

Міністерство освіти і науки України

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Кафедра туристичного бізнесу та країнознавства

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Проректор

“ _____ ” _____ 2017 р.

Робоча програма навчальної дисципліни

Музейний менеджмент та маркетинг

напрям

6.140103 «Туризм»

факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу

2017 / 2018 навчальний рік

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

“28” серпня 2017 року, протокол № 1

РОЗРОБНИК ПРОГРАМИ:

канд. іст. наук, доцент кафедри туристичного бізнесу Посохов І.С.

Програму схвалено на засіданні кафедри
туристичного бізнесу

Протокол від “28” серпня 2017 року № 1

Завідувач кафедри туристичного бізнесу

_____ А.Ю. Парфіненко
(підпис)

Програму погоджено методичною комісією
факультету міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу

Протокол від “28” серпня 2017 року № 1

Голова методичної комісії факультету міжнародних економічних відносин
та туристичного бізнесу

_____ Л.І. Григорова-Беренда

ВСТУП

Програма навчальної дисципліни “Музейний менеджмент та маркетинг” складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки бакалавра за напрямом підготовки 6.140103 «Туризм».

Предметом вивчення навчальної дисципліни є:

політичні та соціокультурні чинники, а також найважливіші тенденції та процеси, що відігравали та продовжують відігравати провідну роль у формуванні та розвитку сучасного світу. При цьому в центрі уваги залишається людина з її потребами, ціннісними орієнтаціями та світоглядними уявленнями.

1. Опис 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.

1.3. Кількість кредитів:

Денна форма навчання – 1 кредит

Заочна форма навчання – 1 кредит

1.4. Загальна кількість годин:

Денна форма навчання – 36 годин

Заочна форма навчання – 36 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	
10 год.	12 год.
Практичні, семінарські заняття	
8 год.	

Лабораторні заняття	
год.	
Самостійна робота	
8 год.	14 год.
Індивідуальні завдання	
10 год.	10 год.

1.6. Згідно з вимогами освітньо-професійної (освітньо-наукової) програми студенти повинні досягти таких результатів навчання:

знати: основи фондової роботи; основні вимоги до обліку та збереження музейних предметів; основні етапи та прийоми створення музейної експозиції; основні вимоги до масово-просвітницької роботи; музейну термінологію; основні історичні віхи становлення сучасного світу; -найважливіші суспільно-політичні та культурні процеси та явища, що визначали формування сучасного світу; -провідні суспільні концепції та філософські доктрини, які вплинули на створення сучасної цивілізації; -особливості розвитку окремих країн, що позначилися на загальносвітових тенденціях історичного поступу; -процес формування України як сучасної держави світу та її місце в історії розвитку сучасного світу.

вміти: -збирати та аналізувати інформацію; -працювати з фіксованою інформацією, з довідковою літературою, складати тексти доповідей, виступів, статей; складати плани роботи музею; здійснювати облік та зберігання музейних предметів; організовувати та проводити краєзнавчий пошук за конкретною темою; виконувати наукову обробку зібраного матеріалу; створювати та оформляти музейну експозицію; здійснювати масово-просвітницьку роботу; використовувати технічні засоби в польових умовах і для музейної експозиції.

3. Тематичний план навчальної дисципліни

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 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. 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

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. Теми семінарських (практичних, лабораторних) занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Музеєзнавство як наукова дисципліна.	2
2	Сучасний музейний менеджмент та маркетинг: особливості та методи.	2
3	Комерційна та фандрайзингова діяльність музеїв.	2
4	Пріоритетні напрямки розвитку національної музейної мережі.	2
	Разом	8

5. Завдання для самостійної роботи

№ з/п	Види, зміст самостійної роботи	Кількість годин
1	Підготовка до усного опитування на тему: «Музеєзнавство як наукова дисципліна» з наступних питань: Історія становлення музеєзнавства як науки. Об'єкт, предмет і метод музеєзнавчої науки. Базові поняття музеєзнавства. Структура музеєзнавчої науки.	2
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. Маркетингові дослідження.	2
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. Web-ресурси. Маркетингові дослідження.	2
6	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 вітчизняної музейної сайту. Інтернет-ресурси музею і туристичний імідж регіону. Напрямки розвитку музейної сайту.	2
7	Написання індивідуального завдання з дисципліни	10
	Разом	18

6. Індивідуальні завдання

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

До форм індивідуальної навчальної роботи віднесено:

укладання глосарію із загальних понять курсу «Музейний менеджмент та маркетинг».

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 «Музейний менеджмент та маркетинг»; -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 реферату з дисципліни «Музейний менеджмент та маркетинг».

Реферат передбачає систематизацію, закріплення, розширення теоретичних і практичних знань з курсу, розвиток навичок самостійної роботи з літературними джерелами, вміння презентувати результати роботи. Реферат виконується самостійно. На початку семестру кожен студент отримує тему реферату, що відповідає проблематиці практичних занять та лекційного курсу. Студент має право самостійно обрати тему реферату 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 реферат враховується при виставленні загальної оцінки з дисципліни. Під час написання реферату 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.

