

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»
Факультет истории, мировой политики и социологии
Кафедра всеобщей и российской истории

УТВЕРЖДАЮ:
Декан факультета



В. В. Романов
«05» июля 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине Б1.В.8 Менеджмент и маркетинг музейной деятельности

Направление подготовки/специальность: 51.03.04 - Музеология и охрана объектов культурного и природного наследия

Профиль/направленность/специализация: Культурный туризм и экскурсионная деятельность

Уровень высшего образования: бакалавриат

Квалификация: Бакалавр

год набора: 2021

Авторы программы:

Кандидат филологических наук, доцент Олейникова Светлана Дмитриевна

Шуваев Денис Андреевич

Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 51.03.04 - Музеология и охрана объектов культурного и природного наследия (уровень бакалавриата) (приказ Министерства образования и науки РФ от «06» декабря 2017 г. № 1180).

Рабочая программа принята на заседании Кафедры всеобщей и российской истории «30» июня 2021 г. Протокол № 8

Рассмотрена и одобрена на заседании Ученого совета Факультета истории, мировой политики и социологии, Протокол от «05» июля 2021 г. № 9.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели и задачи дисциплины.....	4
2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавра.....	4
3. Объем и содержание дисциплины.....	5
4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства.....	9
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	16
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	18
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы.....	18

1. Цели и задачи дисциплины

1.1 Цель дисциплины – формирование компетенций:

УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

1.2 Типы задач профессиональной деятельности, к которым готовятся обучающиеся в рамках освоения дисциплины:

- организационно-управленческий
- проектный

1.3 Дисциплина ориентирована на подготовку обучающихся к профессиональной деятельности в сфере: 04 Культура, искусство (в сферах: деятельности по хранению музейных предметов и музейных коллекций в музеях; деятельности по учету музейных предметов в музеях; экскурсионной деятельности)

сфера деятельности по проектированию экспозиций и выставок в музеях;

сфера деятельности по разработке и реализации программ охраны, использования и популяризации объектов культурного и природного наследия;

сфера формирования и реализации культурно-образовательных и научно-просветительных программ в музеях.

1.4 В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы:

Обобщенные трудовые функции / трудовые функции / трудовые или профессиональные действия (при наличии профстандарта)	Код и наименование компетенции ФГОС ВО, необходимой для формирования трудового или профессионального действия	Индикаторы достижения компетенций
	УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	Находит и использует источники получения дополнительной информации для повышения уровня общих и профессиональных знаний

1.5 Согласование междисциплинарных связей дисциплин, обеспечивающих освоение компетенций:

УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

№ п/п	Наименование дисциплин, определяющих междисциплинарные связи	Форма обучения
		Очная (семестр)
		2
1	Введение в проектную деятельность	+

2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата:

Дисциплина «Менеджмент и маркетинг музейной деятельности» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, учебного плана ОП по направлению подготовки 51.03.04 - Музеология и охрана объектов культурного и природного наследия.

Дисциплина «Менеджмент и маркетинг музейной деятельности» изучается в 6, 7 семестрах.

3.Объем и содержание дисциплины

3.1.Объем дисциплины: 3 з.е.

Очная: 3 з.е.

Вид учебной работы	Очная (всего часов)
Общая трудоёмкость дисциплины	108
Контактная работа	56
Лекции (Лекции)	28
Практические (Практ. раб.)	28
Самостоятельная работа (СР)	52
Зачет	-

3.2.Содержание курса:

№ темы	Название раздела/темы	Вид учебной работы, час.			Формы текущего контроля
		Лек ции	Пра кт. раб.	СР	
		О	О	О	
6 семестр					
1	Введение в дисциплину. Структура музейной организации и теория музейной коммуникации в системе социокультурного менеджмента	3	3	3	Собеседование; Опрос
2	Управление коллекциями и программами, адресованными публике	3	3	3	Собеседование; Тестирование
3	Управление финансами	3	3	3	Собеседование; Опрос
4	Управление знаниями	3	3	3	Собеседование; тестирование
7 семестр					
5	Специфика маркетинговых технологий в управлении современным музеем	4	4	10	Собеседование; Опрос
6	Маркетинговые исследования в системе музейной деятельности	4	4	10	Собеседование; Тестирование

7	Маркетинговое обеспечение выставочной деятельности в музее	4	4	10	Собеседование; Опрос
8	Формирование маркетинговой стратегии в музее	4	4	10	Собеседование; тестирование

Тема 1. Введение в дисциплину. Структура музейной организации и теория музейной коммуникации в системе социокультурного менеджмента (УК-3)

Лекция.

