

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
Кафедра туристичного бізнесу та країнознавства

**КОМПЛЕКС НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
З ДИСЦИПЛІНИ**

“МУЗЕЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ТА МАРКЕТИНГ”

рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
галузь знань	24 «Сфера обслуговування»
спеціальність	242 «Туризм»
освітня програма	«Туризм»
вид дисципліни	за вибором

факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу

Укладач: к.і.н., доцент Посохов І.С.

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
Кафедра туристичного бізнесу та країнознавства

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Проректор з науково-педагогічної
роботи
проф. Олександр ГОЛОВКО

“30” серпня 2022 р.

Робоча програма навчальної дисципліни
Музейний менеджмент та маркетинг

рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
галузь знань	24 «Сфера обслуговування»
спеціальність	242 «Туризм»
освітня програма	«Туризм»
вид дисципліни	за вибором

факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу

2022 / 2023 навчальний рік

Програму рекомендовано до затвердження Вченою радою факультету міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу

“30” серпня 2022 року, протокол № 1

РОЗРОБНИК ПРОГРАМИ:

канд. іст. наук, доцент кафедри туристичного бізнесу та країнознавства
Іван ПОСОХОВ

Програму схвалено на засіданні кафедри туристичного бізнесу та країнознавства

Протокол № 1 від “29” серпня 2022 року

Завідувач кафедри туристичного бізнесу та країнознавства

___ оригінал підписано _ __ Анатолій ПАРФІНЕНКО
(підпис)

Програму погоджено з гарантом (керівником проектної групи)
освітньої-професійної програми «ТУРИЗМ»

Гарант (керівник проектної групи) освітньої-професійної програми
«ТУРИЗМ»

___ оригінал підписано _ Іван ПОСОХОВ
(підпис)

Програму погоджено науково-методичною комісією
факультету міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу

Протокол № 1 від “29” серпня 2022 року

Голова науково-методичної комісії факультету міжнародних
економічних відносин та туристичного бізнесу

___ оригінал підписано ___ Лариса ГРИГОРОВА-БЕРЕНДА
(підпис)

ВСТУП

Програма навчальної дисципліни «Музейний менеджмент та маркетинг» складена відповідно до освітньо-професійної програми
«Туризм»
 підготовки бакалавра
 за спеціальністю 242 «Туризм».

1. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

1.1. Метою викладання навчальної дисципліни є:
 здобуття студентами знань з історії та теорії музейної справи, засвоєння прийомів і методів роботи з пам'ятниками історії і культури, природними об'єктами в процесі їх виявлення, збирання, обліку, зберігання та використання, набуття навичок пошукової та експедиційної роботи.

1.2. Основними завданнями вивчення дисципліни є:
 розглянути музеєзнавство як наукову дисципліну; вивчити теорію музейного предмету; дослідити зародження і розвиток музеїв; вивчити історію розвитку музейної справи в Україні; розглянути фонди історичного музею; розглянути комплектування фондів музею; вивчити облік музейних фондів; дізнатися про зберігання фондів музеїв; розглянути наукове проектування музейної експозиції; вивчити архітектурно-художнє вирішення музейної експозиції; дослідити музейну експозицію у навчально-виховній роботі; дізнатися про сучасні музейні технології.

Дисципліна в цілому виконує освітню, світоглядну, інформаційну, розвиваючу, навчальну функції. При цьому в центрі уваги залишається людина з її потребами, ціннісними орієнтаціями та світоглядними уявленнями.

Формування наступних загальних компетентностей:

ЗК4 – здатність до критичного мислення, аналізу і синтезу.

ЗК6 – здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК8 – навички використання інформаційних та комунікаційних технологій.

ЗК14 – здатність працювати в команді та автономно.

Формування наступних фахових компетентностей:

ФК3 – Здатність аналізувати рекреаційно-туристичний потенціал території.

ФК5 – Розуміння сучасних тенденцій і регіональних пріоритетів розвитку туризму в цілому та окремих його форм і видів.

ФК10 – Здатність здійснювати моніторинг, інтерпретувати, аналізувати та систематизувати туристичну інформацію, уміння презентувати туристичний інформаційний матеріал.

ФК11 – Здатність використовувати в роботі туристичних підприємств інформаційні технології та офісну техніку.

1.3. Кількість кредитів:

Денна форма навчання – 3 кредити

1.4. Загальна кількість годин:

Денна форма навчання – 90 годин

1.5. Характеристика навчальної дисципліни	
За вибором	
Денна форма навчання	Заочна (дистанційна) форма навчання
Рік підготовки	
4-й	4-й
Семестр	
8-й	8-й
Лекції	
22 год.	10 год. (2 ауд., 8 дист.)
Практичні, семінарські заняття	
22 год.	
Лабораторні заняття	
год.	
Самостійна робота	
36 год.	70 год.
індивідуальні завдання	
10 год.	10 год.

1.6. Заплановані результати навчання

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти мають досягти наступних результатів:

<i>ПРН 2</i>	Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці базові поняття з теорії туризму, організації туристичного процесу та туристичної діяльності суб'єктів ринку туристичних послуг, а також світоглядних та суміжних наук.
<i>ПРН 5</i>	Аналізувати рекреаційно-туристичний потенціал території.
<i>ПРН 14</i>	Проявляти повагу до індивідуального та культурного різноманіття.
<i>ПРН 19</i>	Аргументовано відстоювати свої погляди у розв'язанні професійних завдань.

3. ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Тема 1. Об'єкт, предмет і методи музеєзнавчої науки.

- 1.1. Історія становлення музеєзнавства як науки.
- 1.2. Об'єкт, предмет і метод музеєзнавчої науки.
- 1.3. Базові поняття музеєзнавства.
- 1.4. Структура музеєзнавчої науки.
- 1.5. Роль і соціальні функції музею історичного профілю.
- 1.6. Проблематика сучасного музеєзнавства.
- 1.7. Музеєзнавство в системі наук.
- 1.8. Напрямки науково-дослідницької діяльності музею.
- 1.9. Історія музейної справи в Україні та світі.

Тема 2. Сучасний музейний менеджмент та маркетинг.

- 2.1. Особливості менеджменту в музейній діяльності.
- 2.2. Нові умови розвитку музеїв наприкінці ХХ – на початку ХХІ ст.
- 2.3. Методи управління в музеї.
- 2.4. Управлінські функції: організація, мотивація, контроль, комунікація.
- 2.5. Підготовка музейного менеджера.
- 2.6. Критерії ефективності діяльності музею.

- 2.7. Маркетинг в музейній діяльності: поняття, зміст та особливості. Функції маркетингу.
 2.8. Основні пропозиції музею. Музейний відвідувач як адресат пропозиції.
 2.9. Маркетинг і реклама. Завдання музейного маркетингу. Практика «попередніх продажів». «Маркетинг подій» музею. Маркетингові дослідження.

Тема 3. Комерційна та фандрайзингова діяльність музеїв.

- 3.1. Загальна характеристика форм комерційної діяльності музею.
 3.2. Досвід провідних музеїв світу.
 3.3. «Ендаумент». Нетрадиційні способи добування грошей.
 3.4. Музей як некомерційна організація: нормативно-правові засади діяльності.
 3.5. Оцінка ефективності комерційної діяльності музею.
 3.6. Музейний магазин: основні елементи і досвід організації. Розташування та дизайн. Штат співробітників. Асортимент товару. Ціноутворення. Реклама музейного магазину.
 3.7. Сувенірна продукція музею. Музей як ініціатор виробництва сувенірної продукції. Комерційне та іміджеве призначення сувенірів: досвід вітчизняних музеїв.
 3.8. Музейне кафе: досвід організації. Інтернет-кафе в музеї. Web-ресурси. Маркетингові дослідження.

Тема 4. Пріоритетні напрямки розвитку національної музейної мережі.

- 4.1. Музеї в системі комунікації;
 4.2. Музеї в соціально-економічному розвитку регіонів;
 4.3. Нові технології музейної діяльності;
 4.4. Організація музейної діяльності;
 4.5. Матеріально-технічна база музеїв;
 4.6. Професіоналізація музейної діяльності;
 4.7. Удосконалення нормативно-правової бази.
 4.8. Програми активного залучення публіки в музей.

3. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назви розділів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
	го	л	п	лаб.	інд.	с. р.	го	л	п	лаб.	інд.	с. р.
Тема 1. Об'єкт, предмет і методи музесознавчої науки.	19	5	5			9	16	2				14
Тема 2. Сучасний музейний менеджмент та маркетинг.	19	5	5			9	18	2				16
Тема 3. Комерційна та фандрайзингова діяльність музеїв.	21	6	6			9	23	3				20
Тема 4. Пріоритетні напрямки розвитку національної музейної мережі.	21	6	6			9	23	3				20
Контрольна робота	10				10		10				10	
Усього годин	90	22	22		10	36	90	10			10	70

4. ТЕМИ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Об'єкт, предмет і методи музеєзнавчої науки	5
2	Сучасний музейний менеджмент та маркетинг.	5
3	Комерційна та фандрайзингова діяльність музеїв.	6
4	Пріоритетні напрямки розвитку національної музейної мережі.	6
	Разом	22

5. САМОСТІЙНА РОБОТА

№ з/п	Види, зміст самостійної роботи	Кількість годин	
		Денна форма	Заочна форма
1	Підготовка до усного опитування на тему: «Об'єкт, предмет і методи музеєзнавчої науки» з наступних питань: Історія становлення музеєзнавства як науки. Об'єкт, предмет і метод музеєзнавчої науки. Базові поняття музеєзнавства. Структура музеєзнавчої науки.	9	14
2	Підготовка до усного опитування на тему: «Маркетинг у музейній діяльності» з наступних питань: Маркетинг і реклама. Завдання музейного маркетингу. Практика «попередніх продажів». «Маркетинг подій» музею.	9	16
3	Підготовка до усного опитування на тему: «Комерційна та фандрайзингова діяльність музеїв» з наступних питань: Сувенірна продукція музею. Музей як ініціатор виробництва сувенірної продукції. Комерційне та іміджеве призначення сувенірів: досвід вітчизняних музеїв. Музейне кафе: досвід організації. Інтернет-кафе в музеї. Маркетингові дослідження.	9	20
4	Підготовка до усного опитування на тему: «Роль інформаційних технологій в маркетингу сучасних музеїв» з наступних питань: Просування музею через представництво в мережі Інтернет. Музей в інформаційному просторі: вітчизняний та зарубіжний досвід. Переваги музею з Інтернет-представництвом. Типова структура вітчизняного музейного сайту. Інтернет-ресурси музею і туристичний імідж регіону.	9	20
5	Написання індивідуального завдання з дисципліни	10	10
	Разом	46	80

6. ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ

Індивідуальна навчальна робота покликана сформулювати практичні навички роботи студентів зі спеціальною літературою, орієнтувати їх на інтенсивну роботу, критичне осмислення здобутих знань та поглиблене вивчення теоретичних проблем дисципліни «Організація музейної діяльності» з метою підвищення якості професійної підготовки.

До форм індивідуальної навчальної роботи віднесено:

укладання глосарію із загальних понять курсу «Організація музейної діяльності».

Для виконання завдання необхідно: -використовуючи довідкову літературу та інші інформаційні джерела, з'ясувати значення запропонованих нижче термінів та записати значення кожного терміну до робочого зошиту з дисципліни «Організація музейної діяльності»; -розібратися у сутності кожної запропонованої категорії; -підготуватися до дискусії в аудиторії щодо розуміння вивченого матеріалу; -у випадку наявності

декількох тлумачень кожного терміну, обґрунтувати, якої саме інтерпретації дотримується студент і чому;

- за умови, що значення якогось терміну є незрозумілим, зафіксувати запитання до зошиту, а під час дискусії в аудиторії за запропонованими темами, винести їх на обговорення або проконсультуватися з викладачем.

Написання контрольної роботи з дисципліни «Організація музейної діяльності».

Контрольна робота передбачає систематизацію, закріплення, розширення теоретичних і практичних знань з курсу, розвиток навичок самостійної роботи з літературними джерелами, вміння презентувати результати роботи. Контрольна робота виконується самостійно. На початку семестру кожен студент отримує тему роботи, що відповідає проблематиці практичних занять та лекційного курсу. Студент має право самостійно обрати тему роботи заздалегідь узгодивши її з викладачем. Під час проведення практичних занять студент повинен презентувати результати своєї роботи у режимі PowerPoint з використанням мультимедійного обладнання. Оцінка за роботу враховується при виставленні загальної оцінки з дисципліни. Під час написання роботи студент повинен опрацювати не менше п'яти джерел з відповідними посиланнями на них у тексті роботи. Текст роботи має містити реферативне викладення матеріалу з приводу визначеної теми.

Контрольна робота складається з титульної сторінки; змісту; вступу; основної частини; висновків; списку використаної літератури; додатків (за необхідності). Вступ має розкривати актуальність обраної теми, її проблематику та мету завдання. Основна частина має містити реферативне викладення матеріалу теми. У висновку потрібно викласти міркування стосовно досягнення мети роботи. У друкованому варіанті обсяг роботи повинен становити 7-10 стор. Орієнтовна кількість сторінок у структурі роботи становить: вступ - 1 стор.; основна частина 5-8 стор.; висновок - 1 стор.; список використаної літератури - 1 стор.

7. МЕТОДИ НАВЧАННЯ

Методи навчання, як впорядковані способи взаємопов'язаної, целеспрямованої діяльності викладача та студентів, спрямовані на ефективне розв'язання навсально-виховних завдань, реалізуються через систему прийомів та засобів навчальної діяльності. Прийоми навчання (конкретні дії викладача та студентів), спрямовані на реалізацію вимог методів. Засоби навчання – різноманітне навчальне обладнання, яке використовується у системі пізнавальної діяльності, зокрема, технічні засоби.

7.1. Словесні методи навчання:

- лекція;
- бесіда;
- розповідь;
- пояснення;

7.2. Наочні методи навчання:

- ілюстрація;
- демонстрація;

7.3. Практичні методи навчання:

- метод робіт з письмовими джерелами;
- метод робіт з аудіо/ відеоматеріалами;
- практичні заняття;

8. МЕТОДИ КОНТРОЛЮ

Згідно з наказом № 0202-1/260 від «07»серпня 2020р. лекції проводяться виключно в онлайн режимі із застосуванням платформ для відеоконференцій: ZOOM, Skype. 25-30%

часу лекції обов'язково резервується для запитань, дискусій, обговорення навчального матеріалу.

Практичні заняття можуть проходити в аудиторії (до 20 осіб), чи в дистанційній формі.

Система оцінювання знань, вмінь та навичок студентів передбачає виставлення оцінок за усіма формами проведення занять.

Перевірка та оцінювання знань студентів може проводитися у наступних формах.

1. Оцінювання роботи студентів під час практичних (семінарських) занять.
2. Оцінка за індивідуальну роботу студентів.
3. Проведення проміжного тестового контролю.
4. Проведення підсумкового контролю.

Оцінка зі змістовного модулю складається з поточної оцінки, яку студент отримує під час практичних (семінарських) занять, оцінки за проміжний тестовий контроль та оцінки за індивідуальну роботу.

Загальна оцінка з дисципліни визначається як сукупність балів, що студент отримує за змістовні модулі та модульний контроль.

Порядок поточного оцінювання знань студентів. Поточне оцінювання здійснюється під час проведення практичних (семінарських) занять і має на меті перевірку рівня підготовки студентів до встановлених завдань. Зокрема, поточному контролю підлягають:

1. активність та результативність роботи студента протягом семестру у вивченні програмного матеріалу дисципліни; відвідування занять;
2. виконання індивідуального завдання;
3. виконання проміжного тестового завдання зі змістовного модулю.

Контроль систематичності виконання самостійної роботи та активності на практичних (семінарських) заняттях.

Оцінювання здійснюється за наступними критеріями.

1. ступінь засвоєння матеріалу дисципліни;
2. ознайомлення з основною та додатковою літературою;
3. логіка, стиль виклад матеріалу в письмових роботах та усному виступі, вміння обґрунтовувати свою позицію, здійснювати узагальнення інформації та робити висновки.
4. якість, самостійність та своєчасність виконання необхідних завдань.

Проміжний тестовий контроль зі змістовних тем. Проміжний тестовий контроль знань студентів здійснюється шляхом проведення тестування з основних навчальних елементів змістовних тем.

До складання заліку допускаються студенти, які мають задовільну кількість балів зі складених тестів з основних навчальних елементів змістовних модулів, складання глосарію, написання та захисту реферату.

Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних та семінарських занять. Сума балів, які студент денної форми навчання може набрати за першим та другим розділом, дорівнює 60.

Підсумковий контроль засвоєння матеріалу здійснюється по їх завершенню на підсумкових заняттях та на екзамені.

Оцінка успішності студента з дисципліни є рейтинговою і виставляється за багатобальною шкалою.

Семестровий підсумковий контроль з дисципліни є обов'язковою формою контролю навчальних досягнень студента. Він проводиться відповідно до навчального плану у вигляді семестрового екзамену в терміни, встановлені графіком навчального процесу та в обсязі навчального матеріалу, визначеного цією робочою програмою дисципліни.

Сумарна оцінка за вивчення дисципліни розраховується як сума контрольних оцінок та балів, отриманих за результатами поточного та підсумкового семестрового контролю. Загальна сума балів поточного та підсумкового семестрового контролю складає 100.

Підсумковий семестровий контроль здійснюється під час проведення екзамену. Загальна кількість балів за успішне виконання екзаменаційних завдань – 40. Час виконання – до 80 хвилин

Вміст екзаменаційного білета й оцінювання відповідей на екзамені:

Теоретичне питання – 10 балів

Творчі питання – 30 балів

УВАГА! У разі використання заборонених джерел на екзамені студент на вимогу викладача залишає аудиторію та одержує загальну нульову оцінку (0).

