельности российских музеев.</li> <li>4. Музей как ресурс развития региона и генератор социального капитала.</li> <li>5. Разновидности музеев по их принадлежности (государственные и ведомственные музеи: особенности управления)</li> <li>6. Развитие государственной музейной сети России.</li> <li>7. Некоммерческие (благотворительные организации).</li> <li>8. Персонал музея: основы организации. Организация персонала в соответствии с функциями музея.</li> <li>9. Модели организации музейного персонала.</li> <li>10. Директор современного музея.</li> <li>11. Управленческий профессионализм и рынок. Должностные обязанности и квалификация сотрудников музея.</li> </ol>	
Музейный менеджмент	<p>Тема 4. История формирования менеджмента как особой сферы деятельности и научной дисциплины. Рассматриваемые вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Понятие менеджмента.</li> <li>2. Цели и задачи музейного менеджмента.</li> <li>3. Организационная структура музея. Модели организации.</li> <li>4. Менеджмент персонала.</li> <li>5. Модели управления музейным учреждением: обоснование выбора.</li> <li>6. Выбор модели принятия управленческих решений (разбор ситуационных примеров).</li> </ol> <p>Тема 5. Современный музейный менеджмент: особенности и методы. Рассматриваемые вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Основные понятия и истоки возникновения современного менеджмента.</li> <li>2. Предпосылки формирования, сущность и значение менеджмента и маркетинга в социально-культурной сфере.</li> <li>3. Утверждение нового взгляда на роль музея в развитии территории и локального сообщества, значение новых управленческих технологий для реализации социальной миссии музея.</li> <li>4. Методы стратегического управления музеем.</li> <li>5. Сущность стратегического планирования. Р. Майлз о планировании в деятельности музея.</li> <li>6. Динамика и противоречивость развития музейной организации: от музейного учреждения – к музейной фирме.</li> </ol>	10
Планирование деятельности и управление музеем	<p>Тема 6. Планирование деятельности музея. Рассматриваемые вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Планирование как основной инструмент менеджмента. Разработка перспективного плана развития музея (участники и стадии планирования).</li> <li>2. Финансовое планирование. Мониторинг развития, оценка результатов и корректировка планов.</li> <li>3. Структура аналитических методик.</li> <li>4. Разбор ситуационных примеров.</li> </ol> <p>Тема 7. Управление различными структурными элементами музея. Рассматриваемые вопросы:</p>	14

	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Руководитель в системе управления.</li> <li>2. Модель современного менеджера. Десять управленческих ролей менеджера.</li> <li>3. Руководители, специалисты, технические исполнители.</li> <li>4. Эвристический, административный, операторный труд в управлении музейной организацией.</li> <li>5. Основные уровни управления в музее.</li> <li>6. Управление фондами музея. Роль хранителя.</li> <li>7. Политика формирования коллекций: основные составляющие.</li> <li>8. Необходимые параметры музейных помещений.</li> <li>9. Повседневная эксплуатация. Безопасность музея.</li> <li>10. Музей как коммерческая недвижимость: опыт зарубежных учреждений.</li> <li>11. Управление финансами музея.</li> </ol> <p>Тема 8. Мотивация персонала и психологические основы управления.</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Развитие теории мотивации в теории менеджмента.</li> <li>2. Теория А. Маслоу и её интерпретация в сфере музейного дела.</li> <li>3. Формы и методы мотивации персонала.</li> <li>4. Классификация основных методов управления (регламентирующие и стимулирующие). Определение и виды стиля руководства.</li> <li>5. Концепция и элементы организационной культуры.</li> <li>6. Имидж организации и менеджера.</li> <li>7. Понятие коллектива. Роль человека и группы в коллективе с точки зрения различных теорий управления.</li> <li>8. Малая социальная группа как компонент коллектива. Основные типы формальных групп. Характеристики неформальных организаций: социальный контроль, сопротивление переменам, неформальные лидеры.</li> <li>9. Управление неформальной организацией. Факторы, влияющие на эффективность работы групп. Методы повышения эффективности групп.</li> <li>10. Учет специфики коллектива музейной организации (половозрастной, образовательной, по типу мотивации, темперамента и пр.) в организации деятельности.</li> <li>11. Природа стресса, причины стресса (организационные и личностные факторы). Методы снижения уровня стресса.</li> </ol>	
Музейный маркетинг	<p>Тема 9. Музейный маркетинг в системе социального маркетинга.</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Понятие и цели маркетинга. Определение маркетинга в терминах обмена в общественной сфере.</li> <li>2. Различия между подходом, ориентированным на товар (услугу) и маркетинговым подходом (ориентированным на потребителя).</li> <li>3. Принципы и методы музейного маркетинга.</li> <li>4. Основания классификации и виды маркетинга.</li> <li>5. Определение, условия применения и стратегии конверсионного маркетинга, примеры его применения в практике деятельности музеев России.</li> <li>6. Определение, условия применения и стратегии стимулирующего маркетинга, примеры его применения в практике деятельности музеев России.</li> <li>7. Определение, условия применения и стратегии развивающего и поддерживающего маркетинга, примеры применения данных видов в практике деятельности музеев России.</li> <li>8. Определение, условия применения и стратегии ремаркетинга, примеры его применения в практике деятельности музеев России.</li> <li>9. Определение, условия применения и стратегии синхромаркетинга, примеры его применения в практике деятельности музеев России.</li> </ol> <p>Тема 10. Музейный маркетинг: особенности и технологии.</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Маркетинг в музейной деятельности: понятие, содержание и особенности. Функции маркетинга.</li> <li>2. Основные предложения музея.</li> <li>3. Маркетинг и реклама.</li> <li>4. Маркетинговые исследования.</li> <li>5. Маркетинг и коммуникативная политика современного музея. Направления коммуникации.</li> <li>6. Работа со СМИ. Информационные материалы.</li> </ol>	8

