



*ФГОС ВО
(версия 3++)*

МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ В МУЗЕЙНОЙ РАБОТЕ

Рабочая программа дисциплины

**ЧЕЛЯБИНСК
ЧГИК
2023**

**МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЧЕЛЯБИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ КУЛЬТУРЫ»**

Кафедра истории, музеологии и документоведения

МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ В МУЗЕЙНОЙ РАБОТЕ

Рабочая программа дисциплины

**программа бакалавриата
«Историко-культурный туризм»
по направлению подготовки
51.03.04 Музеология и
охрана объектов культурного и природного наследия
квалификация: бакалавр**

**Челябинск
ЧГИК
2023**

УДК 069(073)

ББК 79.17я73

М 50

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО (версия 3++) по 51.03.04 Музеология и охрана объектов культурного и природного наследия.

Автор-составитель: И. В. Андреева, доцент кафедры истории, музеологии и документоведения, канд. пед. наук, доцент.

Рабочая программа дисциплины как составная часть ОПОП на заседании совета факультета документальных коммуникаций и туризма рекомендован к рассмотрению экспертной комиссией, протокол № 7 от 17.04.2023.

Экспертиза проведена 15.05.2023, акт № 2023/ИКТ.

Рабочая программа дисциплины как составная часть ОПОП утверждена на заседании Ученого совета института протокол № 08 от 29.05.2023.

Срок действия рабочей программы дисциплины продлен на заседании Ученого совета института:

Учебный год	№ протокола, дата утверждения
2024/25	Протокол №11 от 27.05.2024 г.
2025/26	
2026/27	
2027/28	

М 50 Менеджмент и маркетинг в музейной работе : рабочая программа дисциплины : программа бакалавриата «Историко-культурный туризм» по направлению подготовки 51.03.04 Музеология и охрана объектов культурного и природного наследия, квалификация : бакалавр / авт.-сост. И. В. Андреева ; Челябинский государственный институт культуры. – Челябинск, 2023. – 45 с. – (ФГОС ВО версия 3++). – Текст : непосредственный.

Рабочая программа дисциплины включает: перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы; указание места дисциплины в структуре ОПОП; объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся; содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам), с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий; перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине; фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине; перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины; перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины; методические указания для обучающихся по освоению дисциплины; перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения; описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.

© Челябинский государственный
институт культуры, 2023

СОДЕРЖАНИЕ

Аннотация.....	6
1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	7
2. Место дисциплины в структуре образовательной программы	8
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.....	9
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий.....	9
4.1. Структура преподавания дисциплины	9
4.1.1. Матрица компетенций	11
4.2. Содержание дисциплины	12
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	14
5.1. Общие положения	14
5.2. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.....	15
5.2.1. Содержание самостоятельной работы.....	15
5.2.2. Методические указания по выполнению самостоятельной работы.....	16
5.2.3. Перечень печатных и электронных образовательных и информационных ресурсов необходимых для самостоятельной работы	18
6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	19
6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы	19
6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.....	27
6.2.1. Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования.....	27
6.2.2. Описание шкал оценивания	28
6.2.2.1. Описание шкалы оценивания ответа на экзамене.....	28
6.2.2.2. Описание шкалы оценивания.....	29
6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, владений, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.....	32
6.3.1. Материалы для подготовки к экзамену.....	32
6.3.2. Темы и методические указания по подготовке рефератов, эссе и творческих заданий по дисциплине.....	33
6.3.3. Методические указания по выполнению курсовой работы	33
6.3.4. Типовые задания для проведения текущего контроля формирования компетенций	33
6.3.4.1. Планы семинарских занятий	33
6.3.4.2. Задания для практических занятий.....	35
6.3.4.3. Темы и задания для мелкогрупповых/индивидуальных занятий.....	35
6.3.4.4. Типовые темы и задания контрольных работ (контрольного урока).....	35
6.3.4.5. Тестовые задания	35
6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и владений, характеризующих этапы формирования компетенций	36

7. Перечень печатных и электронных образовательных и информационных ресурсов необходимых для освоения дисциплины	37
7.1. Печатные и (или) электронные образовательные ресурсы	37
7.2. Информационные ресурсы	40
7.2.1. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы. 40	
7.2.2. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет.....	40
8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	41
9. Описание материально-технического обеспечения, необходимого для осуществления образовательного процесса по дисциплине	43
Лист изменений в рабочую программу дисциплины	45

Аннотация

1	Индекс и название дисциплины по учебному плану	Б1.О.17 Менеджмент и маркетинг в музейной работе
2	Цель дисциплины	овладение студентами теоретико-методическими принципами менеджмента и маркетинга, знаниями и практическими навыками в области делового предпринимательства, умением применять их в сфере некоммерческой, в т.ч. музейной и туристско-рекреационной деятельности
3	Задачи дисциплины заключаются в:	<ul style="list-style-type: none"> - формировании у обучающихся представления о сущности и значении менеджмента и маркетинга в социально-культурной сфере, понимания сущности управления музеем в рыночной ситуации; - формировании у будущих специалистов современного управленческого мышления и способности решать разнообразные хозяйственные, социальные, психологические проблемы с использованием современных приемов и средств; - овладении обучающимися современными технологиями управления персоналом, планирования деятельности, рациональной организации труда, маркетинговых исследований, музейной рекламы, проектного развития и социального партнерства - формирование личных качеств менеджера.
4	Планируемые результаты освоения	ОПК-1, ОПК-3, ПК-1, ПК-9
5	Общая трудоемкость дисциплины составляет	в зачетных единицах – 72 в академических часах – 2
6	Разработчики	И. В. Андреева, доцент кафедры истории, музеологии и документоведения канд. пед. наук, доцент

**1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине,
соотнесенных с планируемыми результатами освоения
образовательной программы**

В процессе освоения основной профессиональной образовательной программы (далее – ОПОП) обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

Таблица 1

Планируемые результаты освоения ОПОП	Перечень планируемых результатов обучения (индикаторы достижения компетенций)			
	Код индикатора	Элементы компетенций	по компетенции в целом	по дисциплине
1	2	3	4	5
ОПК-1 Способен применять полученные знания в области культуроведения и социокультурного проектирования в профессиональной деятельности и социальной практике	ОПК-1.1	Знать	основы культуроведения; принципы, методики и технологии социокультурного проектирования.	Знать: основы культуроведения; принципы, методики и технологии социокультурного проектирования.
	ОПК-1.2	Уметь	применить теоретические знания в области культуроведения и социокультурного проектирования в практической деятельности для решения профессиональных задач.	Уметь: применить теоретические знания в области культуроведения и социокультурного проектирования в практической деятельности для решения профессиональных задач.
	ОПК-1.3	Владеть	навыками применения проектных методов в профессиональной сфере на основе приоритетных направлений развития общества	Владеть: навыками применения проектных методов в профессиональной сфере на основе приоритетных направлений развития общества
ОПК-3 Способен соблюдать требования профессиональных стандартов и нормы профессиональной этики	ОПК-3.1	Знать	содержание документов, регламентирующих профессиональную деятельность, требования профессиональных стандартов и нормы профессиональной этики.	содержание документов, регламентирующих профессиональную деятельность, требования профессиональных стандартов и нормы профессиональной этики.
	ОПК-3.2	Уметь	соблюдать требования профессиональных стандартов и норм профес-	соблюдать требования профессиональных стандартов и норм профес-

			сиональной этики.	сиональной этики.
	ОПК-3.3	Владеть	навыками применения профессиональных стандартов и норм профессиональной этики.	навыками применения профессиональных стандартов и норм профессиональной этики.
ПК-1 Владением основами менеджмента в музейной деятельности	ПК-1.1	Знать	основные понятия менеджмента и маркетинга	основные понятия менеджмента и маркетинга
	ПК-1.2	Уметь	основные положения новейших исследований по проблемам менеджмента в музейной деятельности	основные положения новейших исследований по проблемам менеджмента в музейной деятельности
	ПК-1.3	Владеть	методы построения, расчета и анализа экономических и управленческих моделей в музейной деятельности	методы построения, расчета и анализа экономических и управленческих моделей в музейной деятельности
ПК-9 Способен к участию в разработке отдельных разделов проектов региональных программ сохранения и освоения культурного и природного наследия, в том числе в туристической сфере	ПК-9.1	Знать	современные практики сохранения и освоения наследия	современные практики сохранения и освоения наследия
			методы музеефикации культурного	методы музеефикации культурного
			современные концепции сохранения и освоения культурного и природного наследия	современные концепции сохранения и освоения культурного и природного наследия
	ПК-9.2	Уметь	определять оптимальную методику музеефикации объекта наследия	определять оптимальную методику музеефикации объекта наследия
			выявлять объекты музейного значения в среде бытования	выявлять объекты музейного значения в среде бытования
ПК-9.3	Владеть	методами музеефикации объектов наследия	методами музеефикации объектов наследия	

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина входит в обязательную часть учебного плана.

Дисциплина логически и содержательно-методически взаимосвязана с дисциплинами: «Основы музеологии», «История музейного дела», «Охрана культурного и природного наследия в России и за рубежом», «Экономика культуры», «Этика деловых отношений».

Освоение дисциплины будет необходимо при изучении дисциплин: «Правовое обеспечение музейной деятельности», «Туристско-рекреационное проектирование», прохождении практик: Технологическая (проектно-технологическая) практика (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности) (экспозиционно-экскурсионная), подготовке к государственной итоговой аттестации.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Общая трудоемкость дисциплины в соответствии с утвержденным учебным планом составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.

