

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Алтайский государственный педагогический университет»
(ФГБОУ ВО «АлтГПУ»)

УТВЕРЖДАЮ
проректор по образовательной
деятельности

_____ С.П. Волохов

Менеджмент и маркетинг в музейном деле рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **Историко-культурного наследия и туризма**

Учебный план zУТО43.04.02_2023.plx
43.04.02 Туризм

Квалификация **Магистр**

Форма обучения **заочная**

Общая трудоемкость **2 ЗЕТ**

Часов по учебному плану	72	Виды контроля на курсах:
в том числе:		зачеты 2
аудиторные занятия	10	
самостоятельная работа	56	
часов на контроль	4	

Программу составил(и):

д.и.н, профессор, Труевцева Ольга Николаевна _____

Рабочая программа дисциплины

Менеджмент и маркетинг в музейном деле

разработана на основании ФГОС ВО - магистратура по направлению подготовки 43.04.02 Туризм (приказ Минобрнауки России от 15.06.2017 г. № 556)

составлена на основании учебного плана 43.04.02 Туризм (Уровень: магистратура; квалификация: магистр), утвержденного Учёным советом ФГБОУ ВО «АлтГПУ» от 24.04.2023, протокол № 9.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Историко-культурного наследия и туризма

Протокол № 8 от 16.03.2023 20:00:00 г.

Срок действия программы: 2023-2025 уч.г.

Зав. кафедрой Контев Аркадий Васильевич

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	2		Итого	
	уп	рп		
Вид занятий				
Лекции	4	4	4	4
Практические	6	6	6	6
Контроль самостоятельной работы	2	2	2	2
Итого ауд.	10	10	10	10
Контактная работа	12	12	12	12
Сам. работа	56	56	56	56
Часы на контроль	4	4	4	4
Итого	72	72	72	72

1.1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1.1	Курс «Менеджмент и маркетинг в музейном деле» объединяет обширный материал, посвященный характеристике основных направлений современного менеджмента и маркетинга в музейном деле России и зарубежных стран. Цель настоящего курса состоит в том, чтобы освоить основные направления, методы и формы менеджмента и маркетинга в музее.
-------	--

1.2. ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.2.1	Сформировать представление об особенностях менеджмента и маркетинга в музейном деле.
1.2.2	Освоить содержание ключевых понятий, используемых в современном маркетинге и менеджменте музеев.
1.2.3	Уяснить специфику должностных обязанностей различных музейных сотрудников.
1.2.4	Ознакомиться с основными маркетинговыми технологиями и современной практикой их применения в музеях.
1.2.5	Сформировать базовые практические навыки в области маркетинговой деятельности музея.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ОП:		Б1.В.ДВ.02
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
2.1.1	Инновационные технологии в менеджменте предприятий туристской индустрии	
2.1.2	Туристский маркетинг	
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:	
2.2.1	Маркетинговые и статистические исследования в туризме	
2.2.2	Производственная практика (преддипломная практика)	
2.2.3	Выполнение и защита выпускной квалификационной работы	
2.2.4	Бренд-менеджмент в туристской индустрии	

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПК-4.1: Умеет проводить оценку эффективности управленческих решений по стратегическим направлениям деятельности предприятий сферы туризма

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	критерии эффективности деятельности музея;
3.1.2	основные факторы, влияющие на продвижение турпродукта;
3.1.3	принципы стратегического управления предприятием сферы туризма;
3.1.4	особенности менеджмента и маркетинга в музейной деятельности.
3.2	Уметь:
3.2.1	осуществлять стратегическое планирование и управление музейным делом;
3.2.2	использовать методы менеджмента и маркетинга в организации музейной деятельности.
3.3	Владеть:
3.3.1	организации менеджмента в музейном деле;
3.3.2	стратегического управления туристской деятельностью на различных уровнях.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
	Раздел 1. Менеджмент и маркетинг в музейном деле				
1.1	Современный музейный менеджмент: особенности и методы /Лек/	2	1	ПК-4.1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2
1.2	Современный музейный менеджмент: особенности и методы /Пр/	2	1	ПК-4.1	
1.3	Современный музейный менеджмент: особенности и методы /Ср/	2	8	ПК-4.1	