Музейное дело и его роль в современном обществе. Менеджмент и маркетинг музейной работы как учебная дисциплина, наука и практика. Цель и содержание дисциплины, её основные задачи, место и роль в подготовке специалиста. Основные положения предмета. Основные термины и понятия. Основы программно-целевого метода управления сферой культуры и музейным делом. Методы стратегического менеджмента и маркетинга, учитывающие специфику развития музейного дела в России. Менеджер в музее и сущность управления музеями и музеями-заповедниками (как особым типом учреждения культуры). Управление персоналом музея: перспектива и практика развития организационной структуры музея. Типовые организационные структуры музеев. Сущность и функции управления в музейном деле; основные инструменты менеджмента в музее; методы управления, их отраслевая специфика; отчетность и делопроизводство в музее. Ресурсы музея в программах развития культурного туризма. Социальная среда функционирования музея. Музей в условиях историко-культурной специфики региона, современные проблемы региона как система ориентиров для модернизации концепции и новых функций музея. Ресурсный потенциал музея в экскурсионных программах культурного туризма. Законодательное регулирование музейной деятельности. Реформирование бюджетного сектора: общая характеристика и цели изменения правового статуса бюджетных учреждений. Основные положения нового Федерального закона – ФЗ «О совершенствовании правового положения государственных (муниципальных) учреждений». Возможности, преимущества и риски выбора нового правового статуса: бюджетные учреждения, автономные учреждения, казенные учреждения – сравнительная характеристика.

Практическое занятие.

1. Особенности менеджмента и маркетинг в музеях России.
2. Специфика современных условий и роль менеджмента и маркетинга в управлении, планировании, развитии различных видов деятельности в музеях.
3. Сущность и функции управления в музейном деле; основные инструменты менеджмента в музее; методы управления, их отраслевая специфика; отчетность и делопроизводство в музее.

Задания для самостоятельной работы.

Проработка конспектов лекций, изучение основной и дополнительной литературы

Тема 2. Управление коллекциями и программами, адресованными публике (УК-3)

Лекция.

Программа комплексного развития музея – научно-методическая основа разработки системы программных мероприятий. Программа комплексного развития музея – научно-методические и практические основы разработки технико-экономического обоснования. Инновационные механизмы продвижения и реализации программ комплексного развития музеев. Нормативно-правовая база управления музейными коллекциями. Федеральный закон РФ «О музейном фонде Российской Федерации и музеях в Российской Федерации» от 01.01.2001. Положение о Музейном фонде Российской Федерации от 01.01.2001. Инструкция по учету и хранению музейных ценностей от 01.01.2001. Разработка политики управления коллекциями, процедуры приобретения, каталогизации, исключения из коллекции и выдачи предметов. Хранилища музейных фондов, обращение к коллекциям на выставках и экспозициях, публичный доступ к коллекциям. Политика в области охраны коллекций.

Практическое занятие.

1. Управление фондами музея
2. Управление музейными программами, адресованными публике
3. Управление редкими и особо ценными коллекциями музея

Задания для самостоятельной работы.

Проработка конспектов лекций, изучение основной и дополнительной литературы

Тема 3. Управление финансами (УК-3)

Лекция.

Управление и порядок распоряжения имуществом. Привлечение внебюджетных источников финансирования (фандрайзинг). Иные источники финансирования (спонсоры и благотворители). Создание клуба «Друзья музея», Совета попечителей и п. т. Музейный магазин: расположение, дизайн, штат сотрудников, ассортимент товара, ценообразование, подача и демонстрация товара. Музейное кафе.

Практическое занятие.

1. Источники финансирования музеев на современном этапе (государственные, общественные, частные, корпоративные и комбинированные), их формы и доля в общем объеме финансирования.
2. История развития музейного бизнес-спонсорства.
3. Фандрейзинг как форма привлечения ресурсов для реализации музейных проектов

Задания для самостоятельной работы.

Конспектирование материалов, работа со справочной литературой

Тема 4. Управление знаниями (УК-3)

Лекция.

Информационное обеспечение развития музея. Информационные технологии в современной музейной экспозиции. Тенденции развития музейных информационных технологий. Отчетность и делопроизводство в музее. Обзор системы каталогизации и документации музея. Персонал, ответственный за учет и документацию коллекций в музее, архивариусы, IT персонал. Информационные интернет ресурсы по музейному делу.