Таблица 2

Вид учебной работы	Всего часов	
	Очная форма	Заочная форма
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	72	72
– Контактная работа (всего)	38,3	16
в том числе:		
лекции	20	4
семинары	16	4
иная контактная работа (ИКР) в рамках промежуточной аттестации	0,3	2
консультация в рамках промежуточной аттестации	2	2
консультации (конс.)	5 % от	2
контроль самостоятельной работы (КСР)	лекционных час.	2
– Самостоятельная работа обучающихся (всего)	7	49
– Промежуточная аттестация обучающегося – экзамен: контроль	26,7	7

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ, СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ) С УКАЗАНИЕМ ОТВЕДЕННОГО НА НИХ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ И ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ

4.1. Структура преподавания дисциплины

Таблица 3

Очная форма обучения

Наименование разделов, тем	Общая трудоемкость (всего час.)	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся, и трудоемкость (в академ. час.)		Форма промежуточной аттестации (по семестрам) в т. ч.
		Контактная работа	с/р	

		лек.	сем.	практ.	конс. ПА		с контактной работой
1	2	3	4	5	6	7	8
Раздел 1. Основы менеджмента в музейной сфере							
Тема 1. Музей как организация. Организационные модели и структура	5	4	-	-		1	
Тема 2. Управленческий труд в музее	7	2	4	-		1	
Тема 3. Мотивация персонала и психологические основы управления	9	4	4	-		1	
Раздел 2. Основы маркетинга социокультурной сферы							
Тема 4. Сущность и значение маркетинга в социальнокультурной сфере. Принципы, методы, виды музейного маркетинга.	5	4	4	-		1	
Тема 5. Комплекс музейного маркетинга: музейные услуги, маркетинговые коммуникации	10	4	4	-		2	
Тема 6. Управление маркетингом	5	2	-	-		1	
консультация <i>в рамках промежуточной аттестации</i>	2				2		
Экзамен 5 семестр	27						ИКР - 0,3 час. Контр.- 26,7
<i>Итого в 5 сем.</i>	72	20	16		2	7	27
Всего по дисциплине	72	20	16		2	7	27

Заочная форма обучения

Наименование разделов, тем	Общая трудоемкость (всего час.)	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся, и трудоемкость (в академ. час.)				с/р	Форма промежуточной аттестации (по семестрам) в т. ч. с контактной работой
		Контактная работа					
		лек.	сем. / конс, КСР	практ. / конс, КСР	конс. ПА		
1	2	3	4	5	6	7	8
Раздел 1. Основы менеджмента в музейной сфере							
Тема 1. Музей как организация. Организационные модели и структура	18	2		-		16	
<i>Итого в 4 сем.</i>	18	2		-		16	
Тема 2. Управленческий труд в музее	7		1	-		6	
Тема 3. Мотивация персонала и психологиче-	7		1	-		6	

ские основы управления							
Раздел 2. Основы маркетинга социокультурной сферы							
Тема 4. Сущность и значение маркетинга в социальнокультурной сфере. Принципы, методы, виды музейного маркетинга.	7	1		-		7	
Тема 5. Комплекс музейного маркетинга: музейные услуги, маркетинговые коммуникации	10	1	1	-		8	
Тема 6. Управление маркетингом	6		1	-		6	
консультация в рамках промежуточной аттестации	2				2		
Консультации Контроль самостоятельной работы	4			-			2 2
Экзамен 5 семестр	9			-			Контр. – 7 час. ИКР – 2 час.
<i>Итого в 5 сем.</i>	54	2	4	-	2	33	13
Всего по дисциплине	72	4	4	-	2	49	13

Таблица 4

4.1.1. Матрица компетенций

Наименование разделов, тем	ОПК-1	ОПК-3	ПК-1	ПК-9
1	2	3	4	5
Раздел 1. Основы менеджмента в музейной сфере				
Тема 1. Музей как организация. Организационные модели и структура	+	+	+	+
Тема 2. Управленческий труд в музее	+	+	+	+
Тема 3. Мотивация персонала и психологические основы управления	+	+	+	+
Раздел 2. Основы маркетинга социокультурной сферы				
Тема 4. Сущность и значение маркетинга в социальнокультурной сфере. Принципы, методы, виды музейного маркетинга.	+	+	+	+
Тема 5. Комплекс музейного маркетинга: музейные услуги, маркетинговые коммуникации	+	+	+	+
Тема 6. Управление маркетингом	+	+	+	+
Экзамен 5 сем.	+	+	+	+

4.2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Основы менеджмента в музейной сфере

Тема 1. Музей как организация. Организационные модели и структура.

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

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

Тема 2. Управленческий труд в музее

Руководитель в системе управления. Современные требования к профессии и личности менеджера. Модель современного менеджера. Десять управленческих ролей менеджера.

Особенности управленческого труда в музее. Руководители, специалисты, технические исполнители. Эвристический, административный, операторный труд в управлении музейной организацией. Основные уровни управления в музее.

Тема 3. Мотивация персонала и психологические основы управления

Развитие теории мотивации в теории менеджмента. Феномен потребности. Теория А. Маслоу и её интерпретация в сфере музейного дела. Мотив трудовой деятельности: определение и классификация. Мотивация трудовой деятельности: определение и классификация. Формы и методы мотивации персонала.

Руководство и лидерство. Влияние и власть. Основные формы влияния (убеждение и привлечение сотрудников к управлению). Баланс власти. Формы власти.

Лидерство в управлении организацией. Функции неформального лидерства, типы лидерства. Основные подходы к определению эффективности лидерства. Модели ситуационного подхода к эффективному лидерству.

Классификация основных методов управления (регламентирующие и стимулирующие). Стиль руководства и его взаимосвязь с успешностью деятельности и удовлетворенностью сотрудников.

Концепция и элементы организационной культуры.

Имидж организации и менеджера.

Понятие коллектива. Оценка роли отдельного человека и группы в коллективе с точки зрения различных теорий управления.

Малая социальная группа как компонент коллектива. Основные типы формальных групп. Характеристики неформальных организаций: социальный контроль, сопротивление переменам, неформальные лидеры. Причины вступления в неформальные организации. Управление неформальной организацией. Факторы, влияющие на эффективность работы групп. Методы повышения эффективности групп.

Учет специфики коллектива музейной организации (половозрастной, образовательной, по типу мотивации, темперамента и пр.) в организации деятельности.

Принципы управленческого общения. Формы деловых контактов.

Этика деловых отношений.

Управление конфликтами и стрессами. Природа конфликта в организации. Типы конфликта: внутриличностный, межличностный, конфликт между личностью и группой, межгрупповой конфликт. Причины конфликта. Структурные и межличностные методы управления конфликтами.

Природа стресса, причины стресса (организационные и личностные факторы). Методы снижения уровня стресса.

Раздел 2. Основы маркетинга социокультурной сферы

Тема 4. Сущность и значение маркетинга в социально-культурной сфере. Принципы, методы, виды музейного маркетинга

Понятие маркетинга. Определение маркетинга в терминах обмена в общественной сфере. Различия между подходом, ориентированным на товар (услугу) и маркетинговым подходом (ориентированным на потребителя).

Цели маркетинга.

Маркетинг как современная концепция управления музейной организацией. Принципы и методы музейного маркетинга. Виды маркетинга: конверсионный, стимулирующий, развивающий, ремаркетинг, синхромаркетинг, поддерживающий, противодействующий, маркетинг-микс. Примеры применения различных видов маркетинга в практике деятельности музеев России.

Тема 5. Комплекс музейного маркетинга: музейные услуги, маркетинговые коммуникации

Комплекс маркетинга как ядро маркетинговой стратегии. Основные элементы комплекса маркетинга, их взаимосвязь и баланс в свете требований рынка.

Музейная услуга как «товар» в структуре комплекса маркетинга. Три уровня в концепции музейного продукта: товар по замыслу, товар в реальном исполнении, товар с подкреплением. Характеристика специфических особенностей музейных услуг как товара: неосвязаемости, неразрывности производства и потребления, непостоянства качества, несохраняемости. Характеристика жизненного цикла товара и основных этапов процесса создания нового товара применительно к музейным услугам. Классификация фактически существующего продукта музейной деятельности (предоставляемого РФ, органам местного самоуправления, населению). Характеристика основного, вспомогательного и сопутствующего продуктов музея.

Комплексы «распространения», «персонала организации», «цены» и «маркетинговой коммуникации» в комплексе маркетинга.

Маркетинговые коммуникации: определение и основные виды. Значение маркетинговых коммуникаций для создания положительного имиджа музея.

Основные цели, объекты и технологии «паблик рилейшнз» в музее. Медиапланирование. Деятельность обществ «Друзей музея» и формирование международных связей. Примеры успешного развития социального партнерства в практике деятельности музеев России.

Современная реклама и ее задачи в области музейного дела. Участники рекламного процесса. Цели и задачи рекламы, основные виды, общие требования (правдивость, конкретность, адресность, плановость).

Макро- и микроуровни музейной рекламы. Технология создания рекламного сообщения на основе модели AIDA. Рекламные средства (реклама в прессе, печатная реклама, радио и телереклама, рекламные сувениры, прямая почтовая рассылка, наружная реклама, реклама в транспорте, компьютерная).

Организация и планирование рекламной кампании. Технология подготовки и участия музейной организации в специализированных рекламно-информационных выставках различной тематики (туризм, образование, социально-культурная деятельность учреждений региона, «Интермузей» и т.п.). Организация обратной связи, оценка ответственности и эффективности рекламы.

Тема 6. Управление маркетингом

Основные направления управления маркетингом: сбор маркетинговой информации; построение организационной структуры управления; реализация комплекса маркетинга; контроль в области маркетинга. Понятие стратегии и программы маркетинга.