1.4	Методы стратегического управления музеев. /Лек/	2	1	ПК-4.1	
1.5	Методы стратегического управления музеев. /Пр/	2	1	ПК-4.1	
1.6	Методы стратегического управления музеев. /Ср/	2	7	ПК-4.1	
1.7	Структура современной музейной организации /Лек/	2	1	ПК-4.1	
1.8	Структура современной музейной организации /Пр/	2	1	ПК-4.1	
1.9	Структура современной музейной организации /Ср/	2	7	ПК-4.1	
1.10	Организация содействия музея /Пр/	2	1	ПК-4.1	
1.11	Организация содействия музея. /Ср/	2	7	ПК-4.1	
1.12	Музейный маркетинг /Пр/	2	1	ПК-4.1	
1.13	Музейный маркетинг /Ср/	2	9	ПК-4.1	
1.14	Коммерческая деятельность музеев /Ср/	2	9	ПК-4.1	
1.15	Роль информационных технологий в маркетинге современных музеев /Лек/	2	1	ПК-4.1	
1.16	Роль информационных технологий в маркетинге современных музеев /Пр/	2	1	ПК-4.1	
1.17	Роль информационных технологий в маркетинге современных музеев /Ср/	2	9	ПК-4.1	
1.18	Зачет /Зачёт/	2	4	ПК-4.1	

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Перечень индикаторов достижения компетенций, форм контроля и оценочных средств

ПК-4.1: Умеет проводить оценку эффективности управленческих решений по стратегическим направлениям деятельности предприятий сферы туризма

Лекционные занятия- Вопросы для самоконтроля
Семинарские занятия- Вопросы к практическим занятиям
Самостоятельная работа-практические задания
Зачет-Вопросы к зачету

5.2. Технологическая карта достижения индикаторов

ПК-4.1: Умеет проводить оценку эффективности управленческих решений по стратегическим направлениям деятельности предприятий сферы туризма

Лекционные занятия - Вопросы для самоконтроля - 20
Семинарские занятия - Вопросы к практическим занятиям - 20
Самостоятельная работа - Практические задания, Портфолио - 40
Зачет-Вопросы к зачету - 20

5.3. Формы контроля и оценочные средства

Тема 1. Современный музейный менеджмент: особенности и методы

1. Особенности менеджмента в музейной деятельности.
2. Новые условия развития музеев в конце XX – начале XXI вв.
3. Методы управления в музее.
4. Управленческие функции: организация, мотивация, контроль, коммуникация.
5. Подготовка музейного менеджера.
6. Критерии эффективности деятельности музея

Тема 2 Музейный маркетинг: особенности и технологии

1. Маркетинг в музейной деятельности: понятие, содержание и особенности.
2. Функции маркетинга. Основные предложения музея.
3. Музейный посетитель как адресат предложения.
4. Партнеры музея. Маркетинг и реклама.
5. Задачи музейного маркетинга. Практика «предварительных продаж».
6. «Событийный маркетинг» музея.
7. Маркетинговые исследования. Маркетинг и коммуникативная политика современного музея. Направления коммуникации.
8. Современный музей как индустрия развлечений.