У разі настання / подовження дії обставин непоборної сили, здобувачам вищої освіти денної та заочної форм навчання надається можливість скласти екзамен в тестовій формі (білет містить 20 тестових завдань, здобувач одержує 2 бали за кожну вірну відповідь) дистанційно на платформі Moodle в дистанційному курсі «Організація музейної діяльності». Режим доступу: <https://dist.karazin.ua/moodle/course/view.php?id=1512>

9. СХЕМА НАРАХУВАННЯ БАЛІВ

Поточний контроль, самостійна робота, індивідуальні завдання					Екзамен	Сума
Розділ 1				ІНДЗ		
T1	T2	T3	T4	20	60	40
10	10	10	10			100

Критерії оцінювання для семінарських занять

8–10 балів – нараховуються в разі якщо відповідь є правильною, обґрунтованою, логічною, містить аналіз і систематизацію, зроблені аргументовані висновки; відповідь супроводжується презентацією; студент активно працює протягом усього семінарського заняття, показує глибоке оволодіння лекційним матеріалом, здатний висловити власне ставлення до альтернативних міркувань з конкретної проблеми, проявляє вміння самостійно та аргументовано викладати матеріал.

5–7 балів – нараховуються в разі якщо відповідь відтворює значну частину навчального матеріалу; презентація відсутня; студент виявляє знання і розуміння основних положень з навчальної дисципліни, певною мірою може аналізувати матеріал, порівнювати та робити висновки; протягом семінарського заняття студент працює недостатньо активно, питання висвітлює повно, виявляє уміння аналізувати факти й події, а також виконувати навчальні завдання; у відповідях допущені неточності та певні помилки, при викладенні матеріалу має місце недостатня аргументованість.

1–4 бали – нараховуються в разі якщо відповідь відтворює основні положення навчального матеріалу на рівні запам'ятовування без достатнього розуміння; презентація відсутня; студент у цілому оволодів суттю питань з даної теми, виявляє знання лекційного матеріалу, навчальної літератури, намагається аналізувати факти й події, робити висновки; водночас, студент не проявляє активності на практичних заняттях, відповідає лише за викликом викладача, дає неповні відповіді на запитання, припускається грубих помилок при висвітленні теоретичного матеріалу.

Критерії оцінювання екзаменаційної роботи:

40–30 балів – нараховуються в разі якщо відповідь є правильною, обґрунтованою, логічною, містить аналіз і систематизацію, зроблені аргументовані висновки; студент показує глибоке оволодіння лекційним матеріалом, здатний висловити власне ставлення до альтернативних міркувань з конкретної проблеми, проявляє вміння самостійно та аргументовано викладати матеріал.

30–20 балів – нараховуються в разі якщо відповідь відтворює значну частину навчального матеріалу; студент виявляє знання і розуміння основних положень з навчальної дисципліни, певною мірою може аналізувати матеріал, порівнювати та робити висновки; питання висвітлює повно, виявляє уміння аналізувати факти й події, а також виконувати навчальні завдання; у відповідях допущені неточності та певні помилки, при викладенні матеріалу має місце недостатня аргументованість.

20–0 балів – нараховуються в разі якщо відповідь відтворює основні положення навчального матеріалу на рівні запам'ятовування без достатнього розуміння; студент у цілому оволодів суттю питань з даної теми, виявляє знання лекційного матеріалу, навчальної літератури, намагається аналізувати факти й події, робити висновки; водночас, студент дає неповні відповіді на запитання, припускається грубих помилок при висвітленні матеріалу екзаменаційного білету.

Критерії оцінювання індивідуального завдання:

15–20 балів – нараховуються в разі якщо відповідь є правильною, обґрунтованою, логічною, містить аналіз і систематизацію, зроблені аргументовані висновки; студент показує глибоке оволодіння лекційним матеріалом, здатний висловити власне ставлення до альтернативних міркувань з конкретної проблеми, проявляє вміння самостійно та аргументовано викладати матеріал.

8–14 балів – нараховуються в разі якщо відповідь відтворює значну частину навчального матеріалу; студент виявляє знання і розуміння основних положень з навчальної дисципліни, певною мірою може аналізувати матеріал, порівнювати та робити висновки; питання висвітлює повно, виявляє уміння аналізувати факти й події, а також виконувати навчальні завдання; у відповідях допущені неточності та певні помилки, при викладенні матеріалу має місце недостатня аргументованість.

1–7 балів – нараховуються в разі якщо відповідь відтворює основні положення навчального матеріалу на рівні запам'ятовування без достатнього розуміння; студент у цілому оволодів суттю питань з даної теми, виявляє знання лекційного матеріалу, навчальної літератури, намагається аналізувати факти й події, робити висновки; водночас, студент дає неповні відповіді на запитання, припускається грубих помилок при висвітленні матеріалу екзаменаційного білету.

Шкала оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності протягом семестру	Оцінка для чотирирівневої шкали оцінювання
90 – 100	відмінно
70-89	добре
50-69	задовільно
1-49	не задовільно

10. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна література

1. Вайдахер Ф. Загальна музеологія / Переклад з німецької Х. Назаркевич, О. Лянг, В. Лозинського. – Львів: Літопис, 2005.
2. Гудченко З.С. Музеї народної архітектури України.-К.,2011.
3. Мезенцева Г.Г. Музеезнавство / на матеріалах музеїв Української РСР/. -К.,2010.
4. Музееведение. Музеи исторического профиля: Учеб. Пособие для вузов по спец. “История” / Под ред. К.Г. Левыкина, В. Хербста. – К., 2008.
5. Музейное дело России. – К., 2003.
6. Основи музеезнавства, маркетингу та рекламно-інформаційної діяльності музеїв. Посібник / Під ред.: В. Велико чого, Н. Гасюк. Авт. кол.: П. Горішевський, М. Дейнега, М. Ковалів, В. Мельник, Н. Рега, С. Оришко, О. Соколова. – Івано-Франківськ: Плай, 2005.
7. Основы музееведения: Учебное пособие. – К.: Едиториал, 2005.
8. Сотникова С.И. Музеология. – Х., 2004.
9. Скрипник Г.А. Етнографічні музеї України. – К., 2009.
10. Етнографічне музеезнавство. Програма курсу для студентів, що навчаються за спеціальністю “Народознавство” /Укл. Н.І.Ганнусенко, Ю.А.Омельченко. - К.,2012.
11. Шляхтина Л.М., Фокин С.В. Основы музейного дела: Учебное пособие для студентов педагогических и гуманитарных вузов. – К, 2000.

Допоміжна література

1. Гнедовский М.Б., Дукельский В.Ю. Музейная коммуникация как предмет музееведческого исследования // Музейное дело. Вып. 21. Музей – культура – общество. – К., 2012.
2. Лорд Б., Лорд Г.Д. Менеджмент в музейном деле. – К., 2002.
3. Музейний простір України [Електронний ресурс] На сервері “Музейний портал України”[on-line]. Режим доступу: <http://www.ukrmuseum.org.ua>
4. Музей будущего: информационный менеджмент / Сост. А.В. Лебедев. – Х., 2001.
5. Музей и новые технологии: На пути к музею XXI века / Сост. и научн. Ред. Н.А. Никишин. – К., 2009.
6. Ноль Л.Я. Новые информационные технологии в музеях: от машинных каталогов к глобальным информационным сетям // Музеи и музеология XX века: Тезисы научной конференции 25-26 ноября 2007. – К., 2007. – С. 92-94.
7. Основи музеезнавства, маркетингу та рекламно-інформаційної діяльності музеїв. Посібник / Під ред.: В. Велико чого, Н. Гасюк. Авт. кол.: П. Горішевський, М. Дейнега, М. Ковалів, В. Мельник, Н. Рега, С. Оришко, О. Соколова. – Івано-Франківськ: Плай, 2005.