Практическое занятие.

1. Инновационный менеджмент в музее
2. Управление инновациями в музее.
3. Информационный менеджмент в музеях
4. Менеджмент выставок и галереи
5. Музей и образование

Задания для самостоятельной работы.

Чтение статей и работ музеологов по данной проблематике, знакомство с текстами исторических источников

Тема 5. Специфика маркетинговых технологий в управлении современным музеем (УК-3)

Лекция.

Система маркетинга и условия ее функционирования. Музейный маркетинг в условиях рынка. Обзор эффективных музейных стратегий в условиях рынка. Организация работы по привлечению и обслуживанию посетителей музея, новые и традиционные формы работы.

Практическое занятие.

1. Музейный маркетинг в системе социального маркетинга
2. Адаптация концепций и технологий бизнес-маркетинга к специфике музея
3. Музейные аудитории и сегменты рынка
4. Маркетинговые стратегии музеев

Задания для самостоятельной работы.

Тема 6. Маркетинговые исследования в системе музейной деятельности (УК-3)**Лекция.**

Музейная продукция как товар, динамика рынка музейного товара и моделирование поведения потребителя; методы исследования музейного маркетинга. Динамика рынка музейного товара и моделирование поведения потребителя.

Практическое занятие.

1. Виды маркетинговых исследований в музее
2. Методика проведения маркетинговых исследований
3. Этапы маркетингового исследования

Задания для самостоятельной работы.

Чтение статей и работ музеологов по данной проблематике, знакомство с текстами исторических источников

Тема 7. Маркетинговое обеспечение выставочной деятельности в музее (УК-3)**Лекция.**

Модернизация экспозиционной деятельности музеев. Новые подходы к музейной экспозиции, ресурсный потенциал музея как основа инноваций. Реорганизация экспозиционно-выставочной деятельности и системы музейных коммуникаций. Проектные технологии в развитии музейной деятельности (проведение фирменных праздников, театрально-концертных мероприятий, музейных акций и т. п.). Интерактивные программы и инновационные методы экскурсионной работы. Новые технологии в музейной педагогике, ресурсы музея в музейно-педагогических программах.

Практическое занятие.

1. Коммуникативность как тенденция современной выставочной деятельности
2. Музейный интернет-сайт в системе репрезентации экспозиции музея
3. Галерейный интернет-сайт в современном интерактивном экспозиционно-выставочном пространстве.

Задания для самостоятельной работы.

Анализ существующих точек зрения на специфику маркетингового обеспечения выставочной деятельности в музее. Аргументация своей интерпретации

Тема 8. Формирование маркетинговой стратегии в музее (УК-3)**Лекция.**

Концепция музейного маркетинга. Продвижение музейных продуктов на рынок в современных условиях, рекламная деятельность: Internet, контекстная реклама, баннерная реклама. Формирование бюджета рекламных кампаний. Паблик рилейшенз в политике и стратегии сбыта музейной продукции; организация рекламы и рекламная политика музея, событийный маркетинг. Политика и стратегия обслуживания посетителей музея. Кодекс профессиональной этики. Формирование корпоративной культуры и имиджа музеев как важная часть реализации стратегии развития. Критерии успеха музея; анализ деятельности музея по отношению к его миссии.

Практическое занятие.

1. Методы продвижения услуг музея на потребительском рынке
2. Музейная продукция как товар, динамика рынка музейного товара и моделирования поведения потребителя
3. Планирование и проведение паблик рилейшенз-компаний
4. Рекламная политика музея, событийный маркетинг. Опыт рекламной деятельности в музеях России
5. Этика и культура менеджмента в музеях

Задания для самостоятельной работы.

Конспектирование материалов, работа со справочной литературой

4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства

4.1. Распределение баллов:

6 семестр

- посещаемость – 10 баллов
- текущий контроль – 70 баллов
- контрольные срезы – 2 среза по 10 баллов каждый
- премиальные баллы – 20 баллов

Распределение баллов по заданиям:

№ те мы	Название темы / вид учебной работы	Формы текущего контроля / срезы	Мах. кол-во баллов	Методика проведения занятия и оценки
1.	Введение в дисциплину. Структура музейной организации и теория музейной коммуникации в системе социокультурного менеджмента	Собеседование	15	15 баллов – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию. 10 баллов - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию. 5 баллов – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается.
		Опрос	10	10 баллов – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию. 5 баллов - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию. 2 баллов – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается.