Понятие и цели маркетингового исследования. Типы маркетинговой информации и источники ее получения. Методы сбора информации: качественные (экспертный опрос, фокус-группа, анализ конкретных ситуаций), количественные (наблюдение, опрос, эксперимент).

Сегментация музейного рынка (демографическая, географическая, психографическая, поведенческая), определение стратегии охвата рынка и ассортимента эффективных услуг.

Организационная структура управления маркетингом музейной работы. Современные проблемы маркетингового развития музеев России.

5. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

5.1. Общие положения

Самостоятельная работа обучающихся – особый вид познавательной деятельности, в процессе которой происходит формирование оптимального для данного индивида стиля получения, обработки и усвоения учебной информации на основе интеграции его субъективного опыта с культурными образцами.

Самостоятельная работа может быть аудиторной и внеаудиторной.

Аудиторная самостоятельная работа осуществляется на лекциях и семинарских занятиях. Внеаудиторная самостоятельная работа может осуществляться:

– в контакте с преподавателем: на консультациях по учебным вопросам, в ходе творческих контактов, при ликвидации задолженностей, при выполнении индивидуальных заданий и т. д.;

– без контакта с преподавателем: в аудитории для индивидуальных занятий, в библиотеке, дома, в общежитии и других местах при выполнении учебных и творческих заданий.

Внеаудиторная самостоятельная работа, прежде всего, включает повторение материала, изученного в ходе аудиторных занятий; работу с основной и дополнительной литературой и интернет-источниками; подготовку к семинарским занятиям; выполнение заданий, вынесенных преподавателем на самостоятельное изучение; научно-исследовательскую и творческую работу обучающегося.

Целью самостоятельной работы обучающегося является:

– формирование приверженности к будущей профессии;
– систематизация, закрепление, углубление и расширение полученных знаний умений, владений;

- формирование умений использовать различные виды изданий (официальные, научные, справочные, информационные и др.);
- развитие познавательных способностей и активности обучающегося (творческой инициативы, самостоятельности, ответственности и организованности);
- формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию, самореализации;
- развитие исследовательского и творческого мышления.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, и ее объем по каждой дисциплине определяется учебным планом. Методика ее организации зависит от структуры, характера и особенностей изучаемой дисциплины, индивидуальных качеств и условий учебной деятельности.

Для эффективной организации самостоятельной работы обучающийся должен:

знать:

- систему форм и методов обучения в вузе;
- основы научной организации труда;
- методики самостоятельной работы;
- критерии оценки качества выполняемой самостоятельной работы;

уметь:

- проводить поиск в различных поисковых системах;
- использовать различные виды изданий;
- применять методики самостоятельной работы с учетом особенностей изучаемой дисциплины;

владеть:

- навыками планирования самостоятельной работы;
- навыками соотнесения планируемых целей и полученных результатов в ходе самостоятельной работы;
- навыками проектирования и моделирования разных видов и компонентов профессиональной деятельности.

Методика самостоятельной работы предварительно разъясняется преподавателем и в последующем может уточняться с учетом индивидуальных особенностей обучающихся. Время и место самостоятельной работы выбираются обучающимися по своему усмотрению, но с учетом рекомендаций преподавателя.

Самостоятельную работу над дисциплиной следует начинать с изучения рабочей программы дисциплины, которая содержит основные требования к знаниям, умениям и владениям обучаемых. Обязательно следует помнить рекомендации преподавателя, данные в ходе установочного занятия, а затем – приступить к изучению отдельных разделов и тем в порядке, предусмотренном рабочей программой дисциплины.

5.2. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

Таблица 5

5.2.1. Содержание самостоятельной работы

Наименование разделов, темы	Содержание самостоятельной работы	Форма контроля
Раздел 1. Основы менеджмента в музейной сфере		
Тема 1. Музей как организация. Организационные модели и структура	Самостоятельная работа № 1 Музей как организация. Организационные модели и структура	проверка выполнения задания
Тема 2. Управленческий труд в музее	Подготовка к семинарским занятиям. Миссия музейной организации Самостоятельная работа № 2 Управленческий	оценка выступления на семинаре проверка выпол-

	труд в музее	нения задания
Тема 3. Мотивация персонала и психологические основы управления	Подготовка к семинарским занятиям. Руководитель в системе управления Самостоятельная работа №3 Мотивация персонала и психологические основы управления	проверка выполнения задания оценка выступления на семинаре
Раздел 2. Основы маркетинга социокультурной сферы		
Тема 4. Сущность и значение маркетинга в социокультурной сфере. Принципы, методы, виды музейного маркетинга.	Самостоятельная работа №4 Сущность и значение маркетинга в социокультурной сфере. Принципы, методы, виды музейного маркетинга.	проверка рабочей тетради проверка конспекта
Тема 5. Комплекс музейного маркетинга: музейные услуги, маркетинговые коммуникации	Подготовка к семинарским занятиям. Виды маркетинга Самостоятельная работа №5 Комплекс музейного маркетинга	опрос, проверка рабочей тетради оценка выступления на семинаре
Тема 6. Управление маркетингом	Подготовка к семинарским занятиям. Музейная услуга как товар Самостоятельная работа №6 Управление маркетингом	проверка рабочей тетради оценка выступления на семинаре

5.2.2. Методические указания по выполнению самостоятельной работы

Самостоятельная работа № 1

Тема: *Музей как организация. Организационные модели и структура*

Цель: Изучение организационных моделей музейного менеджмента на основе мониторинга музейных сайтов

Задание и методика работы:

Задание 1. Посмотреть художественный фильм «Два дня». Подготовиться к дискуссии на тему «Кинематограф сканирует проблемы музейного менеджмента».

Задание 2. На основе мониторинга музейных сайтов выявить примеры музеев – автономные учреждения культуры и музеев – частных учреждений культуры (НКО). Результаты отразить в таблице:

	Полное наименование музея	Форма собственности (гос., муницип., частная)	Источники финансирования, стоимость входного билета
Музеи – автономные учреждения культуры			
1.			
2.			
3.			
Музеи – частные учреждения культуры (НКО)			
4.			
5.			
6.			

Задание 3. Расчет площадей музейного хранения и экспонирования

На основе нормативов, принятых для муниципальных музеев, произвести расчет площадей музейного хранения и экспонирования для следующих заданных объемов основного и научно-вспомогательного фондов (ед. хранения). Результаты отразить в таблице:

№	Объем фондов (ОФ и НВФ)	Норматив экспонирования	Площадь экспозиции (0,4 кв. м на предмет)	Площадь хранения (7 кв. м на 1 тыс. предметов)
1.	3 тыс. ед. хр.	60%		
2.	8 тыс. ед. хр.	20%		
3.	15 тыс. ед. хр.	15%		
4.	25 тыс. ед. хр.	12%		
5.	40 тыс. ед. хр.	10%		

Самостоятельная работа № 2

Тема: *Управленческий труд в музее*

Цель: изучение специфики управленческого труда в музее, изучение профессиональных стандартов, приобретение опыта разработки нормативных документов.

Задание и методика работы:

Задание 1. Прочитать интервью с директором Государственного Дарвиновского музея А. И. Ключиной (Журнал «Музей». 2007. №2. С. 20 – 26). С точки зрения знаний, полученных при изучении теоретических основ менеджмента, оценить информацию, изложенную в статье. Выводы сформулировать в виде эссе, содержащем ответы на следующие вопросы:

1. Какое из понятий - «менеджер», «предприниматель» или «бизнесмен» в большей степени характеризует директора ГДМ А.И. Ключину?
2. Проиллюстрируйте на примере статьи роли менеджера по классификации Г. Минцберга.
3. Положения какой из школ управления – научной или школы человеческих отношений – наиболее приемлемы в музее? Какие формы мотивации персонала используются в практике работы ГДМ?
4. Кто, по вашему мнению, должен возглавлять управление музеем - профессиональный менеджер или специалист в области профильной науки? Аргументируйте свое мнение.

Задание 2. На основе изучения Единого классификационного справочника (ЕКС) должностей руководителей, специалистов и других служащих; Единых правил организации формирования, учета, сохранения и использования музейных предметов и музейных коллекций, находящихся в музеях Российской Федерации (утв. приказом Минкультуры РФ от 8 декабря 2009 г. № 842) ГАРАНТ.РУ: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/97240/#ixzz4ZuXTs1bT>, а также проектов профессиональных стандартов и учебной литературы по научному проектированию экспозиции разработать перечень трудовых функций для следующих участников музейно-выставочной проектной группы:

- куратор-менеджер проекта, координатор выставочной деятельности
- хранитель фондов (выставочной коллекции)
- художник выставки
- маркетолог

- музейный педагог

Самостоятельная работа № 3

Тема: Мотивация персонала и психологические основы управления

Цель: изучение и системаизация форм и методов мотивации персонала музея в соответствии с пирамидой потребностей А. Маслоу.

Задание и методика работы:

Разработать схему форм и методов мотивации персонала музея в соответствии с пирамидой потребностей А. Маслоу.

Самостоятельная работа № 4

Тема: Сущность и значение маркетинга в социально-культурной сфере.

Принципы, методы, виды музейного маркетинга

Цель: изучение сущности, принципов, методов, видов маркетинга в социокультурной сфере.

Задание и методика работы:

Задание 1. Познакомиться с содержанием статьи отечественного ученого Т. Абанкиной «Социальный маркетинг в "цивилизации досуга"»:

Абанкина, Т. Социальный маркетинг в "цивилизации досуга" // Музеи. Маркетинг. Менеджмент / Сост. В. Ю. Дукельский. – М., 2001. [Читальный зал ЧГАКИ]

[Электронный ресурс].Режим доступа:

<http://www.future.museum.ru/lmp/books/archive/mmm.pdf>

Задание 2. Выполнить реферат статьи в форме вопросов и развернутых ответов на них, применяя методики конспектирования, выписок, краткого резюме.