8. Adventure tourism market study 2020 [Електроний ресурс]. – Режим доступу: <http://files.adventuretravel.biz/docs/research/adventure-tourism-market-study-2020-web.pdf>
9. Environmental Management for Sustainable Development / Chris Barrow, 2006.: Routledge publications. – 289 p.
10. Review on Laws and Regulation/ Ministry of tourism and creative economy: Pangendare. – 2011. – 26 p.
11. Romancing the Wild: Cultural Dimensions of Ecotourism / Robert Fletcher, 2014.: New Ecologies for the Twenty-First Century. – 264 p.
12. Travel & Tourism Economic impact 2020 Ukraine [Електроний ресурс]. – Режим доступу:
13. <http://www.wttc.org//media/files/reports/economic%20impact%20research/countries%202015/ukraine2020.pdf>
14. International Report on Snow & Mountain Tourism Overview of the key industry figures for ski resorts [Електроний ресурс]. – Режим доступу: http://www.isiaski.org/download/20140517_ISIA_Vuokatti_1b_presentation_vanat.pdf
15. UNWTO Tourism Highlights, 2020 Edition [Електроний ресурс]. – Режим доступу: <http://mkt.unwto.org/publication/unwto-tourism-highlights-2020-edition>

11. ОСОБЛИВОСТІ НАВЧАННЯ ЗА ДЕННОЮ ФОРМОЮ В УМОВАХ ПОДОВЖЕННЯ ДІЇ ОБСТАВИН НЕПОБОРНОЇ СИЛИ

В умовах дії обставин непоборної сили освітній процес в університеті здійснюється за змішаною формою навчання, а саме:

- дистанційно (за затвердженим розкладом занять) на платформі Zoom проводяться всі лекційні заняття;
- дистанційно на платформі Moodle проводяться практичні, індивідуальні заняття та консультації, контроль самостійної роботи;
- аудиторно (за затвердженим розкладом занять) проводяться до 50% практичних занять у навчальних групах кількістю до 20 осіб з урахуванням відповідних санітарних і протиепідемічних заходів.

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

МУЗЕЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ТА МАРКЕТИНГ

методичні рекомендації до практичних занять, самостійної роботи
та виконання індивідуальних науково-дослідних завдань

(для студентів напряму підготовки «Туризм»)

УДК [338.48:910.4:796.5](075.8)
ББК 65.441.357+75.8я73 А16

Рецензенти:

Лиман С. І. – доктор історичних наук, професор, завідувач кафедри туристичного бізнесу Харківської державної академії культури;

Куделко С. М. – кандидат історичних наук, професор, директор Центру краєзнавства імені П. Т. Тронька.

Музейний менеджмент та маркетинг: методичні рекомендації до практичних занять, самостійної роботи та виконання індивідуальних науково-дослідних завдань (для студентів напряму підготовки «Туризм») / укл. І. С. Посохов. – Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2020. – 30 с.

Видання містить програму навчальної дисципліни, методичні матеріали до практичних занять, організаційно-методичні рекомендації до самостійної роботи студентів та проведення контролю знань, теоретичні питання для підготовки до підсумкового контролю. Для студентів денної та заочної форми навчання напряму підготовки «Туризм».

УДК [338.48:910.4:796.5](075.8)

ББК 65.441.357+75.8я73 А16

© Харківський національний
університет

імені В. Н. Каразіна, 2020

© Посохов І. С., уклад., 2020

ЗМІСТ

1. Загальні положення.....	4
2. Програма навчальної дисципліни «Музейний менеджмент та маркетинг»..	5
3. Структура навчальної дисципліни.....	7
4. Методичні матеріали до практичних занять.....	8
5. Організаційно-методичні рекомендації до самостійної роботи студентів та проведення контролю знань.....	21
6. Теоретичні питання для підготовки до підсумкового контролю.....	26
7. Список рекомендованої літератури.....	29

1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Програма навчальної дисципліни «Музейний менеджмент та маркетинг» складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки бакалаврів за напрямом підготовки «Туризм».

Одна з сучасних рис розвитку музейної справи в світі – зміна стилю керівництва музеями, що виражається у тенденції до децентралізації. Раніше музейний персонал поповнювався за рахунок істориків, які спеціалізуються на фондовій, експозиційній та науково-дослідницькій роботі. Зважаючи на політичні, економічні та соціальні зміни, які відбулися в Україні, є актуальною підготовка музейних кадрів, які володіють сучасними навичками музейного менеджменту, маркетингу, екскурсійної роботи.

Метою вивчення дисципліни «Музейний менеджмент та маркетинг» є формування у студентів напряму підготовки «Туризм» теоретичних і практичних знань про музеєзнавство як сферу знань, необхідну в професійній діяльності, а саме - ознайомлення з теоретичним музеєзнавством та історією розвитку та характером колекцій найбільших музеїв світу, перспективами подальшого використання отриманих знань, вмінь та навиків в індустрії міжнародного туризму.

Вивчення дисципліни «Музейний менеджмент та маркетинг» передбачає засвоєння навчального матеріалу у вільний від аудиторних занять час у формі самостійної навчальної роботи, призначеної формувати практичні навички роботи студентів зі спеціальною літературою, орієнтувати їх на інтенсивну роботу, критичне осмислення здобутих знань і глибоке вивчення теоретичних і практичних проблем музеєзнавства для підвищення якості професійної підготовки музейних кадрів.

У результаті вивчення курсу студент повинен:

Знати: основну термінологію музеєзнавства, найбільші музеї світу та України, історію їх розвитку та значимість у туристичному бізнесі; сучасні підходи для організації та виконання культурно-масової роботи в музеях.

Вміти: визначати вид екскурсійної групи, її інтереси та мету відвідання музею; застосовувати на практиці екскурсійну методику.

Знання, отримані під час вивчення дисципліни, сприятимуть більш якісному засвоєнню фахових дисциплін, підготовці наукових статей та здійсненню досліджень у дипломних та магістерських дослідженнях.

2. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «МУЗЕЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ТА МАРКЕТИНГ»

Тема 1. Музеєзнавство як наукова дисципліна.

- 1.1. Історія становлення музеєзнавства як науки.
- 1.2. Об'єкт, предмет і метод музеєзнавчої науки.
- 1.3. Базові поняття музеєзнавства.
- 1.4. Структура музеєзнавчої науки.
- 1.5. Роль і соціальні функції музею історичного профілю.
- 1.6. Проблематика сучасного музеєзнавства.
- 1.7. Музеєзнавство в системі наук.
- 1.8. Напрямки науково-дослідницької діяльності музею.
- 1.9. Історія музейної справи в Україні та світі.

Тема 2. Сучасний музейний менеджмент та маркетинг: особливості та методи.

- 2.1. Особливості менеджменту в музейній діяльності.
- 2.2. Нові умови розвитку музеїв наприкінці XX – на початку XXI ст.
- 2.3. Методи управління в музеї.
- 2.4. Управлінські функції: організація, мотивація, контроль, комунікація.
- 2.5. Підготовка музейного менеджера.
- 2.6. Критерії ефективності діяльності музею.
- 2.7. Маркетинг в музейній діяльності: поняття, зміст та особливості. Функції маркетингу.
- 2.8. Основні пропозиції музею. Музейний відвідувач як адресат пропозиції.
- 2.9. Маркетинг і реклама. Завдання музейного маркетингу. Практика «попередніх продажів». «Маркетинг подій» музею. Маркетингові дослідження.

Тема 3. Комерційна та фандрайзингова діяльність музеїв.

- 3.1. Загальна характеристика форм комерційної діяльності музею.
- 3.2. Досвід провідних музеїв світу.
- 3.3. «Ендаумент». Нетрадиційні способи добування грошей.
- 3.4. Музей як некомерційна організація: нормативно-правові засади діяльності.
- 3.5. Оцінка ефективності комерційної діяльності музею.
- 3.6. Музейний магазин: основні елементи і досвід організації. Розташування та дизайн. Штат співробітників. Асортимент товару. Ціноутворення. Рекламу музейного магазину.
- 3.7. Сувенірна продукція музею. Музей як ініціатор виробництва сувенірної продукції. Комерційне та іміджеве призначення сувенірів: досвід вітчизняних музеїв.
- 3.8. Музейне кафе: досвід організації. Інтернет-кафе в музеї. Web-ресурси. Маркетингові дослідження.

Тема 4. Пріоритетні напрямки розвитку національної музейної мережі.

- 4.1. Музеї в системі комунікації.
- 4.2. Музеї в соціально-економічному розвитку регіонів.
- 4.3. Нові технології музейної діяльності.
- 4.4. Організація музейної діяльності.
- 4.5. Матеріально-технічна база музеїв.
- 4.6. Професіоналізація музейної діяльності.
- 4.7. Удосконалення нормативно-правової бази.
- 4.8. Програми активного залучення публіки в музей.
- 4.9. Музейний відвідувач: дослідження та особливості.

3. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

для денної та заочної форм освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр»

Назви розділів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	п	лаб.	інд.	с. р.		л	п	лаб.	інд.	с. р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Розділ 1. Музейний менеджмент та маркетинг як предмет наукового аналізу.												
Тема 1. Музеєзнавство як наукова дисципліна.	6	2	2			2	6	3				3
Тема 2. Сучасний музейний менеджмент та маркетинг: особливості та методи.	17	3	2		10	2	16	3			10	3
Тема 3. Комерційна та фандрайзингова діяльність музеїв.	7	3	2			2	7	3				4
Тема 4. Пріоритетні напрямки розвитку національної музейної мережі.	6	2	2			2	7	3				4
Усього годин	36	10	8		10	8	36	12			10	14

4. МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ ДО СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ

Семінарське заняття – форма навчального заняття, спрямована на закріплення студентом теоретичних знань, отриманих під час лекцій і в процесі самостійного вивчення матеріалу.

Під час проведення семінарського заняття навколо заздалегідь сформульованих тем, на які студенти готують тези виступів, створюється дискусія, в ході якої розв'язуються проблемні питання.