	<p>7. Современный музей как индустрия развлечений.</p> <p>8. Музейный посетитель: исследование и особенности.</p>	
Маркетинговое развитие музеев	<p>Тема 11. Комплекс музейного маркетинга: музейные услуги, маркетинговые коммуникации.</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Специфические особенности музейных услуг как товара – «4 Не».</li> <li>2. Характеристика жизненного цикла товара и основных этапов процесса создания нового товара применительно к музейным услугам.</li> <li>3. Классификация фактически существующего продукта музейной деятельности (предоставляемого РФ, органам местного самоуправления, населению).</li> <li>4. Характеристика основного, вспомогательного и сопутствующего продуктов музея.</li> <li>5. Маркетинговые коммуникации: определение и основные виды. Значение маркетинговых коммуникаций для создания положительного имиджа музея.</li> <li>6. Основные цели, объекты и технологии «паблик рилейшнз» в музее.</li> <li>7. Значение и технология медиапланирования.</li> <li>8. Организация деятельности обществ «Друзей музея» и формирование международных связей.</li> <li>9. Развитие социального партнерства в деятельности музеев России.</li> </ol> <p>Тема 12. Информационные технологии и PR-деятельность в современном музейном менеджменте.</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Особенности паблик рилейшнз в музее. Значение PR-деятельности для формирования имиджа музея. Основные направления PR. Основные средства PR.</li> <li>2. Музей и средства массовой информации. Концепция работы с прессой.</li> <li>3. Совместные проекты музеев и СМИ.</li> <li>4. Продвижение музея через представительство в сети Интернет.</li> <li>5. Музей в информационном пространстве: отечественный и зарубежный опыт.</li> <li>6. Типовая структура отечественного музейного сайта. Направления развития музейного сайта.</li> <li>7. Электронная коммерция в музее.</li> </ol> <p>Тема 13. Фандрейзинг.</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Источники финансирования музеев на современном этапе (государственные, общественные, частные, корпоративные и комбинированные), их формы и доля в общем объеме финансирования.</li> <li>2. Фандрайзинговая политика музея. Элементы фандрайзингового предложения музея.</li> <li>3. Грантовая поддержка. Фонды грантовой поддержки музеев. Особенности и правила составления гранта.</li> <li>4. История развития музейного бизнес-спонсорства: отечественный и зарубежный опыт.</li> <li>5. Организация кампаний по привлечению средств.</li> <li>6. Финансовое планирование деятельности музея: основные принципы.</li> </ol>	14
Управление маркетингом	<p>Тема 14. Управление маркетингом.</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Основные направления управления маркетингом (сбор маркетинговой информации; построение организационной структуры управления; реализация комплекса маркетинга; контроль в области маркетинга).</li> <li>2. Понятие стратегии и программы маркетинга.</li> <li>3. Типы маркетинговой информации и источники ее получения.</li> <li>4. Методы сбора информации: качественные количественные.</li> <li>5. Сегментация музейного рынка (демографическая, географическая, психографическая, поведенческая)..</li> <li>6. Определение стратегии охвата рынка и ассортимента эффективных услуг.</li> <li>7. Современные проблемы маркетингового развития музеев России.</li> </ol> <p>Тема 15. Коммерческая деятельность музеев.</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Общая характеристика форм коммерческой деятельности музея.</li> <li>2. Оценка эффективности коммерческой деятельности музея.</li> <li>3. Музейный магазин: основные элементы и опыт организации.</li> </ol>	8