2.	Управление коллекциями и программами, адресованными публике	Собеседование	15	<p>15 баллов – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию.</p> <p>10 баллов - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию.</p> <p>5 баллов – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему</p> <p>Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается.</p>
		Тестирование(контрольный срез)	10	<p>За прохождение тестирования выставляются следующие баллы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 90 % - 10 баллов; 75-89% -8 баллов; - 65 % - 6 баллов; - 50 % - 5 балла; - менее 50 % - балл не ставится
3.	Управление финансами	Собеседование	15	<p>15 баллов – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию.</p> <p>10 баллов - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию.</p> <p>5 баллов – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему</p> <p>Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается.</p>
		Опрос	10	<p>10 баллов – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию.</p> <p>5 баллов - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию.</p> <p>2 баллов – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему</p> <p>Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается.</p>

4.	Управление знаниями	Собеседование	5	Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д. Основные качества устного ответа, подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала.
		тестирование(контрольный срез)	10	Контрольный срез в форме теста. Тест состоит из 30 вопросов. 10 баллов – студент правильно отвечает на 75-100% вопросов в тесте 7 баллов – студент правильно отвечает на 50-74% вопросов в тесте 3 балла – студент правильно отвечает на 25-50% вопросов в тесте. Менее 25% правильных ответов баллов не дает.
5.	Посещаемость		10	За 100% посещаемость
6.	Премияльные баллы		20	Дополнительные премиальные баллы могут быть начислены: - собеседование по книгам из списка научно-популярной и художественной литературы. – 20 баллов; - постоянная активность во время практических занятий – 15 баллов; - участие с докладом во всероссийской конференции по тематике изучаемой дисциплины – 15 баллов; - чтение и аннотирование статей по тематике курса представляет собой краткое описание (1 лист стандартного текста) основных идей и целей конкретной научной статьи. Каждая статья оценивается в 2 балла.
7.	Итого за семестр		100	

7 семестр

- посещаемость – 10 баллов
- текущий контроль – 70 баллов
- контрольные срезы – 2 среза по 10 баллов каждый
- премиальные баллы – 20 баллов

Распределение баллов по заданиям:

№ темы	Название темы / вид учебной работы	Формы текущего контроля / срезы	Мак. кол-во баллов	Методика проведения занятия и оценки
--------	------------------------------------	---------------------------------	--------------------	--------------------------------------

1.	Специфика маркетинговых технологий в управлении современным музеем	Собеседование	15	<p>Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.</p> <p>Основные качества устного ответа, подлежащего оценке:</p> <ul style="list-style-type: none"> - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала.
		Опрос	10	<p>10 баллов – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию.</p> <p>5 баллов - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию.</p> <p>2 баллов – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему</p> <p>Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается.</p>
2.	Маркетинговые исследования в системе музейной деятельности	Собеседование	15	<p>Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.</p> <p>Основные качества устного ответа, подлежащего оценке:</p> <ul style="list-style-type: none"> - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала.
		Тестирование(контрольный срез)	10	<p>За прохождение тестирования выставляются следующие баллы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 90 % - 10 баллов; - 75-89% -8 баллов; - 65 % - 6 баллов; - 50 % - 5 балла; - менее 50 % - балл не ставится

3.	Маркетинговое обеспечение выставочной деятельности в музее	Собеседование	15	<p>15 баллов – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы</p> <p>10 балла - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов</p> <p>3 балла – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему</p> <p>Если студент не владеет информацией, то ответ не оценивается.</p>
		Опрос	10	<p>10 баллов – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию.</p> <p>5 баллов - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию.</p> <p>2 баллов – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему</p> <p>Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается.</p>
4.	Формирование маркетинговой стратегии в музее	Собеседование	5	<p>5 баллов – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы</p> <p>3 балла - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов</p> <p>1 балл – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему</p> <p>Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается</p>
		тестирование(контрольный срез)	10	<p>Контрольный срез в форме теста. Тест состоит из 30 вопросов.</p> <p>10 баллов – студент правильно отвечает на 75-100% вопросов в тесте</p> <p>7 баллов – студент правильно отвечает на 50-74% вопросов в тесте</p> <p>3 балла – студент правильно отвечает на 25-50% вопросов в тесте.</p> <p>Менее 25% правильных ответов баллов не дает.</p>
5.	Посещаемость		10	За 100% посещаемость