ТЕМА 1. МУЗЕЄЗНАВСТВО ЯК НАУКОВА ДИСЦИПЛІНА

- 1.1. Історія становлення музеєзнавства як науки.*
- 1.2. Об'єкт, предмет і метод музеєзнавчої науки.*
- 1.3. Базові поняття музеєзнавства.*
- 1.4. Структура музеєзнавчої науки.*
- 1.5. Роль і соціальні функції музею історичного профілю.*
- 1.6. Проблематика сучасного музеєзнавства.*
- 1.7. Музеєзнавство в системі наук.*
- 1.8. Напрямки науково-дослідницької діяльності музею.*
- 1.9. Історія музейної справи в Україні та світі.*

Музеєзнавство - наукова дисципліна, що вивчає закономірності виникнення та розвитку музеїв, їх соціальні функції, форми та способи реалізації цих функцій на різних етапах суспільного розвитку.

Структура музеєзнавства включає теорію та історію музейної справи, музейне джерелознавство, музеографію та методику музейної справи.

Музеєзнавство належить до міждисциплінарних наук. Воно інтегрувало елементи різних профільних історичних дисциплін, а також спеціальні та допоміжні дисципліни: історіографію, джерелознавство, археологію, етнографію, нумізматику, сфрагістику, палеографію. Сучасний розвиток музеєзнавства неможливий без взаємодії з теорією інформації, документалістикою, архівознавством, бібліотекознавством, педагогікою, психологією, соціологією, менеджментом.

Музеєзнавство - галузь знань, яка охоплює коло теоретичних та

практичних питань, пов'язаних з організацією та діяльністю музеїв, історією, теорією та практикою музейного будівництва.

Музеографія - галузь музеєзнавства, завдання якої - опис музеїв, експозицій, колекцій.

Об'єкт музеєзнавства - музеї та музейна справа.

Предмет дослідження музеєзнавства - історія розвитку музеїв, теорія та методика музейної роботи.

Музейний предмет - пам'ятка історії культури, видобута із середовища побутування і включена в музейне зібрання завдяки властивості характеризувати історичну культуру певного суспільства, виступає в музеї як джерело знань та емоційного впливу, а також освіти. Ознаки музейного предмета: реальний, істинний, зберігається довгий час, раритетний (рідкісний).

Музейна справа - особлива сфера суспільної діяльності, яка включає: 1) музейну практику (науково-фондова, науково-експозиційна та науково-освітня робота); 2) спеціальна наукова дисципліна - музеєзнавство; 3) музейну політику (законодавство); 4) спеціалізовану періодику - особлива сфера культури, яка охоплює усі сторони комплектування, обліку, зберігання, вивчення та використання музеями культурних цінностей країни.

Музей - науково-дослідна і культурно-освітня установа, яка відповідно до своїх суспільних функцій здійснює комплектування, облік, збереження, вивчення пам'яток історії, культури та об'єктів природи.

Кожний музей виконує основні функції у суспільстві:

- а) збір, облік, вивчення, опис та класифікація музейних експонатів;
- б) зберігання музейних експонатів (фондова робота);
- в) консервація та реставрація експонатів;
- г) експозиційна робота;
- д) науково-дослідницька діяльність;
- е) популяризація музейних колекцій та пам'яток історії, мистецтва, культури;

- є) культурно-масова (екскурсійна) робота;
- ж) охорона пам'яток історії та культури.

З 1978 р. ООН та ЮНЕСКО виділили 18 травня як міжнародний день музею, визнаючи величезну роль музеїв у розвитку суспільства.

Сьогодні в світі існує понад 50 тис. музеїв. Для порівняння: 600 музеїв в Україні. Розвитку співробітництва, обміну досвідом між музеями світу покликана сприяти всесвітня демократична неурядова організація - Міжнародна рада музеїв при ЮНЕСКО (ICOM), створена у 1947 р. У кожній країні діє Національний комітет.

Законодавство України про музеї та музейну справу складається з Основ законодавства України про культуру, Закону "Про музеї та музейну справу" 1995 р. регулює суспільні відносини в галузі музейної справи, встановлює правові, економічні, соціальні засади наукового комплектування, вивчення та використання пам'яток природи, матеріальної і духовної культури, діяльності музейних закладів в Україні.

Музейний фонд України - це сукупність рухомих та нерухомих пам'яток природи, матеріальної та духовної культури, які мають наукову, історичну, художню чи іншу культурну цінність незалежно від їх виду, місця створення і форм власності та зберігаються на території України, а також нерухомих пам'яток, що знаходяться в музеях України і обліковані в порядку, визначеному законом. Музейний фонд України складається з державної і недержавної частин. Пам'ятки Музейного фонду України, що є державною власністю, не підлягають приватизації.

Література [1-2, 4-7, 12-13, 16, 27-28, 30, 34, 37].

ТЕМА 2. Сучасний музейний менеджмент та маркетинг: особливості та методи.

- 2.1. Особливості менеджменту в музейній діяльності.*
- 2.2. Нові умови розвитку музеїв наприкінці XX – на початку XXI ст.*
- 2.3. Методи управління в музеї.*
- 2.4. Управлінські функції: організація, мотивація, контроль, комунікація.*
- 2.5. Підготовка музейного менеджера.*
- 2.6. Критерії ефективності діяльності музею.*
- 2.7. Маркетинг в музейній діяльності: поняття, зміст та особливості. Функції маркетингу.*
- 2.8. Основні пропозиції музею. Музейний відвідувач як адресат пропозиції.*
- 2.9. Маркетинг і реклама. Завдання музейного маркетингу. Практика «попередніх продажів». «Маркетинг подій» музею. Маркетингові дослідження.*

Музейний менеджмент - це система знань про теорію і практику управління музеєм і музейним персоналом. Керівники музеїв нового покоління мають мати дві освіти: історичну та туристичну, щоб повноцінно керувати музеєм.

Музейний продукт — це комплекс основних (екскурсійні) та додаткових музейних послуг (фотографування), тобто все те, що можна запропонувати відвідувачам музею.

До основних музейних послуг належать збір, вивчення, збереження та експонування пам'яток та включення їх в систему «експозиція — екскурсовод — екскурсія — відвідувач».

Додаткові музейні послуги: інші послуги, які надаються для задоволення попиту відвідувачів та потребують додаткових зусиль музею.

Комплекс додаткових музейних послуг:

- право на друкування творів з власної колекції;

- право на фото- та відеозйомку;
- платний доступ у фондосховища, бібліотеку;
- здача в оренду приміщень для виставок, конференцій;
- продаж рекламної та сувенірної продукції;
- організація концертів;
- відкриття сувенірних крамничок;
- відкриття кафе.

Музейний продукт повинен відрізнятися своєю унікальністю та індивідуальністю, формуватися стандартними та атракційними експозиціями. До останніх можна віднести, скажімо, такі: експозиція рухома, анімована, інтерактивна.

Маркетинг у музеєзнавстві - це цілий комплекс маркетингових зусиль, які починаються із створенням продукту, цінової політики, уміння донести інформацію про нього, зацікавити споживачів своїм продуктом та вдало його продати.

Причини відвідання музею:

- а)привести дітей або друзів;
- б)провести час з другом;
- в)відпочити в тиші музею;
- г)піднятися над повсякденністю;
- д)тому що подобається будинок, атмосфера, простір музею;
- е)їм цікава колекція або виставка;
- є) вони - туристи і прагнуть пізнати щось нове.

Ціноутворення на музейний продукт (собівартість + відсоток вашого прибутку). Ціна — той елемент, який створює дохід. У випадку музейних послуг ми говоримо про ціну вхідного квитка, ціну на проведення екскурсій та ціну додаткових послуг, запропонованих музеями.

Теоретично ціна на будь-які послуги формується із врахуванням собівартості послуги та додатково — певного проценту прибутку. Формування вартості вхідного квитка в музеях залежить від багатьох

чинників, пов'язаних із особливостями бюджетного фінансування та певних норм щодо визначення ціни.

При визначенні граничних розмірів вартості вхідного квитка варто враховувати вік відвідувачів музею, їх статус та кількість людей в групі. Так, для дітей, студентів та пенсіонерів вартість квитка в більшості музеїв є до 50% нижча, ніж для усіх інших категорій відвідувачів. Нижчою є також вартість для стандартних туристичних груп — від 20 осіб.

В будь-якому випадку при плануванні вартості квитка варто усвідомлювати, що висока ціна може призвести до втрати відвідувачів, а занадто низька — крім втрати доходів, може вплинути на рівень оцінки відвідувачами цінностей, що експонуються музеєм.

Додаткові фактори, що можуть впливати на формування вартості музейних послуг:

- сезонність;
- попереднє замовлення і оплата;
- кількість замовлень від постійних партнерів музею;
- тривалість оренди експозиційних зал та додаткових приміщень музею;
- абонентський квиток на користування комплексом музейних послуг, який дає право на отримання відвідувачем певних пільг чи знижок від музею.