	4. Основные виды товара. Подача и демонстрация товара. Ценообразование. Охрана. Реклама музейного магазина. 5. Сувенирная продукция музея. 6. Музейное кафе. Интернет-кафе в музее.	
ИТОГО		60

#### 5.4. Самостоятельная работа студентов

№ п/п	Содержание раздела	Виды СРС		Объем (час.)	Формы контроля
		обязательные	дополнительные		
1	Музей как организация	Изучение конспектов лекций. Ознакомление с основной и дополнительной литературой по изучаемому вопросу, составление конспекта	Подготовка презентации. Самостоятельный поиск информации с использованием интернет-ресурсов. Выполнение задания к контрольной работе	18	Устный ответ на вопрос, проверка конспекта, выступление с докладом, контрольная работа
2	Музейный менеджмент	Изучение конспектов лекций. Ознакомление с основной и дополнительной литературой по изучаемому вопросу, составление конспекта	Подготовка презентации. Самостоятельный поиск информации с использованием интернет-ресурсов. Выполнение задания к контрольной работе	12	Устный ответ на вопрос, проверка конспекта, выступление с докладом, контрольная работа
3	Планирование деятельности и управление музеем	Изучение конспектов лекций. Ознакомление с основной и дополнительной литературой по изучаемому вопросу, составление конспекта	Подготовка презентации. Самостоятельный поиск информации с использованием интернет-ресурсов. Выполнение задания к контрольной работе	19	Устный ответ на вопрос, проверка конспекта, выступление с докладом, контрольная работа
4	Музейный маркетинг	Изучение конспектов лекций. Ознакомление с основной и дополнительной литературой по изучаемому вопросу, составление конспекта	Подготовка презентации. Самостоятельный поиск информации с использованием интернет-ресурсов. Выполнение задания к контрольной работе	14	Устный ответ на вопрос, проверка конспекта, выступление с докладом, контрольная работа
5	Маркетинговое развитие музеев	Изучение конспектов лекций. Ознакомление с основной и дополнительной литературой по изучаемому вопросу, составление конспекта	Подготовка презентации. Самостоятельный поиск информации с использованием интернет-ресурсов. Выполнение задания к контрольной работе	24	Устный ответ на вопрос, проверка конспекта, выступление с докладом, контрольная работа
6	Управление маркетингом	Изучение конспектов лекций. Ознакомление с основной и дополнительной литературой по	Подготовка презентации. Самостоятельный поиск информации с использованием интернет-ресурсов.	16	Устный ответ на вопрос, проверка конспекта, выступление



		изучаемому вопросу, составление конспекта	Выполнение задания к контрольной работе		с докладом, контрольная работа
--	--	---	---	--	--------------------------------

Общий объем самостоятельной работы студентов по дисциплине включает аудиторную и внеаудиторную самостоятельную работу студентов в течение семестра.

Аудиторная самостоятельная работа осуществляется в форме выполнения тестовых заданий по дисциплине. Аудиторная самостоятельная работа обеспечена базой тестовых материалов.

Внеаудиторная самостоятельная работа осуществляется в формах:

- подготовки к устным докладам (мини-выступлениям) с презентациями;
- изучения материалов лекций и рекомендуемой литературы к ним.