Вопросы¹:

- Каковы причины утверждения маркетинга в индустрии культуры?
- Какова роль досуга в постиндустриальном обществе? Как она связана со сменой моделей культуры?
- «Новые культурные посетители»: в чем их отличие от традиционной аудитории?
- Что представляет собой комплекс маркетинга в интерпретации автора статьи? (от «4Р» к «опе Р» и далее к «4 дополнительным Р»).
- В чем заключается принципиальное отличие социального маркетинга от маркетинга коммерческой сферы и его сущность?
- Стратегия партнерства, в чем ее смысл?
- Какие факторы влияют на динамику спроса на музейные услуги?
- Какая система понятий используется маркетологами для характеристики рынка музейного предложения? Как они взаимосвязаны?
- Охарактеризуйте типы маркетинговых стратегий и коммуникативную политику музея.

Задание 3. Выполнить задания №№ 1.3 – 1.6 Рабочей тетради «Маркетинг как современная концепция управления музеем».

Самостоятельная работа №5

Тема: Комплекс музейного маркетинга:

музейные услуги, маркетинговые коммуникации

¹ Студент может дополнить перечень вопросов или дифференцировать предложенные.

Цель: обобщение музейного опыта формирования комплекса музейного маркетинга.

Задание и методика работы:

Выполнить задания №№ 2.1 – 2.3 Рабочей тетради «Маркетинг как современная концепция управления музеем».

Самостоятельная работа №6

Тема: Управление маркетингом

Цель: сегментация рынка на примере деятельности музеев г. Челябинска.

Задание и методика работы:

Выполнить задания раздела № 3 Рабочей тетради «Маркетинг как современная концепция управления музеем».

5.2.3. Перечень печатных и электронных образовательных и информационных ресурсов необходимых для самостоятельной работы

См. Раздел 7. Перечень печатных и электронных образовательных и информационных ресурсов необходимых для освоения дисциплины.

<http://fgosvo.ru/> – Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования.

<http://gramota.ru/> – Справочно-информационный портал **Грамота.ру** – русский язык для всех.

<https://grants.culture.ru/> – Культура. Гранты России. Общероссийская база конкурсов и грантов в области культуры и искусства.

<https://openedu.ru> – Открытое образование.

<https://президентскиегранты.рф> – Фонд президентских грантов.

<https://rsv.ru> – Россия – страна возможностей.

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Таблица 6

Паспорт фонда оценочных средств для текущей формы контроля

Наименование разделов, темы	Планируемые результаты освоения ОПОП	Коды индикаторов достижения компетенций	Наименование оценочного средства
1	2	3	4
Раздел 1. Основы менеджмента в музейной сфере			
Тема 1. Музей как организация. Организационные модели и структура	ОПК-1 Способен применять полученные знания в области культуроведения и социокультурного проектирования в профессио-	ОПК-1.1	Самостоятельная работа № 1 Музей как организация. Организационные модели и структура
		ОПК-1.2	
		ОПК-1.3	

Наименование разделов, темы	Планируемые результаты освоения ОПОП	Коды индикаторов достижения компетенций	Наименование оценочного средства	
	нальной деятельности и социальной практике			
	ОПК-3 Способен соблюдать требования профессиональных стандартов и нормы профессиональной этики	ОПК-3.1		
		ОПК-3.2		
		ОПК-3.3		
	ПК-1 Владением основами менеджмента в музейной деятельности	ПК-1.1		
		ПК-1.2		
		ПК-1.3		
	ПК-9 Способен к участию в разработке отдельных разделов проектов региональных программ сохранения и освоения культурного и природного наследия, в том числе в туристической сфере	ПК-9.1		
		ПК-9.2		
		ПК-9.3		
Тема 2. Управленческий труд в музее	ОПК-1 Способен применять полученные знания в области культуроведения и социокультурного проектирования в профессиональной деятельности и социальной практике	ОПК-1.1	Подготовка к семинарским занятиям. Миссия музейной организации Самостоятельная работа № 2 Управленческий труд в музее Подготовка к семинарским занятиям. Руководитель в системе управления	
		ОПК-1.2		
		ОПК-1.3		
	ОПК-3 Способен соблюдать требования профессиональных стандартов и нормы профессиональной этики	ОПК-3.1		
		ОПК-3.2		
		ОПК-3.3		
	ПК-1 Владением основами менеджмента в музейной деятельности	ПК-1.1		
		ПК-1.2		
		ПК-1.3		

Наименование разделов, темы	Планируемые результаты освоения ОПОП	Коды индикаторов достижения компетенций	Наименование оценочного средства
	ПК-9 Способен к участию в разработке отдельных разделов проектов региональных программ сохранения и освоения культурного и природного наследия, в том числе в туристической сфере	ПК-9.1	
		ПК-9.2	
		ПК-9.3	
Тема 3. Мотивация персонала и психологические основы управления	ОПК-1 Способен применять полученные знания в области культуроведения и социокультурного проектирования в профессиональной деятельности и социальной практике	ОПК-1.1	Самостоятельная работа №3 Мотивация персонала и психологические основы управления
		ОПК-1.2	
		ОПК-1.3	
	ОПК-3 Способен соблюдать требования профессиональных стандартов и нормы профессиональной этики	ОПК-3.1	
		ОПК-3.2	
		ОПК-3.3	
	ПК-1 Владением основами менеджмента в музейной деятельности	ПК-1.1	
		ПК-1.2	
		ПК-1.3	
	ПК-9 Способен к участию в разработке отдельных разделов проектов региональных программ сохранения и освоения культурного и природного наследия, в том числе в туристической сфере	ПК-9.1	
		ПК-9.2	
		ПК-9.3	
	Раздел 2. Основы маркетинга социо-культурной сферы		
Тема 4. Сущность и значение маркетинга	ОПК-1 Способен применять получен-	ОПК-1.1	Самостоятельная работа №4 Сущность и значение маркетинга

Наименование разделов, темы	Планируемые результаты освоения ОПОП	Коды индикаторов достижения компетенций	Наименование оценочного средства		
в социальнокультурной сфере. Принципы, методы, виды музейного маркетинга.	ные знания в области культуроведения и социокультурного проектирования в профессиональной деятельности и социальной практике	ОПК-1.2	га в социальнокультурной сфере. Принципы, методы, виды музейного маркетинга.		
		ОПК-1.3			
	ОПК-3 Способен соблюдать требования профессиональных стандартов и нормы профессиональной этики	ОПК-3.1			
	ПК-1 Владением основами менеджмента в музейной деятельности	ОПК-3.2			
	ПК-9 Способен к участию в разработке отдельных разделов проектов региональных программ сохранения и освоения культурного и природного наследия, в том числе в туристической сфере	ОПК-3.3			
		ПК-1.1			
		ПК-1.2			
		ПК-1.3			
		ПК-9.1			
		ПК-9.2			
	ПК-9.3				
	Тема 5. Комплекс музейного маркетинга: музейные услуги, маркетинговые коммуникации	ОПК-1 Способен применять полученные знания в области культуроведения и социокультурного проектирования в профессиональной деятельности и социальной практике		ОПК-1.1	Самостоятельная работа №5 Комплекс музейного маркетинга Подготовка к семинарским занятиям. Виды маркетинга
				ОПК-1.2	
ОПК-1.3					
ОПК-3 Способен соблюдать требования профессиональных стандартов и нормы профессиональной этики		ОПК-3.1			
		ОПК-3.2			
		ОПК-3.3			
ПК-1 Владением основами менедж-		ПК-1.1			

Наименование разделов, темы	Планируемые результаты освоения ОПОП	Коды индикаторов достижения компетенций	Наименование оценочного средства
	мента в музейной деятельности	ПК-1.2	
		ПК-1.3	
	ПК-9 Способен к участию в разработке отдельных разделов проектов региональных программ сохранения и освоения культурного и природного наследия, в том числе в туристической сфере	ПК-9.1	
		ПК-9.2	
		ПК-9.3	
Тема 6. Управление маркетингом	ОПК-1 Способен применять полученные знания в области культуроведения и социокультурного проектирования в профессиональной деятельности и социальной практике	ОПК-1.1	Самостоятельная работа №6 Управление маркетингом Подготовка к семинарским занятиям. Подготовка к семинарским занятиям. Музейная услуга как товар
		ОПК-1.2	
		ОПК-1.3	
	ОПК-3 Способен соблюдать требования профессиональных стандартов и нормы профессиональной этики	ОПК-3.1	
		ОПК-3.2	
		ОПК-3.3	
	ПК-1 Владением основами менеджмента в музейной деятельности	ПК-1.1	
		ПК-1.2	
		ПК-1.3	
	ПК-9 Способен к участию в разработке отдельных разделов проектов региональных программ сохранения и освоения культурного и природного наследия, в том числе в туристической сфере	ПК-9.1	
		ПК-9.2	
		ПК-9.3	