Література [1, 3, 7, 12, 14, 31, 36, 39-40].

ТЕМА 3. Комерційна та фандрайзингова діяльність музеїв.

3.1. Загальна характеристика форм комерційної діяльності музею.

3.2. Досвід провідних музеїв світу.

3.3. «Ендаумент». Нетрадиційні способи добування грошей.

3.4. Музей як некомерційна організація: нормативно-правові засади діяльності.

3.5. Оцінка ефективності комерційної діяльності музею.

3.6. Музейний магазин: основні елементи і досвід організації. Розташування та дизайн. Штат співробітників. Асортимент товару. Ціноутворення. Рекламу музейного магазину.

3.7. Сувенірна продукція музею. Музей як ініціатор виробництва сувенірної продукції. Комерційне та іміджеве призначення сувенірів: досвід вітчизняних музеїв.

3.8. Музейне кафе: досвід організації. Інтернет-кафе в музеї. Web-ресурси. Маркетингові дослідження.

Основний зміст музейної науково-фондової діяльності становлять: а) збиральницька робота і комплектування фондів; б) первинний облік (реєстрація) та наукова інвентаризація; в) каталогізація фондів та створення науково-фондового паспорта; г) створення належних умов збереження музейних фондів. Відповідальність за організацію фондової роботи покладена на головного хранителя фондів.

Основні форми комплектування: а) польові дослідження (археологічні, етнографічні експедиції); б) поточне комплектування (закупівля, подарунки).

Облік і наукова документація музейних фондів. Облік музейних колекцій:

а) реєстрація: фондово-закупівельна комісія музею колегіально вирішує, що брати, що ні, що в основний фонд, що в допоміжний. За підсумками засідання складається протокол. Рішення про прийняття предметів у музей приймається колегіально на засіданні фондово-закупівельної комісії із складанням протоколу. На основі цього протоколу складається акт прийому експонатів. Протягом місяця після засідання фондово-закупівельної комісії всі куплені предмети повинні бути вписані у книгу надходжень.

Акти та книги вступу - юридичні документи вічного зберігання. Перед заповненням книги вступу прошнуровуються, пронумеровуються і на останній сторінці скріплюються печатками вищепоставлених організацій для того, щоб з книги не виривали листів. До актів долучаються всі супровідні

документи.

Кожному предмету надається шифр - порядковий номер вступу із аббревіатурою музею. В книзі вступу обов'язково вказується шифр, номер, назва речі, опис, розміри, матеріал, стан збереження, джерело надходження і дата, якщо закуплений - вартість;

б) після первинної реєстрації у книзі вступу музейні предмети проходять *наукову інвентаризацію*. Завідувач сектору обліку має передати предмети музейним хранителям, що заповнюють інвентарні книги окремих фондових груп, які також є документами вічного зберігання і перед заповненням прошнуровуються, на останні сторінці скріплюються печатками вищепоставлених організацій для того, щоб з книги не виривали листів.

Запис до наукового інвентаря відбувається на підставі попередньо складеного інвентарного паспорта (інвентарної картки). Уніфікований паспорт експоната містить 47 ознак (№ паспорта, відомство, музей, відділ, №№ за книгами надходжень та інвентарній, дата, спосіб і джерело надходження, документи, класифікація, типологія, датування, назва, матеріал, техніка, розміри, короткий опис, стан збереження).

На цьому етапі відбувається *атрибуція музейного предмета*, тобто виявлення основних ознак, що визначають його назву, призначення, матеріал, розміри, техніку виконання, авторство, датування, географію створення і побутування. У процесі атрибуції розшифровуються написи, клейма, марки, відбувається пошук аналогів;

в) всі музейні предмети, які містять *коштовні метали і камені*, записуються у спеціальних книгах, зберігаються в сейфах під сигналізацією. Підставою для занесення цих предметів у спецкниги є Акт ювелірної експертизи (здійснюють спеціалісти Інспекції пробірного нагляду), який включає дані про вагу, пробу, лігатуру, чистоту, назву каменя (вага у каратах), що записується в інвентарну книгу. Отже, коштовні речі мають три №№: по Книзі надходжень, по групі, по спецкнизі;

г) *нанесення облікових номерів (шифру)* складається із напису

скороченої назви музею, номери в книзі надходжень (їх зазначають у чисельнику), скороченої назви відділу, де предмет зберігається, та інвентарного номера (зазначають у знаменнику). Старі шифри або інші позначення закреслюються. Шифр пишуть тушшю або емалевою фарбою на зворотному боці предмета у певному місці: для картин - у лівому верхньому кутку на підрамнику; для гравюр і малюнків - на окантовці; для скульптури - на торцях; на рукописах - олівцем зліва; на тканинах нашивають етикетку з шифром у лівому нижньому кутку; на кераміці, дереві та виробих із каменю шифр проставляють на піддоні олійною фарбою або тушшю з подальшим покриттям лаком, на меблях - на зворотному боці емалевою фарбою; на вогнепальній зброї - з внутрішнього боку спускової планки, на холодній зброї - на держаку або підвішують картонну етикетку; на шоломах - з внутрішнього боку; на металевих виробих - емалевою фарбою із зворотного боку; на природничо-історичних матеріалах чіпляють ярлички з шифрами: у гербаріях - на кожному аркуші зліва, на геологічних і палеонтологічних зразках - безпосередньо на них із зворотного боку, на фотографіях - на звороті у лівому нижньому кутку; до дрібних предметів підшивають ярлички; для сипких тіл (зерна злаків тощо) шифри ставлять на упакованні.

Каталогізація. Науково-довідковий апарат потрібний в музеях для систематизації колекцій, підготовки пам'яток до експонування, для використання їх в науковій і освітній роботі. Як база пошуку інформації про музейні предмети він включає акти і книги надходжень, протоколи фондово-закупівельної комісії, пояснюючі записки про предмет, картотеки, каталоги, інвентарні книги, путівники.

Для наукової роботи з колекціями самих лише даних інвентаризаційного обліку недостатньо, тому передбачено створення системи різноманітних *картотек*: зведені (відображають фонд у цілому); локальні (відображають частину колекції).

Структура та складові елементи організації фондів музею.

У великих музеях головний охоронець фондів одночасно є зав. відділом,

куди входять охоронці окремих груп та сектор обліку фондів. До основних напрямків фондової роботи музею належать комплектування, облік, збереження, вивчення предметів, проведення консультацій.

а) Режим зберігання фондів. Організація охорони музейних приміщень.

Музейні фонди - це колекції, що знаходяться в сховищах, експозиціях або на виставках музею. Збірки цих різноманітних предметів потребують певних умов і системи зберігання: забезпечення потрібного режиму в фондах, створення відповідних умов для збереження різних категорій пам'яток від псування або розкрадання, нагляду за станом музейних колекцій, консервації їх та реставрації. Охоронна робота розпочинається відразу ж після надходження пам'ятки до музею і її облікування. Всі колекції музею поділяють на дві групи: а) основний музейний фонд і б) фонд науково-допоміжних матеріалів.

Основний музейний фонд становлять оригінальні пам'ятки історії, природи, матеріальної і духовної культури людства. Матеріали основного фонду систематизують в історико-хронологічному порядку з дотриманням географічних зон. Наприклад, історичні музеї мають в основних фондах відділи: палеоліту, неоліту, бронзи, залізного віку тощо. У межах історичних, хронологічних і географічних груп пам'ятки зберігають ще за матеріалами: скло, кераміка, метал тощо, враховуючи при цьому їхні фізичні властивості, неоднакові вимоги щодо зберігання. Іноді в музеях використовують ще тематичну систему зберігання, відповідно до якої пам'ятки розміщують у фондах за тематикою, пов'язаною з профілем музею, його структурою або експозицією.

Фонд науково-допоміжних матеріалів зберігають окремо від основного, організуючи його за тією самою системою - в історико- хронологічному порядку з дотриманням географічних зон. Так само враховують специфіку зберігання різних матеріалів, їх особливості (наприклад, вид пам'ятки, її розміри тощо).

Окремо зберігають у музеях коштовності, фотоматеріали, рукописи,

книги, створюючи для них відповідні умови та особливий порядок.

Реставрація та консервація музейних предметів.

Згідно із Законом України "Про музеї та музейну справу" (стаття 24) консервацію і реставрацію пам'яток Музейного фонду

України можуть виконувати лише спеціалізовані установи Міністерства культури України, реставраційні відділи музеїв, спеціалізовані підприємства, організації та окремі реставратори, які мають відповідний дозвіл Міністерства культури України. Держава сприяє підготовці кадрів реставраторів, розвитку мережі спеціалізованих реставраційних закладів.

Експозиція — обличчя кожного музею, результат всієї його різноманітної діяльності. Слово це латинське і в перекладі означає «виставлене». Будь-яка демонстрація виставлених предметів може бути названа експозицією, а виставлений предмет — експонатом.