### ***Содержание и порядок выступлений, обучающихся на практических занятиях***

Каждый студент самостоятельно или в группе готовит учебную мультимедийную презентацию к каждому практическому занятию, выбрав тот или иной из предложенных выше вопросов и ориентируясь на особенности составления мультимедийных презентаций:

а) 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.

б) 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.

в) требования к выступлению:

- время выступления – не более 15 – 20 минут;
- не следует помещать весь текст выступления на слайдах презентации (они должны иллюстрировать презентуемую информацию);
- выступающий должен демонстрировать свободу и глубину владения представляемым материалом; умение уверенно излагать его языком, доступным для понимания.

## **6. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенции**

### **6.1. Краткая характеристика процедуры реализации текущего и промежуточного контроля для оценки компетенций обучающихся**

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика процедуры оценивания компетенций	Представление оценочного средства в фонде
1.	Работа на практическом занятии	Студенты отвечают устно на вопросы по темам курса. Регламент: 1-2 минуты на ответ.	Вопросы для собеседования
2.	Выступление с презентацией	В процессе самостоятельной подготовки к выступлению студент готовит доклад и презентацию. Доклад - продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов	Вопросы для самостоятельного изучения обучающимися (темы выступлений с

		<p>решения определенной учебно-исследовательской или научной темы. Тематика докладов выдается на первых семинарских занятиях, студент готовится к каждому практическому занятию, осуществляя выбор того или иного вопроса внутри темы. 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.</p> <p>На подготовку дается одна-две недели. Регламент – 15-20 мин. на выступление. В оценивании результатов преподавателем принимают участие студенты группы.</p>	презентациями на практических занятиях)
3	Контрольная работа (по окончании семестра)	<p>Студент выполняет задания к контрольным работам по практико-ориентированным направлениям профессиональной деятельности:</p> <p>7 семестр (на выбор):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализ музейного менеджмента;</li> <li>- разработка концепции модернизации музейного менеджмента;</li> <li>- разработка проекта активизации маркетинговой политики современного музея;</li> <li>- мониторинг музейных сайтов;</li> <li>- разработка перечня трудовых функций для работников музея;</li> </ul> <p>8 семестр:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- создание проекта по продвижению творческого продукта.</li> </ul>	Задания проблемного типа
4.	Экзамен в форме устного собеседования по вопросам	Проводится в заданный срок, согласно графику учебного процесса. При выставлении оценки учитывается уровень приобретенных компетенций студента. Компонент «знать» оценивается теоретическими вопросами по содержанию дисциплины, компоненты «уметь» и «владеть» - практико-ориентированными заданиями.	Комплект примерных вопросов к экзамену

В конце изучения дисциплины подводятся итоги работы студентов на лекционных и практических занятиях путем суммирования заработанных в течение семестра баллов.

## 6.2. Критерии оценивания знаний обучающихся по дисциплине 7 семестр

№ п/п	Вид деятельности	Максимальное количество баллов за занятие	Максимальное количество баллов по дисциплине
1	Посещение лекций	1	9
2	Посещение практических занятий	1	15
3	Работа на практическом занятии	212	212
4	Экзамен	64	64
<b>ИТОГО:</b>	<b>3 зачетных единицы</b>		<b>300</b>

## 8 семестр

№ п/п	Вид деятельности	Максимальное количество баллов за занятие	Максимальное количество баллов по дисциплине
1	Посещение лекций	1	9
2	Посещение практических занятий	1	15
3	Работа на практическом занятии	212	212
6	Экзамен	64	64
ИТОГО:	3 зачетных единицы		300

### 6.3. Формирование балльно-рейтинговой оценки работы обучающихся

Семестр		Посещение лекций	Посещение практических занятий	Работа на практических занятиях	Экзамен
7 семестр	Разбалловка по видам работ	9 x 1=9 баллов	15 x 1=15 баллов	212 баллов	64 балла
	Суммарный макс. балл	9 баллов max	15 баллов max	212 баллов max	64 балла max
	ИТОГО:				300 баллов
8 семестр	Разбалловка по видам работ	9 x 1=9 баллов	15 x 1=15 баллов	212 баллов	64 балла
	Суммарный макс. балл	9 баллов max	15 баллов max	212 баллов max	64 балла max
	ИТОГО:				300 баллов
	ИТОГО:				600 баллов