Таблица 7

Паспорт фонда оценочных средств для промежуточной аттестации

Наименование разделов, темы	Планируемые результаты освоения ОПОП	Коды индикаторов достижения компетенций	Наименование оценочного средства
1	2	3	4
Раздел 1. Основы менеджмента в музейной сфере			
Тема 1. Музей как организация. Организационные модели и структура	ОПК-1 Способен применять полученные знания в области культуроведения и социокультурного проектирования в профессиональной деятельности и социальной практике	ОПК-1.1	– Вопросы к экзамену (5 семестр) № теоретических вопросов: 1–7 – Практикоориентированные задания № заданий: 1
		ОПК-1.2	
		ОПК-1.3	
	ОПК-3 Способен соблюдать требования профессиональных стандартов и нормы профессиональной этики	ОПК-3.1	
		ОПК-3.2	
		ОПК-3.3	
	ПК-1 Владением основами менеджмента в музейной деятельности	ПК-1.1	
		ПК-1.2	
		ПК-1.3	
	ПК-9 Способен к участию в разработке отдельных разделов проектов региональных программ сохранения и освоения культурного и природного наследия, в том числе в туристической сфере	ПК-9.1	
		ПК-9.2	
		ПК-9.3	
	Тема 2. Управленческий труд в музее	ОПК-1 Способен применять полученные знания в области культуроведения и социокультурного проектирования в профессиональной деятельности и социальной практике	
ОПК-1.2			
ОПК-1.3			

	ОПК-3 Способен соблюдать требования профессиональных стандартов и нормы профессиональной этики	ОПК-3.1	
		ОПК-3.2	
		ОПК-3.3	
	ПК-1 Владением основами менеджмента в музейной деятельности	ПК-1.1	
		ПК-1.2	
		ПК-1.3	
	ПК-9 Способен к участию в разработке отдельных разделов проектов региональных программ сохранения и освоения культурного и природного наследия, в том числе в туристической сфере	ПК-9.1	
		ПК-9.2	
		ПК-9.3	
Тема 3. Мотивация персонала и психологические основы управления	ОПК-1 Способен применять полученные знания в области культуроведения и социокультурного проектирования в профессиональной деятельности и социальной практике	ОПК-1.1	– Вопросы к экзамену (5 семестр) № теоретических вопросов: 9–11 – Практикоориентированные задания № заданий:3
		ОПК-1.2	
		ОПК-1.3	
	ОПК-3 Способен соблюдать требования профессиональных стандартов и нормы профессиональной этики	ОПК-3.1	
		ОПК-3.2	
		ОПК-3.3	
	ПК-1 Владением основами менеджмента в музейной деятельности	ПК-1.1	
		ПК-1.2	
		ПК-1.3	
	ПК-9 Способен к участию в разработке отдельных разделов проектов региональных программ сохранения и освоения культурного и природного наследия, в том числе в	ПК-9.1	
		ПК-9.2	
		ПК-9.3	

	туристической сфере		
Раздел 2. Основы маркетинга социо-культурной сферы			
Тема 4. Сущность и значение маркетинга в социальнокультурной сфере. Принципы, методы, виды музейного маркетинга.	ОПК-1 Способен применять полученные знания в области культуроведения и социокультурного проектирования в профессиональной деятельности и социальной практике	ОПК-1.1	– Вопросы к экзамену (5 семестр) № теоретических вопросов:12–14 – Практикоориентированные задания № заданий: 4–9
		ОПК-1.2	
		ОПК-1.3	
	ОПК-3 Способен соблюдать требования профессиональных стандартов и нормы профессиональной этики	ОПК-3.1	
		ОПК-3.2	
		ОПК-3.3	
	ПК-1 Владением основами менеджмента в музейной деятельности	ПК-1.1	
		ПК-1.2	
		ПК-1.3	
	ПК-9 Способен к участию в разработке отдельных разделов проектов региональных программ сохранения и освоения культурного и природного наследия, в том числе в туристической сфере	ПК-9.1	
		ПК-9.2	
		ПК-9.3	
Тема 5. Комплекс музейного маркетинга: музейные услуги, маркетинговые коммуникации	ОПК-1 Способен применять полученные знания в области культуроведения и социокультурного проектирования в профессиональной деятельности и социальной практике	ОПК-1.1	– Вопросы к экзамену (5 семестр) № теоретических вопросов:16–19 – Практикоориентированные задания № заданий: 4–8
		ОПК-1.2	
		ОПК-1.3	
	ОПК-3 Способен соблюдать требования профессиональных стандартов и нормы профессиональной этики	ОПК-3.1	
		ОПК-3.2	
		ОПК-3.3	
	ПК-1 Владением основами менедж-	ПК-1.1	

	мента в музейной деятельности	ПК-1.2	
		ПК-1.3	
	ПК-9 Способен к участию в разработке отдельных разделов проектов региональных программ сохранения и освоения культурного и природного наследия, в том числе в туристической сфере	ПК-9.1	
		ПК-9.2	
		ПК-9.3	
	Тема 6. Управление маркетингом	ОПК-1 Способен применять полученные знания в области культуроведения и социокультурного проектирования в профессиональной деятельности и социальной практике	
ОПК-1.2			
ОПК-1.3			
ОПК-3 Способен соблюдать требования профессиональных стандартов и нормы профессиональной этики		ОПК-3.1	
		ОПК-3.2	
		ОПК-3.3	
ПК-1 Владением основами менеджмента в музейной деятельности		ПК-1.1	
		ПК-1.2	
		ПК-1.3	
ПК-9 Способен к участию в разработке отдельных разделов проектов региональных программ сохранения и освоения культурного и природного наследия, в том числе в туристической сфере		ПК-9.1	
		ПК-9.2	
		ПК-9.3	

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

6.2.1. Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Таблица 8

Показатели и критерии оценивания компетенций

Планируемые результаты освоения ОПОП	Показатели сформированности компетенций	Критерии оценивания
1	2	3
ОПК-1	<ul style="list-style-type: none"> – понимает основы менеджмента на уровне классических теорий; – применяет основные положения теории менеджмента, функции, принципы, методы управления организацией и стратегического планирования вне отраслевой специфики; – способен использовать знания, умения, владения в профессиональной деятельности. 	Обучающийся обладает необходимой системой знаний, достиг осознанного владения умениями, навыками и способами профессиональной деятельности. Демонстрирует способность анализировать, проводить сравнение и обоснование выбора методов решения заданий в практико-ориентированных ситуациях.
ОПК-3	<ul style="list-style-type: none"> – понимает основные особенности музея как организации; – применяет профессиональные стандарты, рефлексию, технологии взаимодействия с коллегами по команде в рамках коллективных проектов; – способен использовать знания, умения, владения в профессиональной деятельности. 	Обучающийся обладает необходимой системой знаний, достиг осознанного владения умениями, навыками и способами профессиональной деятельности. Демонстрирует способность анализировать, проводить сравнение и обоснование выбора методов решения заданий в практико-ориентированных ситуациях.
ПК-1	<ul style="list-style-type: none"> – понимает основы менеджмента в музейной деятельности; – применяет основные источники маркетинговой информации, анализ музейного сегмента в системе рынка культурных услуг и досуга; – способен использовать знания, умения, владения в профессиональной деятельности. 	Обучающийся обладает необходимой системой знаний, достиг осознанного владения умениями, навыками и способами профессиональной деятельности. Демонстрирует способность анализировать, проводить сравнение и обоснование выбора методов решения заданий в практико-ориентированных ситуациях.
ПК-9	<ul style="list-style-type: none"> – понимает основные тенденций развития отрасли в современной социокультурной ситуации; – применяет современные достижения и образцы опыта передовых музейных организаций в России и за рубежом; – способен использовать знания, умения, владения в профессиональной деятельности. 	Обучающийся обладает необходимой системой знаний, достиг осознанного владения умениями, навыками и способами профессиональной деятельности. Демонстрирует способность анализировать, проводить сравнение и обоснование выбора методов решения заданий в практико-ориентированных ситуациях.

Таблица 9

Этапы формирования компетенций

Наименование этапа	Характеристика этапа	Формы контроля
1	2	3
Начальный (входной) этап формирования компетенций	Диагностика входных знаний в рамках компетенций.	Самоанализ, устный опрос.
Текущий этап формирования компетенций	Выполнение обучающимися заданий, направленных на формирование компетенций Осуществление выявления причин препятствующих эффективному освоению компетенций.	Активная учебная лекция; семинары; самостоятельная работа:
Промежуточный (аттестационный) этап формирования компетенций	Оценивание сформированности компетенций по отдельной части дисциплины или дисциплины в целом.	Экзамен: – ответы на теоретические вопросы; – выполнение практико-ориентированных заданий.

6.2.2. Описание шкал оценивания

Таблица 10

6.2.2.1. Описание шкалы оценивания ответа на экзамене

Оценка по номинальной шкале	Описание уровней результатов обучения
Отлично	<p>Обучающийся показывает глубокие, исчерпывающие знания в объеме пройденной программы, уверенно действует по применению полученных знаний на практике, демонстрируя умения и владения, определенные программой.</p> <p>Грамотно и логически стройно излагает материал при ответе, умеет формулировать выводы из изложенного теоретического материала, знает дополнительно рекомендованную литературу.</p> <p>Обучающийся способен действовать в нестандартных практико-ориентированных ситуациях. Отвечает на все дополнительные вопросы.</p> <p>Результат обучения показывает, что достигнутый уровень оценки результатов обучения по дисциплине является основой для формирования соответствующих компетенций.</p>
Хорошо	<p>Результат обучения показывает, что обучающийся продемонстрировал результат на уровне осознанного владения учебным материалом и учебными умениями, владениями по дисциплине.</p> <p>Допускает незначительные ошибки при освещении заданных вопросов.</p> <p>Обучающийся способен анализировать, проводить сравнение и обоснование выбора методов решения заданий в практико-ориентированных ситуациях.</p>
Удовлетворительно	<p>Результат обучения показывает, что обучающийся обладает необходимой системой знаний и владеет некоторыми умениями по дисциплине.</p> <p>Ответы излагает хотя и с ошибками, но исправляемыми после дополнительных и наводящих вопросов.</p> <p>Обучающийся способен понимать и интерпретировать освоенную информацию, что является основой успешного формирования умений и владений для решения практико-ориентированных задач.</p>