Реферат 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 реферату становить: вступ - 1 стор.; основна частина 5-8 стор.; висновок - 1 стор.; список використаної літератури - 1 стор.

7. Методи контролю

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 модульного 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 (модулю) 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.

Підсумковий контроль здійснюється у формі заліку. Загальна тривалість заліку 1 година. 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 заліковому занятті.

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 заліку в терміни, встановлені графіком навчального процесу та в обов'язі навчального матеріалу, визначеного цією робочою програмою дисципліни.

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.

Підсумковий семестровий контроль здійснюється під час проведення заліку.

Загальна кількість балів за успішне виконання залікових завдань дорівнює 40.

8. Схема нарахування балів

Приклад для заліку

Поточний контроль, самостійна робота, індивідуальні завдання					Залік	Сума
Розділ 1				ІЗ	Разом	
T1	T2	T3	T4	40	60	40
5	5	5	5			100

Шкала оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності протягом семестру	Оцінка за національною шкалою
	для заліку
90 – 100	зараховано
70-89	
50-69	
1-49	не зараховано

9. Рекомендована література

Основна література

1. Вайдахер Ф. Загальна музеологія / Переклад з німецької Х. Назаркевич, О. Лянґ, В. Лозинського. – Львів: Літопис, 2005.
2. Гудченко З.С. Музеї народної архітектури України.-К.,1981.
3. Мезенцева Г.Г. Музеєзнавство / на матеріалах музеїв Української РСР/. -К.,1980.
4. Музееведение. Музеи исторического профиля: Учеб. Пособие для вузов по спец. “История” / Под ред. К.Г. Левыкина, В. Хербста. – М.: Высшая школа, 1988.
5. Музейное дело России. – М., 2003.
6. Основи музеєзнавства, 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 / отв. Ред. Э.А. Шулепова. – М.: Едиториал УРСС, 2005.
8. Романычева И.Г. Музейное дело: Учеб. пособие для студентов факультета теории и истории искусства. – М., 1983.
9. Российская музейная энциклопедия: В 2-х т. – М., 2001.
10. Сотникова С.И. Музеология. – М., 2004.
11. Скрипник Г.А. Етнографічні музеї України. – К., 1989.
12. Етнографічне музеєзнавство. Програма курсу для студентів, що навчаються за спеціальністю “Народознавство” /Укл. Н.І.Ганнусенко, Ю.А.Омельченко. - К.:РНМК,1992.
13. Шляхтина Л.М., Фокин С.В. Основы музейного дела: Учебное пособие для студентов педагогических и гуманитарных вузов. – СПб, 2000.

Допоміжна література

1. Гнедовский М.Б., Дукельский В.Ю. Музейная коммуникация как предмет музееведческого исследования // Музейное дело: Сб. науч. тр. Музея Революции. Вып. 21. Музей – культура – общество. – М., 1992.
2. Знаменский А., Черкалин С. Сайт “Собрание Рыбинского музея-заповедника”. Идея. Воплощение, Развитие // Мир и музей. – 2002. – № 3-4.
3. Из собраний музеев России [“Collections”] [Электронный ресурс]. На сервере Российского этнографического музея [on-line]. Режим доступа: <http://www.collections.spb.ru>
4. Лорд Б., Лорд Г.Д. Менеджмент в музейном деле. – М., 2002.
5. Музейний простір України [Електронний ресурс] На сервері “Музейний портал України”[on-line]. Режим доступу: <http://www.ukrmuseum.org.ua>
6. Музей будущего: Информационные технологии и культурное наследие [Электронный ресурс] На сервере ИИАТ [on-line]. Режим доступа: <http://www.future.museum.ru>
7. Музеи в период перемен. – СПб, 1997.
8. Музеи. Маркетинг, Менеджмент. – М., 2001.
9. Музей будущего: информационный менеджмент / Сост. А.В. Лебедев. – М., 2001.
10. Музей и новые технологии: На пути к музею XXI века / Сост. и научн. Ред. Н.А. Никишин. – М., 1999.
11. Ноль Л.Я. Новые информационные технологии в музеях: от машинных каталогов к глобальным информационным сетям // Музеи Москвы и музеология XX века: Тезисы научной конференции 25-26 ноября 1997. – М., 1997. – С. 92-94.
12. Основи музеєзнавства, 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.

10. Посилання на інформаційні ресурси в Інтернеті, відео-лекції, інше методичне забезпечення

1. <http://www.tourism.gov.ua/> – Сайт державної туристичної адміністрації.
2. <http://www.world-tourism.org/> – Сайт з інформацією про розвиток світового туризму.
3. <http://www.encyclopedia.ru/> – «Мир энциклопедий» – російськомовні енциклопедичні видання (енциклопедії, енциклопедичні словники, довідники).
4. <http://www.igh.ras.ru/> – Сайтотека енциклопедичної літератури.
5. www.rubricon.com/ – Енциклопедичний словник «Всемирная история».
6. <http://history.ru/> – Сайтотека з Всесвітньої історії.
7. www.catalog.alloy.ru – Каталог сайтів «Всемирная история».
8. http://rmat-english.narod.ru/slovar/slovar_r.htm – Туристський термінологічний словник (Зорін І.В., Квартальнов В.А.).