Експозиційна робота в музеях складається з кількох етапів: а) наукова підготовка експозиції; б) складання тематико-експозиційного плану; в) добір і виготовлення експонатів; г) підготовка пояснювальних матеріалів; д) оформлення і монтаж експозиції; е) відкриття експозиції; є) фіксація і подальше вдосконалення.

Тематико-експозиційний план - таблиця з обов'язковими розділами: а) зміст експозиції - обґрунтування та перелік назв розділів, тем, підтем; б) перелік експонатів; в) місцезнаходження експонатів; г) примітки.

Планування та організація науково-дослідницької роботи музею координується вченою радою музею. Наукові працівники систематично розробляють теми, пов'язані з експозицією або фондovими матеріалами. Наукова робота в музеях здійснюється за допомогою розвідок на місці подій, експедицій (археологічних, етнографічних, літературних тощо) або відряджень на підприємства, фабрики, заводи, в КСП, різні установи.

Література [4-7, 12, 16, 30].

ТЕМА 4. Пріоритетні напрямки розвитку національної музейної мережі.

- 4.1. Музеї в системі комунікації;*
- 4.2. Музеї в соціально-економічному розвитку регіонів;*
- 4.3. Нові технології музейної діяльності;*
- 4.4. Організація музейної діяльності;*
- 4.5. Матеріально-технічна база музеїв;*
- 4.6. Професіоналізація музейної діяльності;*
- 4.7. Удосконалення нормативно-правової бази.*
- 4.8. Програми активного залучення публіки в музей.*
- 4.9. Музейний відвідувач: дослідження та особливості.*

На початку XIX ст. були створені перші музеї в Україні, що було зумовлено зацікавленням пам'ятками місцевої старовини, успіхами археології, діяльністю плеяди вчених, меценатів і колекціонерів.

Миколаївський історичний музей (1809 р.) - перший музей в Україні, заснований на предметах з античного міста Ольвії.

На 2018 р. музейна мережа в Україні нараховувала 622 музейні установи. Більшість музеїв в Україні (70%) були створені до 1991 р., 30% - до початку XX ст., сьогодні продовжують створюватися музеї, зокрема приватними особами.

Один із найвідоміших і найстаріших музейних центрів України Національний музей історії України (м.Київ). Свою діяльність розпочав 1899 р. як Міський музей старожитностей і мистецтв. Збірка музею, який починав свою діяльність з археологічного, історико- побутового і художнього відділів нині нараховує понад 600 тис. музейних предметів - від археологічних пам'яток первісного суспільства, трипільської культури, скіфів, ранніх, слов'ян, Київської Русі, Українського козацтва до XX ст.

На сьогодні самий популярний музей світу - Лувр. Відвідуваність Лувра вже четвертий рік перевищує 8 млн чоловік. Британський музей - другий за рейтингом - в 2009-м його відвідало 5 569 981 чоловік. Аудиторія Музею Метрополітен у Нью-Йорку склала 4,8 млн чоловік. Найбільший музей Росії

— Державний Ермітаж - щорічно відвідують близько 2,5 млн чоловік.

Лувр - це художній музей, який було відкрито в 1793 р. у Парижі для широкої публіки в результаті перетворень Великої французької революції. Основу музейного фонду музею становлять королівські збірки, націоналізовані колекції монастирів, церков та знатних сімей; трофеїв, привезених з інших країн в результаті походів Наполеона та ін. Відвідувачів до музею в першу чергу приваблюють статуї Ніки Самофракійської, Венери Мілоської та картина "Джоконда" ("Мона Ліза") Леонардо да Вінчі, тому Лувр ще називають "музеєм трьох жінок".

Британський національний музей - найстаріший музей світу, заснований декретом англійського парламенту у 1753 р. та відкритий для огляду у 1759 р. Початок Британському національному музею було покладено приватною особою - сером Гансом Слоаном, який в запропонував парламенту купити його наукову колекцію за 20 000 фунтів стерлінгів. Покладені в основу музею колекції були куплені не на державні кошти, а на прибуток від національної лотереї. Під час її проведення був зібраний фонд в 300 000 фунтів стерлінгів. У Британському музеї зберігаються скульптури афінського храму Парфенон (Мармур Елгіна або скульптури акрополя); колосальні статуї єгипетських богів і фараонів, мумії, гробниці, знаменита на весь світ бальзатова плита - "Розеттський камінь" (195 рік до н. е.), який дав ключ до розшифрування єгипетських ієрогліфів. В 1814-1815 роки парламент купив у лорда Ельджина Мармури Елгіна з афінського Парфенона. Лорд Ельджин вивіз їх з Афінського Парфенону, а Британський музей досі їх не повернув.

Дрезденська картинна галерея або Галерея старих майстрів — всесвітньо відома колекція картин від Відродження до барокко. Перлиною зібрання є "Сикстинська Мадонна" Рафаеля. Ця галерея створювалась як закрите королівське зібрання, яке стало згодом публічним музеєм.

Метрополітен-музей в Нью-Йорку - один з провідних музеїв світу та найбільший художній музей США. Заснований в 1870 р. і формувався за

рахунок дарунків і пожертвувань окремих громадян. Метрополітен-музей проводить значну виставкову роботу, організовуючи виставки-гіганти, у яких беруть участь чимало музеїв з інших країн. Прикладом такої виставки є "Слава Візантії", у якій брали участь 119 музеїв з 24 країн світу. Екскурсії проводяться багатьма мовами світу, а також мовою жестів для глухонімих.

Література [2, 4-5, 7, 12-13, 16, 17, 30].

5. ОРГАНІЗАЦІЙНО-МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ ТА ПРОВЕДЕННЯ КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ

Успіх курсу вирішальним чином залежить від регулярної самостійної роботи студентів з підготовки до занять і виконання індивідуальних завдань. Самостійна робота студентів передбачає роботу на семінарських заняттях, а також виконання індивідуальних і колективних модульних завдань, що в сукупності є обов'язковою умовою допуску до складання іспиту. До форм самостійної роботи також входить:

1. Вивчення додаткової літератури.
2. Робота з нормативно-правовими документами, що відображають процес розвитку туризму.
3. Підготовка до практичних (семінарських) занять.
4. Підготовка до проміжного та підсумкового контролю.
5. Самостійне опрацювання матеріалу. Написання реферату.

Поглиблення й закріплення знань, одержаних студентами під час лекцій і в процесі самостійної роботи, відбувається на семінарських заняттях. **Робота на семінарських заняттях** включає обговорення проблемних питань теми, комп'ютерне тестування, підготовку есе та презентацій у програмі *Microsoft Power Point* та інші види завдань. Виконання індивідуальних і

колективних модульних завдань відбувається як в аудиторний, так і в позааудиторний час.

Саме семінарське заняття є тією творчою лабораторією, де всебічно активізується та інтенсифікується мислення студента, формуються навички аналізу й культура полеміки. Практично забезпечує необхідний оперативний зв'язок між викладачем і студентом при закріпленні програмного матеріалу, розвиває самостійність у студентів при оцінюванні окремих науково-архівознавчих проблем, їх практичній реалізації, стимулює загальний інтелектуальний потенціал, підвищує відповідальність за результати своєї праці.

Готуючись до семінарського заняття, студент насамперед повинен ознайомитись із планом заняття, списком інформаційних джерел, перечитати лекційні записи й відповідний розділ підручника чи посібника. Крім джерел, визначених програмою дисципліни, студентам рекомендується опанувати публікації у фахових журналах, науково-популярній літературі, переглянути веб-сайти матеріалів із історії туризму, Міністерства культури України, музейних установ, що допоможе зорієнтуватись у широкому колі поглядів, думок, позицій, накопиченому досвіді туристичної справи. Підсумком підготовки до семінарського заняття має бути розширений план виступу, який повинен містити тези (основні положення) за кожним із питань заняття. Готуватися до виступу слід із таким розрахунком, щоб викласти зміст одного питання за 7-10 хвилин.

В умовах рейтингової системи оцінювання знань студентів головним об'єктом стають їх уміння, навички та результати творчої діяльності впродовж вивчення теми, а критеріями оцінки – ступінь оволодіння різними формами роботи.

Курс передбачає індивідуальне тестування (під час семінарських занять) та підготовку індивідуального творчого завдання – підготовку і виступ із презентацією або есе.

Кожен вид робіт знаходить віддзеркалення в бальній оцінці. В результаті відвідування лекцій і семінарських занять, а також виконання індивідуальних завдань студент може набрати за період вивчення дисципліни певну кількість балів.

Індивідуальне завдання є складовою частиною самостійної роботи. Індивідуальне завдання передбачає систематизацію, закріплення, розширення теоретичних і практичних знань з курсу, розвиток навичок самостійної роботи з літературними джерелами, вміння презентувати результати роботи.

За допомогою індивідуальних завдань студент глибше вивчає найбільш складні проблеми туристичної справи, вчиться правильно оформлювати роботу та доповідати результати своєї праці. Підготовка завдання включає в себе такі етапи: 1) вибір теми; 2) підбір і вивчення спеціальної літератури та нормативно-правових актів; 3) складання плану; 4) викладення змісту теми; 5) оформлення завдання.