Неудовлетворительно	<p>Результат обучения обучающегося свидетельствует об усвоении им только элементарных знаний ключевых вопросов по дисциплине.</p> <p>Допущенные ошибки и неточности в ходе промежуточного контроля показывают, что обучающийся не овладел необходимой системой знаний и умений по дисциплине.</p> <p>Обучающийся допускает грубые ошибки в ответе, не понимает сущности излагаемого вопроса, не умеет применять знания на практике, дает неполные ответы на дополнительные и наводящие вопросы.</p>
----------------------------	---

Описание шкалы оценивания при тестировании на базе тестовых материалов института

Оценка по номинальной шкале	% правильных ответов, полученных на тестировании
Отлично	от 90 до 100
Хорошо	от 75 до 89,99
Удовлетворительно	от 60 до 74,99
Неудовлетворительно	менее 60

Таблица 11

6.2.2.2. Описание шкалы оценивания

Устное выступление (семинар)

Дескрипторы	Образцовый, примерный; достойный подражания ответ (отлично)	Законченный, полный ответ (хорошо)	Изложенный, раскрытый ответ (удовлетворительно)	Минимальный ответ (неудовлетворительно)	Оценка
Раскрытие проблемы	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы.	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы.	Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы.	Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы.	
Представление	Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Используются все необходимые профессиональные термины.	Представляемая информация систематизирована и последовательна. Использовано большинство необходимых профессиональных терминов.	Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. Профессиональная терминология использована мало.	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины.	
Оформление	Широко использованы информационные технологии	Использованы информационные технологии	Использованы информационные технологии (PowerPoint) ча-	Не использованы информационные технологии (PowerPoint).	

	гии (PowerPoint). Отсутствуют ошибки в представляемой информации.	(PowerPoint). Не более 2 ошибок в представляемой информации.	стично. 3–4 ошибки в представляемой информации.	Больше 4 ошибок в представляемой информации.	
Ответы на вопросы	Ответы на вопросы полные с приведением примеров.	Ответы на вопросы полные и/или частично полные.	Только ответы на элементарные вопросы.	Нет ответов на вопросы.	
Умение держаться на аудитории, коммуникативные навыки	Свободно держится на аудитории, способен к импровизации, учитывает обратную связь с аудиторией.	Свободно держится на аудитории, поддерживает обратную связь с аудиторией.	Скован, обратная связь с аудиторией затруднена.	Скован, обратная связь с аудиторией отсутствует, не соблюдает нормы речи в простом высказывании.	
Итог					

Практическое (практико-ориентированное) задание

Оценка по номинальной шкале	Характеристики ответа обучающегося
Отлично	Обучающийся самостоятельно и правильно решил учебно-профессиональную задачу, уверенно, логично, последовательно и аргументированно излагал свое решение, используя профессиональную терминологию.
Хорошо	Обучающийся самостоятельно и в основном правильно решил учебно-профессиональную задачу, уверенно, логично, последовательно и аргументированно излагал свое решение, используя профессиональную терминологию.
Удовлетворительно	Обучающийся в основном решил учебно-профессиональную задачу, допустил несущественные ошибки, слабо аргументировал свое решение, путаясь в профессиональных понятиях.
Неудовлетворительно	Обучающийся не решил учебно-профессиональную задачу.

Деловые игры / тренинги

Оценка по номинальной шкале	Характеристики ответа обучающегося
Отлично	Даны исчерпывающие и обоснованные ответы на все поставленные вопросы, правильно и рационально (с использованием рациональных методик) решены практические задачи; при ответах выделялось главное, все теоретические положения умело увязывались с требованиями руководящих документов; ответы были четкими и краткими, а мысли излагались в логической последовательности; показано умение самостоятельно анализировать факты, события, явления, процессы в их взаимосвязи и диалектическом развитии.
Хорошо	Даны полные, достаточно обоснованные ответы на поставленные вопросы, правильно решены практические задания; при ответах не всегда выделялось главное, отдельные положения недостаточно увязывались с требованиями руководящих документов, при решении практических задач не всегда использовались рациональные методики расчётов; ответы в основном были краткими, но не всегда четкими.

	ми.
Удовлетворительно	Даны в основном правильные ответы на все поставленные вопросы, но без должной глубины и обоснования, при решении практических задач обучающийся использовал прежний опыт и не применял новые методики выполнения расчетов и экспресс-оценки показателей эффективности управления организацией, однако на уточняющие вопросы даны правильные ответы; при ответах не выделялось главное; ответы были многословными, нечеткими и без должной логической последовательности; на отдельные дополнительные вопросы не даны положительные ответы.
Неудовлетворительно	Не выполнены требования, предъявляемые к знаниям, оцениваемым «удовлетворительно».

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, владений, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

6.3.1. Материалы для подготовки к экзамену

Таблица 12

Материалы, необходимые для оценки знаний (примерные теоретические вопросы) к экзамену

№ п/п	Примерные формулировки вопросов	Код компетенций
1.	Понятие, сущность и категории менеджмента	ОПК-1, ОПК-3, ПК-1, ПК-9
2.	Эволюция концепций менеджмента	ОПК-1, ОПК-3, ПК-1, ПК-9
3.	Музей как организация и учреждение культуры	ОПК-1, ОПК-3, ПК-1, ПК-9
4.	Основные формы музейной организации: казенное, бюджетное, автономное, частное учреждение культуры	ОПК-1, ОПК-3, ПК-1, ПК-9
5.	Музей как организация сложного типа. Структура ресурсов музейной организации, характеристика зависимости от внешней среды, горизонтального и вертикального разделения труда	ОПК-1, ОПК-3, ПК-1, ПК-9
6.	Нормативный ресурс музейной организации. Профессиональные стандарты и система документации: учредительные документы, локальные акты, организационно-распорядительные документы	ОПК-1, ОПК-3, ПК-1, ПК-9
7.	Понятие миссии организации и способы ее определения. Взаимосвязь и различия в понимании миссии и социальных функций музея	ОПК-1, ОПК-3, ПК-1, ПК-9
8.	Управленческий труд в музее. Роли менеджера, уровни управления, виды интеллектуального труда руководителя	ОПК-1, ОПК-3, ПК-1, ПК-9
9.	Развитие теории мотивации в теории менеджмента. Теория А. Маслоу и её интерпретация в сфере музейного дела.	ОПК-1, ОПК-3, ПК-1, ПК-9
10.	Формы и методы мотивации персонала.	ОПК-1, ОПК-3, ПК-1, ПК-9
11.	Организационная (корпоративная) культура как фактор мотивации персонала	ОПК-1, ОПК-3, ПК-1, ПК-9
12.	Сущность и значение маркетинга в социально-культурной сфере. Понятие, принципы и методы музейного маркетинга.	ОПК-1, ОПК-3, ПК-1, ПК-9
13.	Виды маркетинга	ОПК-1, ОПК-

		3, ПК-1, ПК-9
14.	Музей и рынок: поиск конкурентных преимуществ	ОПК-1, ОПК-3, ПК-1, ПК-9
15.	Музейная услуга как «товар»: специфика и классификация	ОПК-1, ОПК-3, ПК-1, ПК-9
16.	Комплекс музейного маркетинга. Особенности ценообразования и распространения музейной услуги	ОПК-1, ОПК-3, ПК-1, ПК-9
17.	Маркетинговые коммуникации как элемент комплекса маркетинга: общая характеристика	ОПК-1, ОПК-3, ПК-1, ПК-9
18.	Особенности и технологии публичных отношений и стратегия социального партнерства в музейной деятельности	ОПК-1, ОПК-3, ПК-1, ПК-9
19.	Музейная реклама: особенности, виды, технологии. Стратегия сувенирного предложения.	ОПК-1, ОПК-3, ПК-1, ПК-9
20.	Управление маркетингом в музее. Маркетинговые исследования.	ОПК-1, ОПК-3, ПК-1, ПК-9

Таблица 13

**Материалы, необходимые для оценки умений и владений
(примерные практико-ориентированные задания)**

№ п/п	Темы примерных практико-ориентированных заданий	Код компетенций
1.	Аргументируйте «за» и «против» слогана: «От музейного учреждения – к музейной фирме!»	ОПК-1, ОПК-3, ПК-1, ПК-9
2.	Анализ предложенной ситуации на основе Закона о музейном фонде	ОПК-1, ОПК-3, ПК-1, ПК-9
3.	Разработайте схему форм и методов мотивации персонала музея в соответствии с пирамидой потребностей А. Маслоу	ОПК-1, ОПК-3, ПК-1, ПК-9
4.	На основе предложенного комплекта маркетинговых материалов музея проанализируйте ассортимент музейных услуг и элементы комплекса маркетинга (цена, распространение)	ОПК-1, ОПК-3, ПК-1, ПК-9
5.	Приведите примеры «модных» и «эксклюзивных» услуг музея, а также «товаров демонстративной праздности»	ОПК-1, ОПК-3, ПК-1, ПК-9
6.	Перечислите внешние признаки хорошей заботы о посетителях музея	ОПК-1, ОПК-3, ПК-1, ПК-9
7.	Из предложенного перечня форм маркетинговых коммуникаций исключить формы, не являющиеся PR-деятельностью музея	ОПК-1, ОПК-3, ПК-1, ПК-9
8.	Разработайте сувенирный ассортимент для нескольких линеек рекламной продукции музея	ОПК-1, ОПК-3, ПК-1, ПК-9
9.	На основе предложенной матрицы разработайте профиль целевой группы с точки зрения потребностей, концепции музейного продукта и комплекса маркетинга	ОПК-1, ОПК-3, ПК-1, ПК-9

6.3.2. Темы и методические указания по подготовке рефератов, эссе и творческих заданий по дисциплине

Написание рефератов (эссе, творческих заданий) не предусмотрено.