<p>9. Музей и общество: варианты взаимодействия. Поддержание имиджа музея.</p> <p>3.2. Примерные вопросы для самоконтроля:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Роль информационных технологий в маркетинге современных музеев 2. Продвижение музея через представительство в сети ИНТЕРНЕТ. 3. Музей в информационном пространстве: отечественный и зарубежный опыт. Преимущества музея с Интернет-представительством. 4. Типовая структура отечественного музейного сайта. Серверы «Музеи России» и «MUSEE». 5. Интернет-ресурсы музея и туристический имидж региона. Направления развития музейного сайта. 6. Электронная коммерция в музее. Виды электронной коммерции. Преимущества и значение электронной торговли. 7. Оптимальные модели. Формы участия отдельных музеев. <p>3.3. Примерные практические задания:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Изучите сайт Музея изобразительных искусств в Бостоне: какие маркетинговые технологии используются? 2. Электронный музейный магазин на базе Кунсткамеры: выбор модели и характеристика проекта 3. Электронный магазин Государственного Эрмитажа: представление товаров, доставка. 4. Сайт «Музеум Компани»: особенности функционирования 5. Электронный маркетинговый комплекс заповедника «Кижичи»: анализ. 6. Коммерческий сайт Музея современного искусства и Галереи Тейт: маркетинговые особенности <p>3.4. Портфолио:</p> <p>- участие в научно-практических конференциях по прикладным проблемам развития туризма, организации туристических услуг и управлению туристскими организациями</p> <p>3.5. Вопросы к зачету:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Особенности менеджмента в музейной деятельности. 2. Методы стратегического управления музеев. 3. Разновидности музеев по их принадлежности. 4. Персонал музея: основы организации. 5. Особенности кадрового состава музея. Роль волонтеров в музее. 6. Директор современного музея. 7. Должностные обязанности и квалификация сотрудников музея. 8. Управление фондами музея. 9. Управление музейными программами, адресованными публике. 10. Управление музейной недвижимостью. 11. Управление финансами музея. 12. Организация содействия музею. 13. Фандрайзинговая политика музея. 14. Спонсорство музеев: отечественный и зарубежный опыт. 15. Контроль и учет расходов музея. 16. Маркетинг в музейной деятельности: понятие, содержание и особенности. 17. Маркетинг и коммуникативная политика современного музея. 18. Музейный маркетинг: взаимодействие с аудиторией. 19. Музейный посетитель: исследование и особенности. 20. Программы активного привлечения публики в музей. 21. Общая характеристика форм коммерческой деятельности музея. 22. Оценка эффективности коммерческой деятельности музея. 23. Музейный магазин: основные элементы и опыт организации. 24. Сувенирная продукция музея. 25. Музейное кафе: опыт организации. 26. Особенности паблик рилейшнз в музее. 27. Музей и средства массовой информации. 28. Продвижение музея через представительство в сети Интернет. 29. Электронная коммерция в музее. 30. Электронный музейный магазин
5.4. Оценка результатов обучения в соответствии с индикаторами достижения компетенций

ПК-4.1: Умеет проводить оценку эффективности управленческих решений по стратегическим направлениям деятельности предприятий сферы туризма

Не зачтено (0-49 баллов): не достигнут

Зачтено. Пороговый уровень, 51-69 баллов: студент не в полной мере способен проводить оценку эффективности

управленческих решений по стратегическим направлениям деятельности предприятий сферы туризма

Зачтено. Базовый уровень, 70-84 балла: студент в целом способен проводить оценку эффективности управленческих решений по стратегическим направлениям деятельности предприятий сферы туризма

Зачтено. Высокий уровень, 85-100 баллов: студент на высоком уровне способен проводить оценку эффективности управленческих решений по стратегическим направлениям деятельности предприятий сферы туризма

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Издание	Экз.
Л1.1	А. И. Юдина	Инновационный менеджмент и маркетинг организаций сферы культуры: оценка качества и прогнозирование социально-культурной деятельности: учебное пособие для магистрантов — Кемерово : Кемеровский государственный институт культуры, 2018 — URL: http://www.iprbookshop.ru/93499.html	9999
Л1.2	Е. Н. Маслак	Музейный менеджмент: учебное пособие — Ростов-на-Дону ; Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2020 — URL: http://www.iprbookshop.ru/107963.html	9999