6.	Премияльные баллы	20	Дополнительные премияльные баллы могут быть начислены: - собеседование по книгам из списка научно-популярной и художественной литературы. – 20 баллов; - постоянная активность во время практических занятий – 15 баллов; - участие с докладом во всероссийской конференции по тематике изучаемой дисциплины – 15 баллов; - чтение и аннотирование статей по тематике курса представляет собой краткое описание (1 лист стандартного текста) основных идей и целей конкретной научной статьи. Каждая статья оценивается в 2 балла.
7.	Итого за семестр	100	

Итоговая оценка по зачету выставляется в 100-балльной шкале и в традиционной четырехбалльной шкале. Перевод 100-балльной рейтинговой оценки по дисциплине в традиционную четырехбалльную осуществляется следующим образом:

100-балльная система	Традиционная система
50 - 100 баллов	Зачтено
0 - 49 баллов	Не зачтено

4.2 Типовые оценочные средства текущего контроля

Опрос

Тема 3. Управление финансами

1. Источники финансирования музеев на современном этапе (государственные, общественные, частные, корпоративные и комбинированные), их формы и доля в общем объеме финансирования.
2. История развития музейного бизнес-спонсорства.
3. Фандрейзинг как форма привлечения ресурсов для реализации музейных проектов

Тема 5. Специфика маркетинговых технологий в управлении современным музеем

1. Музейный маркетинг в системе социального маркетинга
2. Адаптация концепций и технологий бизнес-маркетинга к специфике музея
3. Музейные аудитории и сегменты рынка
4. Маркетинговые стратегии музеев

Собеседование

Тема 1. Введение в дисциплину. Структура музейной организации и теория музейной коммуникации в системе социокультурного менеджмента

1. Особенности менеджмента и маркетинг в музеях России.
2. Специфика современных условий и роль менеджмента и маркетинга в управлении, планировании, развитии различных видов деятельности в музеях.
3. Сущность и функции управления в музейном деле; основные инструменты менеджмента в музее; методы управления, их отраслевая специфика; отчетность и делопроизводство в музее.

Тема 7. Маркетинговое обеспечение выставочной деятельности в музее

1. Коммуникативность как тенденция современной выставочной деятельности
2. Музейный интернет-сайт в системе репрезентации экспозиции музея

3. Галерейный интернет-сайт в современном интерактивном экспозиционно-выставочном пространстве.

Тестирование

Тема 2. Управление коллекциями и программами, адресованными публике

1. Управление фондами музея
2. Управление музейными программами, адресованными публике
3. Управление редкими и особо ценными коллекциями музея

Тема 4. Управление знаниями

1. Инновационный менеджмент в музее
2. Управление инновациями в музее.
3. Информационный менеджмент в музеях
4. Менеджмент выставок и галереи
5. Музей и образование

Тема 6. Маркетинговые исследования в системе музейной деятельности

1. Виды маркетинговых исследований в музее
2. Методика проведения маркетинговых исследований
3. Этапы маркетингового исследования

Тема 8. Формирование маркетинговой стратегии в музее

1. Методы продвижения услуг музея на потребительском рынке
2. Музейная продукция как товар, динамика рынка музейного товара и моделирования поведения потребителя
3. Планирование и проведение публичных релейшенз-компаний
4. Рекламная политика музея, событийный маркетинг. Опыт рекламной деятельности в музеях России
5. Этика и культура менеджмента в музеях

4.3 Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета

Типовые вопросы зачета (УК-3)

Музейный менеджмент как наука и практика

Нормативно-правовое поле деятельности и типовые организационные структуры музеев

Основы программно-целевого метода управления сферой культуры и музейным делом.

Сущность и функции управления в музейном деле; основные инструменты менеджмента в музее; методы управления, их отраслевая специфика; отчетность и делопроизводство в музее

Методы стратегического менеджмента и маркетинга, учитывающие специфику развития музейного дела в России

Составьте маркетинговый план в расчёте на выставку, приуроченную к столетнему юбилею некоего воображаемого музея.

Разработайте маркетинговую стратегию выставочного проекта некоего воображаемого музея.

Проведите сравнительный анализ менеджмента и маркетинга ведущих зарубежных и отечественных музеев.