6.3.3. Методические указания по выполнению курсовой работы

Курсовая работа по дисциплине учебным планом не предусмотрена.

6.3.4. Типовые задания для проведения текущего контроля формирования компетенций

6.3.4.1. Планы семинарских занятий

Семинар № 1. Миссия музейной организации

(проходит в форме дискуссии)

Вопросы для обсуждения:

1. Музей в условиях глобализации и экономической либерализации: характеристика изменений во внешней среде (экономических, технологических, политических, социо-культурных).
2. Понятие миссии. Взаимосвязь и различия в понимании миссии и социальных функций музея.
3. Современное понимание общественной миссии музея. Способы определения миссии в практике деятельности российских музеев.
4. Музей как ресурс развития региона и генератор социального капитала.

Материалы для подготовки семинару см. Раздел 7. Перечень печатных и электронных образовательных и информационных ресурсов необходимых для освоения дисциплины.

Дополнительные материалы к семинару:

Абанкина, Т. Социальный маркетинг в «цивилизации досуга» / Т. Абанкина // Музеи. Маркетинг. Менеджмент. – М., 2001. – С. 32 – 36.

Андреева, И. В. «Музей не должен ждать, когда общество докажет ему свой интерес...»: Заметки на полях Международного семинара / И. В. Андреева // Музейный вестник - Челябинск, 2009. – Вып. 8. – С.9 – 17.

Балакирев, А. С. К вопросу о современном понимании общественной миссии музея / А. С. Балакирев // Музей между миссией и рынком. – М., 2003. – С. 25 – 46.

Балакирев, А. С. Региональный музей: реинтеграция социально-культурного пространства / А. С. Балакирев // Роль музеев в формировании культурного пространства и имиджа региона. – М., 2005. – С. 62 – 86.

Лэндри, Ч. Лицом к будущему / Ч. Лэндри // Музеи. Маркетинг. Менеджмент. – М., 2001. – С. 14 – 23.

Сазонов, Б. В. Музей как деятельность / Б. В. Сазонов // Роль музеев в формировании культурного пространства и имиджа региона. – М., 2005. – С. 15 – 51.

Скрипкина, Л. И. Влияние музейного менеджмента на развитие культурной роли историко-краеведческого музея / Л. И. Скрипкина // Музей между миссией и рынком. – М., 2003. – С. 47 – 58.

Скрипкина, Л. И. Эффективность музейной деятельности / Л. И. Скрипкина // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2007. - №6. – С.46 – 52; № 7. – С.82 - 91.

Царева, Е.Г. Программа развития культуры как фактор социально-экономического развития региона / Е. Г. Царева // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2009. – № 9. – С. 7 – 21.

Семинар № 2. Руководитель в системе управления

(проходит в форме дискуссии)

Вопросы для обсуждения:

1. Современные требования к профессии и личности менеджера. Десять управленческих ролей менеджера.

2. Руководство и лидерство. Влияние и власть. Основные формы влияния (убеждение и привлечение сотрудников к управлению). Баланс власти. Формы власти.
3. Классификация основных методов управления (регламентирующие и стимулирующие). Определение и виды стиля руководства.
4. Концепция и элементы организационной культуры.
5. Имидж организации и менеджера.

Материалы для подготовки семинару см. Раздел 7. Перечень печатных и электронных образовательных и информационных ресурсов необходимых для освоения дисциплины.

Дополнительные материалы к семинару:

Зигерт, В., Ланг, Л. Руководить без конфликтов: Сокр. пер. с нем. / В. Зигерт, Л. Ланг. – М.: Экономика, 1990. – 232 с.

Зорин, И. И. Игры, в которые играют менеджеры. Мастерство манипуляций / И. Зорин. – М.: Вершина, 2007. – 204 с.

Основы социального управления : учеб. пособие. – М.: Высш. шк., 2001. – 271 с.

Сергеев, А. М. Организационное поведение: тем, кто избрал профессию менеджера : учеб. пособие / А. М. Сергеев. – М.: Академия, 2006. – 288 с.

Сорокин, В. Н. Проблемы традиции и инновации в концепции развития музея / В. Н. Сорокин // Материалы научно-практической конференции музейных работников по теме «Музей и традиции». – М., 1996. – С. 62 - 64.

Социальный менеджмент : учеб. пособие. – М.: Высш.шк., 2002. – 271с.

Тульчинский, Г. Л. Менеджмент в сфере культуры : учеб. пособие / Г. Л. Тульчинский. – СПб.: Лань, 2003.

Семинар № 3. Виды маркетинга

(проходит в форме дискуссии)

Вопросы для обсуждения:

1. Основания классификации и виды маркетинга.
2. Определение, условия применения и стратегии конверсионного маркетинга, примеры его применения в практике деятельности музеев России.
3. Определение, условия применения и стратегии стимулирующего маркетинга, примеры его применения в практике деятельности музеев России.
4. Определение, условия применения и стратегии развивающего и поддерживающего маркетинга, примеры применения данных видов в практике деятельности музеев России.
5. Определение, условия применения и стратегии ремаркетинга, примеры его применения в практике деятельности музеев России.
6. Определение, условия применения и стратегии синхромаркетинга, примеры его применения в практике деятельности музеев России.

Материалы для подготовки семинару см. Раздел 7. Перечень печатных и электронных образовательных и информационных ресурсов необходимых для освоения дисциплины.

Семинар №4. Музейная услуга как товар

(проходит в форме дискуссии)

Вопросы для обсуждения:

1. Специфические особенности музейных услуг как товара – «4 Не».

2. Характеристика жизненного цикла товара и основных этапов процесса создания нового товара применительно к музейным услугам.
3. Классификация фактически существующего продукта музейной деятельности (предоставляемого РФ, органам местного самоуправления, населению).
4. Характеристика основного, вспомогательного и сопутствующего продуктов музея.

Материалы для подготовки семинару см. Раздел 7. Перечень печатных и электронных образовательных и информационных ресурсов необходимых для освоения дисциплины.

6.3.4.2. Задания для практических занятий

Практические занятия по дисциплине учебным планом не предусмотрены.

6.3.4.3. Темы и задания для мелкогрупповых/индивидуальных занятий

Мелкогрупповые/индивидуальные занятия по дисциплине учебным планом не предусмотрены.

6.3.4.4. Типовые темы и задания контрольных работ (контрольного урока)

Контрольная работа в учебном процессе не используется.

6.3.4.5. Тестовые задания

Тестовые задания включены в фонд оценочных средств. Используются тестовые задания в форме выбор одного, двух и более правильных ответов из предложенных, установление соответствия (последовательности), кейс-задания.

6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и владений, характеризующих этапы формирования компетенций

1. Нормативно-методическое обеспечение текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся осуществляется в соответствии с локальными актами вуза.

Конкретные формы и процедуры текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине отражены в 4 разделе «Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий».

Анализ и мониторинг промежуточной аттестации отражен в сборнике статистических материалов: «Итоги зимней (летней) зачетно-экзаменационной сессии».

2. Для подготовки к промежуточной аттестации рекомендуется пользоваться фондом оценочных средств:

- перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы (см. п. 6.1);
- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (см. п. 6.2);
- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, владений, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (см. п. 6.3).

3. Требования к прохождению промежуточной аттестации экзамен. Обучающийся должен:

- принимать участие в семинарских занятиях;
- своевременно выполнять самостоятельные задания;

4. Во время промежуточной аттестации используются:

– бланки билетов (установленного образца);
– список теоретических вопросов и база практических заданий, выносимых на экзамен;

- описание шкал оценивания;
- справочные, методические и иные материалы.

1. Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья фонды оценочных средств адаптированы за счет использования специализированного оборудования для инклюзивного обучения. Форма проведения текущей и итоговой аттестации для студентов-инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т. п.). При необходимости студенту-инвалиду предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене.

7. ПЕРЕЧЕНЬ ПЕЧАТНЫХ И ЭЛЕКТРОННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. Печатные и (или) электронные образовательные ресурсы²

1. Голубков, Е. П. Маркетинговые исследования : теория методология и практика : учеб. / Е. П. Голубков. – М.: Финпресс, 2003. – 496 с.
2. Голубков, Е. П. Основы маркетинга : учебник / Е. П. Голубков. – М.: Финпресс, 2003. – 688 с.
3. Зубарев, Ю. А. Энциклопедический словарь терминов по менеджменту, маркетингу, экономике, предпринимательству. В 2 т. Т. II : учеб. пособие / А. И. Шамардин, Ю. А. Зубарев. — Волгоград : ВГАФК, 2012. — 607 с. – Режим доступа: <https://rucont.ru/efd/233209>
4. Основы музееведения : учеб. пособие / отв. ред. Э. А. Шулепова ; гос. инст-т искусствознания; Российский ин-т культурологии. – М. : Едиториал УРСС, 2005. – 504 с.
5. Разумов, И. В. Маркетинг. Ч. 1 : учеб. пособие / Н. А. Старкова, Яросл. гос. ун-т им. П. Г. Демидова, И. В. Разумов. — Ярославль : ЯрГУ, 2009. — 118 с. – Режим доступа: <https://rucont.ru/efd/237502>
6. Сергеева, Е. А. Менеджмент и маркетинг. Ч. 1. Основы менеджмента : учеб. пособие / А. С. Брысаев, Е. А. Сергеева. — Казань : КГТУ, 2010. — 199 с. – Режим доступа: <https://rucont.ru/efd/229642>
7. Сергеева, Е. А. Менеджмент и маркетинг. Ч. 2. Основы маркетинга : учебное пособие / А. С. Брысаев, Е. А. Сергеева. — Казань : КГТУ, 2010. — 165 с. - Режим доступа: <https://rucont.ru/efd/292544>
8. Тульчинский, Г. Л. Менеджмент в сфере культуры : учеб. пособие / Г. Л. Тульчинский. – СПб.: Лань, 2013. – 544 с.