Індивідуальне завдання виконується самостійно. На початку семестру кожен студент отримує тему завдання, що відповідає проблематиці практичних занять та лекційного курсу. Студент має право самостійно обрати тему завдання, заздалегідь узгодивши її з викладачем. Під час проведення практичних занять студент повинен презентувати результати своєї роботи у режимі PowerPoint з використанням мультимедійного обладнання. Оцінка за індивідуальне завдання враховується при виставленні загальної оцінки з дисципліни.

Під час написання індивідуального завдання студент повинен опрацювати не менше п'яти джерел з відповідними посиланнями на них у тексті роботи. Текст роботи має містити реферативне викладення матеріалу з приводу визначеної теми.

Індивідуальне завдання складається з титульної сторінки; змісту; вступу; основної частини; висновків; списку використаної літератури; додатків (за необхідності).

Вступ має розкривати актуальність обраної теми, її проблематику та мету завдання. Вступ і висновки завдання разом не повинні перевищувати одну чверть його обсягу.

Основна частина має містити реферативне викладення матеріалу теми. Виклад матеріалу повинен бути чітким, логічним і послідовним. Необхідно вживати туристичні терміни, властиві даній науці, уникати незрозумілих понять і складних граматичних зворотів.

У висновку потрібно викласти міркування стосовно досягнення мети роботи.

Студенту доцільно звернути увагу на такі характерні недоліки, які трапляються при написанні індивідуального завдання і які можуть призвести до незадовільної оцінки: механічне, дослівне переписування використаної літератури; поверховий, не аргументований виклад основних теоретичних положень; невідповідність між змістом роботи та її планом; абстрактний виклад теми, відсутність посилань на нормативні документи законодавчих органів України; недбалість і неграмотність викладу.

Отже, основними вимогами до написання індивідуального завдання є вміння виділяти головні теоретичні питання і роз'яснювати їх на конкретному матеріалі, логічно та послідовно розкривати зміст теми, використовуючи при цьому сучасну літературу.

Оформлення індивідуального завдання. У друкованому варіанті обсяг роботи повинен становити 7 – 10 стор. Орієнтовна кількість сторінок у структурі реферату становить: вступ – 1 стор.; основна частина 5 – 8 стор.; висновок – 1 стор.; список використаної літератури – 1 стор. Оформлення списку використаної літератури є важливою складовою написання індивідуального завдання. При оформленні списку використаної літератури слід окремо виділяти джерела (нормативно-правові акти тощо), додаткову літературу та архівні документи.

Проміжний тестовий контроль зі змістовних тем. Проміжний тестовий контроль знань студентів здійснюється шляхом проведення тестування з основних навчальних елементів змістовних тем.

Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних та семінарських занять. Сума балів, які студент денної форми навчання може набрати за першим та другим тематичним блоком, дорівнює 60.

Підсумковий контроль здійснюється у формі заліку. Загальна тривалість заліку – 1,5 години. До складання заліку допускаються студенти, які мають задовільну кількість балів зі складених тестів з основних навчальних елементів змістовних модулів, написання та захисту індивідуального завдання.

Оцінка успішності студента з дисципліни є рейтинговою і виставляється за багатобальною шкалою.

Сумарна оцінка за вивчення дисципліни розраховується як сума контрольних оцінок та балів, отриманих за результатами підсумкового семестрового контролю.

Загальна сума балів підсумкового семестрового контролю складає 100.

Загальна кількість балів за успішне виконання залікових завдань дорівнює 40.

Схема нарахування балів

Поточний контроль та самостійна робота										Сума
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	ІНДЗ	Разом	Залік
5	5	5	5	5	5	5	5	20	60	40
										100

Шкала перерахування оцінок результатів навчання у різних системах оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка за національною шкалою
	для заліку
50-100	зараховано
1-50	не зараховано

ПЕРЕЛІК ТЕМ КОНТРОЛЬНИХ РОБІТ

1. Видатні музеї світу: історія розвитку (на прикладі одного з музеїв).
2. Використання музеїв у туристично-екскурсійній роботі.
3. Державна політика в галузі музейної справи України.
4. Законодавство України про музеї та музейну справу.
5. Маркетинг у сфері екскурсійного обслуговування.
6. Експозиційні матеріали: їх використання у музейній роботі.
7. Організаційно-інституційні засади розвитку екскурсійної справи в Україні.
8. Правовий статус екскурсанта. Страхування та медична допомога.
9. Історія розвитку Запорізького краєзнавчого музею.
10. Музеї просто неба в Україні.
11. Музеї різних профілів в Україні: особливості їх організації.
12. Загальні положення законодавства України щодо екскурсійної діяльності. Оглядові та тематичні екскурсії у музеях.
13. Вимоги до екскурсоводів: добір кадрів, глибокі загальні і спеціальні знання, творчий підхід.
14. Основи наукової методики комплектування фондів.
15. Особливості використання музейних експозицій на маршрутах оглядових та тематичних міських (позаміських) екскурсій.
16. Особливості експозиції різних типів музеїв.
17. Особливості методики екскурсійної роботи в музеях.
18. Організація підготовки інноваційного екскурсійного продукту (стадії: попередня робота, безпосередня розробка, захист).
19. Класифікація екскурсій. Особливості організації музейної екскурсії.
20. Комплектування "портфеля екскурсовода".
21. Особливості екскурсійного методу (моторність, предметність, наочність).
22. Сутність екскурсійного аналізу.
23. Проблеми зберігання музейних фондів.

24. Потенціал музеїв у міжнародній туристичній індустрії.
25. Концепція розвитку музейного менеджменту.
26. Інформатизація як інструмент музейного менеджменту.
27. Управлінський професіоналізм та професійні якості керівника музею.
28. Досвід музейного менеджменту країн світу.
29. Музеєзнавчі дослідження в галузі музейної комунікації.
30. Всесвітня мережа музеїв та діяльність Міжнародної ради музеїв (ICOM).

6. ТЕОРЕТИЧНІ ПИТАННЯ ДЛЯ ПІДГОТОВКИ ДО ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ

1. Музейні установи в системі освіти, культури і туризму.
2. Розвиток європейських музеїв у XIX – поч. XX ст.
3. Тенденції розвитку музейної галузі світу у др. пол. XX ст.
4. Нові умови розвитку музеїв на початку XXI ст.
5. Віртуальні екскурсії та віртуальні музеї.
6. Історія розвитку музейної справи в Україні.
7. Класифікація музеїв України.
8. Виставкова діяльність у музеях: стратегія та організація виставок.
9. Фондова робота музеїв.
10. Експозиційна діяльність музеїв.
11. Управління фінансами музею. Бюджет музею.
12. Загальна характеристика форм комерційної діяльності музею.
13. «Ендаументи» та фандрайзингова діяльність музеїв.
14. Сувенірна продукція музею.
15. Музейний магазин: основні елементи та досвід організації.
16. Музейне кафе: основні елементи та досвід організації.
17. Нові інформаційні технології музейної справи.
18. Типова структура сучасного музейного сайту.
19. Електронна комерція у музеї.
20. Суть та завдання музейного менеджменту.

21. Управлінські функції у музейній діяльності: організація, мотивація, контроль, комунікація.
22. Управління персоналом музею. Система мотивації персоналу музею.
23. Особливості кадрового складу музею. Роль волонтерів у музеї.
24. Критерії ефективності діяльності музею.
25. Інтелектуальна власність та авторське право у музеї.
26. Товариства друзів музеїв: світова практика.
27. Методи стратегічного управління музеїв.
28. Посадові обов'язки та кваліфікація співробітників музею.
29. Підготовка музейних кадрів: світовий досвід.
30. Організація ефективного музейного маркетингу.
31. Маркетинг та комунікативна політика сучасного музею.
32. «Подієвий маркетинг» музею.
33. Налагодження PR-комунікацій між музеєм та суспільством.
34. Турбота про відвідувача: причини, вимоги, досвід музеїв.
35. Програми активного залучення публіки до музею.
36. Робота з дитячою аудиторією у музеї.
37. Організація взаємовигідної співпраці музеїв з туристичними фірмами.
38. Загальна характеристика музейної мережі України.
39. Проблеми та перспективи розвитку музейної мережі України.
40. Нормативно-правові основи діяльності музеїв України.
41. Музей як соціокультурний інститут.
42. Музей як науково-дослідна установа.
43. Музей як індустрія розваг.
44. Поняття «фонди музею», особливості організації музейних фондів.
45. Науково-фондова робота у музеї.
46. Основні поняття музейної експозиції, методи побудування експозицій.
47. Особливості проектування музейної експозиції.
48. Основні форми культурно-освітньої діяльності музеїв.
49. Сутність та основні поняття екскурсійної діяльності.

50. Екскурсійна робота: методика розробки та проведення екскурсії.