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Издание	Экз.
Л2.1	А. В. Лушникова	Музееведение/ музеология: конспект лекций — Челябинск : Челябинский государственный институт культуры, 2010 — URL: http://www.iprbookshop.ru/56448.html	9999
Л2.2	С. А. Мухамедиева	Экономика культуры: учебное пособие для бакалавров — Кемерово : Кемеровский государственный институт культуры, 2019 — URL: http://www.iprbookshop.ru/95582.html	9999

6.3.1 Перечень программного обеспечения

6.3.2 Перечень информационных справочных систем

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	Оборудованные учебные аудитории, в том числе с использованием видеопроектора и подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Университета.
-----	--

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Оценивание ответа на зачете осуществляется в рамках двубальной шкалы – «зачтено» – «не зачтено».

Оценка «зачтено» предполагает:

- хорошее знание основных терминов и понятий курса;
- хорошее знание и владение методами и средствами решения задач;
- последовательное изложение материала курса;
- умение формулировать некоторые обобщения по теме вопросов;
- достаточно полные ответы на вопросы при сдаче зачета;
- умение использовать фундаментальные понятия из других областей знаний при ответе на зачете.

Оценка «не зачтено» предполагает:

- неудовлетворительное знание основных терминов и понятий курса;
- неумение решать задачи;
- отсутствие логики и последовательности в изложении материала курса;
- неумение формулировать отдельные выводы и обобщения по теме вопросов;
- неумение использовать фундаментальные понятия из других областей знаний при ответе на зачете.

Лекции. Основу теоретического обучения магистрантов по дисциплине составляют лекции. Они представляют студентам систематизированные знания о наиболее сложных и актуальных проблемах изучаемой дисциплины. На лекциях особое внимание уделяется не только усвоению студентами изучаемых проблем, но и стимулированию их познавательной деятельности, творческого мышления, формированию научного мировоззрения, профессионально-значимых свойств и качеств. Лекции по учебной дисциплине проводятся с использованием презентационных материалов и обсуждением проблемных, узловых, методологически значимых вопросов. Для лучшего усвоения материала студентам необходимо вести конспект. В случае возникновения вопросов в ходе лекции их следует задать преподавателю в установленном порядке (по ходу изложения материала, либо в конце лекции), либо пометить в конспекте и разобраться в процессе самостоятельной работы.

Лекция является первым шагом подготовки обучающихся к практическим занятиям. Проблемы, поставленные в ней, на

практическом занятии приобретают конкретное выражение и решение. Обучающиеся должны всегда видеть ведущую идею курса и ее связь с практикой

Практические и семинарские занятия относятся к основным видам учебных занятий. Выполнение обучающимися практических и семинарских заданий направлено на:

- обобщение, систематизацию, углубление, закрепление полученных практических знаний по конкретным темам;
- формирование умений применять полученные знания на практике, реализацию единства интеллектуальной и практической деятельности;
- развитие личностных качеств, направленных на устойчивое стремление к самосовершенствованию: самопознанию, самоконтролю, самооценке, саморазвитию и саморегуляции;
- развитие интеллектуальных умений у будущих специалистов;
- выработку таких профессионально значимых качеств, как самостоятельность, ответственность, точность, творческая инициатива.

Содержание практических и семинарских заданий определяется в рабочей программе дисциплины и фонде оценочных средств.

Практические и семинарские занятия проводятся под руководством преподавателя, который заблаговременно подготавливает всю необходимую учебно-методическую документацию для их проведения и контроля.

Практические занятия, включенные в изучение дисциплины, направлены на формирование у обучающихся практических умений, развитие навыков командной работы, коммуникативной компетентности, а также понимания теории и практики образовательного процесса в общеобразовательной школе, как основы для реализации гуманитарных технологий в образовательной сфере.

Семинарское занятие - одна из форм практических занятий, проводимых по наиболее сложным вопросам (темам, разделам) с целью формирования и развития у обучающихся навыков самостоятельной работы, научного мышления, умения активно участвовать в творческой дискуссии, делать выводы, аргументировано излагать свое мнение и отстаивать его.