Типовые задания для зачета (УК-3)

Главная функция управления музеем:

формулировать политику музея

направлять и контролировать политику музея
выбирать подходящий курс действий для реализации целей

Фандрейзинг – это:

вид человеческой деятельности, направленной на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена

технология привлечения и аккумуляирования средств из различных источников

рыночная концепция управления производственно-сбытовой и научно-технической деятельностью организаций, направленная на изучение предпринимательской среды, рынка, конкретных запросов потребителей и ориентацию на них производимых товаров и услуг

процесс планирования организации, мотивации и контроля, необходимый для того, чтобы сформировать и достичь цели организации

целенаправленное организационное воздействие на людей, работающих в организации

Процесс маркетинговых исследований включает в себя несколько этапов (выберете три варианта ответа):

определение проблемы

анализ прессы

создание кризисного плана

сбор информации

разработка плана

подготовка работы со СМИ

В музейной сфере доминирующим товаром является:

потребность

нужда

запрос

услуга

Б. Лорд выделяет следующие типы музейных организаций по принадлежности (подчиненности) и степени самостоятельности (выберете три варианта ответа):

учебные музеи

музеи-усадьбы

частные собрания

персональные музеи

музеи ведомственного подчинения

учреждения «на длинном поводке»

4.4. Шкала оценивания промежуточной аттестации

Оценка	Компетенции	Дескрипторы (уровни) – основные признаки освоения (показатели достижения результата)
«зачтено» (50 - 100 баллов)	УК-3	находит и использует источники получения дополнительной информации для повышения уровня общих и профессиональных знаний.
«не зачтено» (0 - 49 баллов)	УК-3	не находит и не использует источники получения дополнительной информации для повышения уровня общих и профессиональных знаний.

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

5.1 Методические указания по организации самостоятельной работы обучающихся:

Приступая к изучению дисциплины, в первую очередь обучающимся необходимо ознакомиться содержанием рабочей программы дисциплины (РПД), которая определяет содержание, объем, а также порядок изучения и преподавания учебной дисциплины, ее раздела, части.

Для самостоятельной работы важное значение имеют разделы «Объем и содержание дисциплины», «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» и «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы».

В разделе «Объем и содержание дисциплины» указываются все разделы и темы изучаемой дисциплины, а также виды занятий и планируемый объем в академических часах.

В разделе «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» указана рекомендуемая основная и дополнительная литература.

В разделе «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы» содержится перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем, необходимых для освоения дисциплины.

5.2 Рекомендации обучающимся по работе с теоретическими материалами по дисциплине

При изучении и проработке теоретического материала необходимо:

- просмотреть еще раз презентацию лекции в системе MOODLe, повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной дополнительной литературы;
- при самостоятельном изучении теоретической темы сделать конспект, используя рекомендованные в РПД источники, профессиональные базы данных и информационные справочные системы;
- ответить на вопросы для самостоятельной работы, по теме представленные в пункте 3.2 РПД.
- при подготовке к текущему контролю использовать материалы фонда оценочных средств (ФОС).

5.3 Рекомендации по работе с научной и учебной литературой

Работа с основной и дополнительной литературой является главной формой самостоятельной работы и необходима при подготовке к устному опросу на семинарских занятиях, к дебатам, тестированию, экзамену. Она включает проработку лекционного материала и рекомендованных источников и литературы по тематике лекций.

Конспект лекции должен содержать реферативную запись основных вопросов лекции, в том числе с опорой на размещенные в системе MOODLe презентации, основных источников и литературы по темам, выводы по каждому вопросу. Конспект может быть выполнен в рамках распечатки выдачи презентаций лекций или в отдельной тетради по предмету. Он должен быть аккуратным, хорошо читаемым, не содержать не относящуюся к теме информацию или рисунки.

Конспекты научной литературы при самостоятельной подготовке к занятиям должны содержать ответы на каждый поставленный в теме вопрос, иметь ссылку на источник информации с обязательным указанием автора, названия и года издания используемой научной литературы. Конспект может быть опорным (содержать лишь основные ключевые позиции), но при этом позволяющим дать полный ответ по вопросу, может быть подробным. Объем конспекта определяется самим студентом.