### 6.4. Критерии оценивания работы обучающегося по итогам семестра

По итогам изучения дисциплины «Менеджмент и маркетинг музейной деятельности», трудоёмкость которой составляет 3 ЗЕ (7, 8 семестры), обучающийся набирает определённое количество баллов согласно следующей таблице:

Оценка	Баллы (3 ЗЕ)
«отлично»	271-300
«хорошо»	211-270
«удовлетворительно»	151-210
«неудовлетворительно»	150 и менее

## 7. 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?p11\\_id=63888](http://e.lanbook.com/books/element.php?p11_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.

**Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)**

**Интернет-ресурсы**

№ п/п	Наименование дисциплины	Ссылка на информационный ресурс	Наименование разработки в электронной форме	Доступность
1.	Менеджмент и маркетинг музейной деятельности	<a href="https://e.lanbook.com/book/77253">https://e.lanbook.com/book/77253</a> <a href="https://urait.ru/book/strategicheskij-menedzhment-nekommercheskih-organizacij-433470">https://urait.ru/book/strategicheskij-menedzhment-nekommercheskih-organizacij-433470</a> <a href="https://urait.ru/book/muzeevedenie-431506">https://urait.ru/book/muzeevedenie-431506</a> <a href="https://urait.ru/book/brend-menedzhment-brening-i-rabota-s-personalom-437894">https://urait.ru/book/brend-menedzhment-brening-i-rabota-s-personalom-437894</a> <a href="https://e.lanbook.com/book/113995">https://e.lanbook.com/book/113995</a> <a href="https://urait.ru/book/psihologiya-upravleniya-personalom-445855">https://urait.ru/book/psihologiya-upravleniya-personalom-445855</a> <a href="https://urait.ru/book/pozharnaya-bezopasnost-43375">https://urait.ru/book/pozharnaya-bezopasnost-43375</a> <a href="https://urait.ru/book/marketingovyj-analiz-teoriya-i-praktika-438593">https://urait.ru/book/marketingovyj-analiz-teoriya-i-praktika-438593</a> <a href="https://e.lanbook.com/book/102182">https://e.lanbook.com/book/102182</a> <a href="https://urait.ru/book/strategicheskij-menedzhment-v-industrii-gostepriimstva-i-turizma-430795">https://urait.ru/book/strategicheskij-menedzhment-v-industrii-gostepriimstva-i-turizma-430795</a> <a href="https://e.lanbook.com/book/44599">https://e.lanbook.com/book/44599</a> <a href="https://e.lanbook.com/book/50660">https://e.lanbook.com/book/50660</a>		Свободный доступ

**Электронные библиотечные системы (ЭБС), с которыми сотрудничает БОУ ВО «ЧГИКИ» Минкультуры Чувашии**

№	Название ЭБС	№, дата договора	Срок использования	Количество пользователей
1.	ЭБС «Лань» ( <a href="https://e.lanbook.com/">https://e.lanbook.com/</a> )	договор №198/12 от 05.12.2022 г. договор ВКР 03/02-2023 от 03.02.2023 г.	с 15.02.2023 по 14.02.2024	100%
2.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн» ( <a href="http://biblioclub.ru">http://biblioclub.ru</a> )	договор №170-12/2022 от 07.12.2022 г.	с 11.03.2023 по 10.03.2024	100%
3.	ЭБС Юрайт ( <a href="https://urait.ru">https://urait.ru</a> )	договор №197/12 от 05.12.2022 г.	с 01.03.2023 по 28.02.2024	100%

**8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)**

Успешное изучение курса требует от обучающихся посещения лекций, активной работы на практических занятиях, выполнения всех учебных заданий преподавателя, ознакомления с основной и дополнительной литературой.