В процессе работы с основной и дополнительной литературой студент может:

- делать записи по ходу чтения в виде простого или развернутого плана (создавать перечень основных вопросов, рассмотренных в источнике);
- составлять тезисы (цитирование наиболее важных мест статьи или монографии, короткое изложение основных мыслей автора);
- готовить аннотации (краткое обобщение основных вопросов работы);
- создавать конспекты (развернутые тезисы).

5.4. Рекомендации по подготовке к отдельным заданиям текущего контроля

Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.

Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:

- правильность ответа по содержанию;

- полнота и глубина ответа;
- сознательность ответа;
- логика изложения материала;
- рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи;
- своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе;
- использование дополнительного материала;
- рациональность использования времени, отведенного на задание.

Устный опрос может сопровождаться презентацией, которая подготавливается по одному из вопросов практического занятия. При выступлении с презентацией необходимо обращать внимание на такие моменты как:

- содержание презентации: актуальность темы, полнота ее раскрытия, смысловое содержание, соответствие заявленной темы содержанию, соответствие методическим требованиям (цели, ссылки на ресурсы, соответствие содержания и литературы), практическая направленность, соответствие содержания заявленной форме, адекватность использования технических средств учебным задачам, последовательность и логичность презентуемого материала;
- оформление презентации: объем (оптимальное количество), дизайн (читаемость, наличие и соответствие графики и анимации, звуковое оформление, структурирование информации, соответствие заявленным требованиям), оригинальность оформления, эстетика, использование возможности программной среды, соответствие стандартам оформления;
- личностные качества: ораторские способности, соблюдение регламента, эмоциональность, умение ответить на вопросы, систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам программы;
- содержание выступления: логичность изложения материала, раскрытие темы, доступность изложения, эффективность применения средств ИКТ, способы и условия достижения результативности и эффективности для выполнения задач своей профессиональной или учебной деятельности, доказательность принимаемых решений, умение аргументировать свои заключения, выводы.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Основная литература:

1. Шулепова Э.А., Гос. ин-т искусствознания Основы музееведения : Учеб. пособие. - М.: Едиториал УРСС, 2005. - 501 с.
2. Лорд Б., Лорд Г.Д. Менеджмент в музейном деле : Учеб. пособие. - М.: Логос, 2002. - 255 с.

6.2 Дополнительная литература:

1. Каулен М.Е., Коссова И.М., Сундиева А.А. Музейное дело России. - М.: Изд-во "БК", 2005. - 615 с.
2. № 1 (134), 2014
3. № 2, 2016

6.3 Иные источники:

1. Мир музея – URL: <http://www.mirmus.ru/> - <http://www.mirmus.ru/>
2. Журнал MUSEUM International на русском языке – URL: http://museolog.rsuh.ru/library/museum_international_rus/index.php - http://museolog.rsuh.ru/library/museum_international_rus/index.php

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Для проведения занятий по дисциплине необходимо следующее материально-техническое обеспечение: учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы.

Учебные аудитории и помещения для самостоятельной работы укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы укомплектованы компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета.

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования, обеспечивающие тематические иллюстрации (проектор, ноутбук, экран/ интерактивная доска).

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

Операционная система "Альт Образование"

Microsoft Office Профессиональный плюс 2007

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Консультант студента. Гуманитарные науки: электронно-библиотечная система. – URL: <https://www.studentlibrary.ru>
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru. – URL: <https://elibrary.ru>
4. Научная электронная библиотека Российской академии естествознания. – URL: <https://www.monographies.ru>
5. Президентская библиотека имени Б.Н. Ельцина. – URL: <https://www.prilib.ru>
6. Российская государственная библиотека. – URL: <https://www.rsl.ru>
7. Российская национальная библиотека. – URL: <http://nlr.ru>
8. Университетская библиотека онлайн: электронно-библиотечная система. – URL: <https://biblioclub.ru>
9. Электронная библиотека ТГУ. – URL: <https://elibrary.tsutmb.ru/>
10. Электронная библиотека РФФИ. – URL: <https://www.rfbr.ru/rffi/ru/library>
11. Электронный каталог Фундаментальной библиотеки ТГУ. – URL: <http://biblio.tsutmb.ru/elektronnyij-katalog>

Электронная информационно-образовательная среда

https://auth.tsutmb.ru/authorize?response_type=code&client_id=moodle&state=xyz

Взаимодействие преподавателя и студента в процессе обучения осуществляется посредством мультимедийных, гипертекстовых, сетевых, телекоммуникационных технологий, используемых в электронной информационно-образовательной среде университета.