Запись **лекции** – одна из форм активной самостоятельной работы обучающихся, требующая навыков и умения кратко, схематично, последовательно и логично

фиксировать основные положения, выводы, обобщения, формулировки. В конце лекции преподаватель оставляет время (5 минут) для того, чтобы обучающиеся имели возможность задать уточняющие вопросы по изучаемому материалу. Из-за недостаточного количества аудиторных часов некоторые темы не удастся осветить в полном объеме, поэтому преподаватель, по своему усмотрению, некоторые вопросы выносит на самостоятельную работу студентов, рекомендуя ту или иную литературу. В случае необходимости студент может обращаться к преподавателю за консультацией.

#### Подготовка к **практическим занятиям**.

При подготовке к практическим занятиям студент должен изучить теоретический материал по теме занятия (использовать конспект лекций, изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, при необходимости дополнить конспект, делая в нем соответствующие записи из литературных источников, видеофильмов, научно-популярных программ). В случае затруднений, возникающих при освоении теоретического материала, студенту следует обращаться за консультацией к преподавателю. Готовясь к консультации, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения.

Подготовка к практическому занятию должна включать в себя:

- 1) подбор литературы по выбранной теме;
- 2) классификацию материала;
- 3) разработку выбранной самим студентом интерактивной формы работы;
- 4) подготовку к самостоятельному изложению материала на занятии.

При работе над темами, определенными для самостоятельного изучения, необходимо:

- 1) подобрать и изучить литературу по теме, а также дополнительный материал;
- 2) законспектировать основные положения;
- 3) подготовить презентацию;
- 4) подготовиться к устному раскрытию темы.

Результаты работы на практических занятиях оцениваются в баллах в соответствии с балльно-рейтинговой системой.

## 9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Наименование дисциплины (модуля), практик в соответствии с учебным планом	Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Приспособленность помещений для использования инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья
Менеджмент и маркетинг музейной деятельности	Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (практические занятия), для групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (405)	Стол – 1 шт., столы ученические – 5 шт., стулья с мягкой обивкой – 20 шт., стулья ученические – 10 шт., ширма – 2 шт., кулисы черные, ноутбук с выходом в «интернет» – 1 шт. Лицензионное ПО: «Microsoft Windows»; контракт № 8000007 от 29.08.2018 г. Свободно распространяемое ПО: Open Office; Mozilla Firefox; Google Chrome; Adobe Acrobat Reader.	* для лиц с нарушением зрения - приспособлено частично; * для лиц с нарушением слуха – приспособлено частично; * для лиц с нарушением опорно-двигательного аппарата - не приспособлено
	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (практические занятия), для	Стол ученический – 26 шт., стол офисный – 1 шт., стулья ученические – 36 шт., стул мягкий – 1 шт., кафедра – 1 шт., персональные компьютеры с выходом в интернет и	* для лиц с нарушением зрения - приспособлено частично; * для лиц с нарушением слуха – приспособлено частично;

	<p>групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (408)</p>	<p>обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации – 10 шт., мультимедийный диапроектор – 1 шт., экран для проектора – 1 шт., доска – 1 шт., доска магнитно-маркерная – 1 шт. Лицензионное ПО: «Microsoft Windows»; контракт № 8000007 от 29.08.2018 г. Свободно распространяемое ПО: Open Office; Mozilla Firefox; Google Chrome; Adobe Acrobat Reader</p>	<p>* для лиц с нарушением опорно-двигательного аппарата - не приспособлено</p>
	<p>Помещение для самостоятельной работы (408)</p>	<p>Столы ученические – 26 шт., стол офисный – 1 шт., стулья ученические – 36 шт., стул мягкий – 1 шт., кафедра – 1 шт., персональные компьютеры с выходом в интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации – 10 шт., мультимедийный диапроектор – 1 шт., экран для проектора – 1 шт., доска – 1 шт., доска магнитно-маркерная – 1 шт. Лицензионное ПО: «Microsoft Windows»; контракт № 8000007 от 29.08.2018 г. Свободно распространяемое ПО: Open Office; Mozilla Firefox; Google Chrome; Adobe Acrobat Reader</p>	<p>* для лиц с нарушением зрения - приспособлено частично; * для лиц с нарушением слуха – приспособлено частично; * для лиц с нарушением опорно-двигательного аппарата - не приспособлено</p>

**ЛИСТ  
согласования рабочей программы**

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		Вереялова 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>

---