² Обеспечение обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья печатными и электронными образовательными ресурсами осуществляется в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

9. Чижиков, В. М. Введение в социокультурный менеджмент : учеб. пособие / В. М. Чижиков. – М.: МГУКИ, 2003. – 382 с.
 10. Юренева, Т. Ю. Музееведение: учеб. / Т. Ю. Юренева; РИК. – М. : Академический проект, 2007. – 560 с.
 11. Всеобщая декларация ЮНЕСКО о культурном разнообразии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/. – Загл. с экрана. – Дата обращения: 02.06.2014.
 12. Закон РФ от 9 октября 1992 года № 3612 – I «Основы законодательства Российской Федерации о культуре» (с изменениями и дополнениями). – Режим доступа: <http://base.garant.ru/104540/>.
 13. Единые правила организации формирования, учета, сохранения и использования музейных предметов и музейных коллекций, находящихся в музеях Российской Федерации (утв. приказом Минкультуры РФ от 8 декабря 2009 г. № 842). - ГАРАНТ.РУ: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/97240/#ixzz4ZuXTs1bT>,
 14. Конвенция об охране всемирного культурного и природного наследия. - Режим доступа: <http://whc.unesco.org/archive/convention-ru.pdf>.
 15. Конституция Российской Федерации. – Режим доступа: <http://www.constitution.ru/>.
 16. Основы государственной культурной политики. – Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/events/councils/21027>
 17. Стратегия государственной культурной политики на период до 2030 года. – Режим доступа: <http://government.ru/media/files/AsA9RAyYVAJnoBuKgH0qEJA9IxP7f2xm.pdf>
 18. ПРОФИ. Вып.6: Музейное дело: служ. и норматив. материалы, метод. Рекомендации [Текст] / ред.-сост. Э.Б.Дружинина; ФГОУ ВПО «Челяб. гос. акад. культуры и искусств». – Челябинск, 2010. – 283 с.
 19. Постановление Правительства Российской Федерации от 26.06.1995 года № 609 (редакция от 23.12.2002 года) «Об утверждении Положения об основах хозяйственной деятельности и финансирования организаций культуры и искусства». – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_40222/.
 20. Федеральный закон от 26 мая 1996 года № 54-ФЗ "О Музейном фонде Российской Федерации и музеях в Российской Федерации». – Режим доступа: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=110957>.
 21. Федеральная целевая программа «Культура России 2012 – 2018». – Режим доступа: <http://fcpkultura.ru/> .
1. Голубков, Е. П. Маркетинг : слов.-справ. / Е. П. Голубков. – М.: Дело, 2001. – 440 с.
 2. Голубкова, Е. Н. Маркетинговые коммуникации / Е. Н. Голубкова. – М.: Финпресс, 2000. – 256 с.
 3. Комлев, Ю. Э. Музейный маркетинг в системе социо-культурного менеджмента / Ю. Э. Комлев. – СПб., 2006. – 180 с.
 4. Котлер, Ф. Маркетинг-менеджмент : экспресс-курс / Ф. Котлер; пер. с англ. – СПб.: Питер, 2006. – 464 с.
 5. Кузина, Г. А. Государственная политика в области музейного дела в 1917 – 1941 г. / Г. А. Кузина // Музей и власть. Ч. 1. – М., 1991. – С. 35 – 70.
 6. Лорд Б. Менеджмент в музейном деле / Б. Лорд, Г. Лорд. – М., 2002. – 256 с.
 7. Музей между миссией и рынком. – М., 2003. – 372 с.
 8. Лысикова, О. В. Национальная музейная политика / О. В. Лысикова // Лысикова, О. В. Музеи мира: учебное пособие. – М., 2004. – С. 41 – 46.
 9. Музеи. Маркетинг. Менеджмент / Сост. В. Ю. Дукельский. – М., 2001. – 224 с.

10. Роль музеев в формировании культурного пространства и имиджа региона. – М., 2005. – 308 с.
11. Семенов, А. К. Терминология менеджмента: словарь / А. К. Семенов. – М.: Изд.-книготорг. центр "Маркетинг", 2002. – 224 с.
12. Тоффлер, Б. Э. Словарь маркетинговых терминов / Э. Тоффлер, Д. Имбер. – М.:ИНФРА-М, 2000. – 432 с.
13. Хадсон, К. Влиятельные музеи / К. Хадсон. Пер. с англ. – Новосибирск, «Сибирский хронограф», 2001. – 196 с.
14. Черчилль, Г. А. Маркетинговые исследования / Г. А. Черчилль. – СПб.: Питер, 2000. – 752 с

7.2. Информационные ресурсы

7.2.1. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Базы данных:

Библиотека диссертаций и рефератов России .– Режим доступа:

<http://www.dslib.net>

Единое окно доступа к информационным ресурсам.– Режим доступа:

<http://window.edu.ru>

Единый портал интернет-тестирования в сфере образования. – Режим доступа:

www.i-exam.ru

«Киберленинка» Научная электронная библиотека.– Режим доступа:

<https://cyberleninka.ru>

Научная электронная библиотека E-library .– Режим доступа:

<https://elibrary.ru/defaultx.asp>

Национальная электронная библиотека – Режим доступа:<http://xn--90ax2c.xn--p1ai/>

Национальный открытый университет.– Режим доступа :<http://www.intuit.ru/>

Росинформкультура: рос.система науч.-информ. Обеспечения культур. деятельности: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://infoculture.rsl.ru/RSKD/main.htm>

ЭБС «Рукопт» — Режим доступа: <http://rucont.ru>

Электронная библиотека диссертаций РГБ – Режим доступа:<http://www.dslib.net>;

Информационные справочные системы:

Гарант,

Консультант+

7.2.2. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

www.i-exam.ru – Единый портал интернет-тестирования в сфере образования.

<http://www.museumstudy.ru/main.html> - Российское музееведение. Информационно-образовательный портал

http://history.spbu.ru/Voprosy_museologii/1199 - Исторический факультет СПбГУ, электронная версия журнала «Вопросы музеологии»

<http://www.mirmus.ru/> - «Мир музея». Официальный сайт журнала

<http://www.panor.ru/journals/museum/archive/> - «Музей». Официальный сайт журнала

<http://www.kontorakuka.ru/museums/right.htm> – ссылки на страницы лучших музеев Европы и мира.

<http://www.hist.msu.ru/ER/museum.htm> – коллекция ссылок исторического факультета МГУ на сайты музеев мира.

Основные музейные поисковые серверы

<http://witcombe.sbc.edu/ARTHLinks6.html> – AHR: Museums – музеи мира по странам. Список на сервере «Art History Resources on the Web» (США).

<http://www.artcyclopedia.com/museums.html> – Artcyclopedia: Art Museums Worldwide – крупнейшие художественные музеи мира по странам. Список на сервере «Artcyclopedia» (США).

<http://www.musee-online.org> – MUSEE – Музейный поисковый сервер (США).

<http://index.museum> – Museum Domain – список доменных имен второго уровня домена «.museum».

<http://www.museum.ru/mirror/vlmp/default.htm> – VLmp – официальный список музеев и музейных организаций, входящих в ИКОМ.

<http://witcombe.sbc.edu/ARTHLinks6.html> – AHR: Museums – музеи мира по странам. Список на сервере «Art History Resources on the Web» (США).

<http://www.artcyclopedia.com/museums.html> – Artcyclopedia: Art Museums Worldwide – крупнейшие художественные музеи мира по странам. Список на сервере «Artcyclopedia» (США).

<http://www.musee-online.org> – MUSEE – Музейный поисковый сервер (США).

<http://index.museum> – Museum Domain – список доменных имен второго уровня домена «.museum».

<http://www.museum.ru/mirror/vlmp/default.htm> – VLmp – официальный список музеев и музейных организаций, входящих в ИКОМ.

<http://www.museum.ru/rme/> — Российская музейная энциклопедия

<http://www.dooc.ru/usr/people/admin/page/1042/slovar.pdf> — Словарь актуальных музейных терминов

http://museolog.rsuh.ru/library/lib_rsuh/index.php — Библиотека РГГУ: книги по музеологии и музейному делу

http://museolog.rsuh.ru/library/museum_international_rus/index.php — Библиотека РГГУ: журнал «Museum International» на русском языке

http://museolog.rsuh.ru/library/museum_international_eng/index.php — Библиотека РГГУ: журнал «Museum International» на английском языке

www.definitionsproject.com — Словарь гуманитарных терминов (англ. яз.)

Лайшун АН Музей и музеология в Китае // Музей и демократия. Серия электр. Изданий MUSEUM PRO [Эл. ресурс] — Режим доступа: http://www.museum.ru/future/lmp/web/archive/m-pro_1.pdf

Основы музееведения: учебное пособие / Под ред. Э. А. Шулеповой [Эл. ресурс] — Режим доступа: <http://www.twirpx.com/file/1211964/>

Поправко Е. А. Основы музееведения: (В авт. ред.) [Эл. ресурс] — Режим доступа: http://abc.vvsu.ru/Books/pr_osnovy_muzeeved/page0001.asp

Хадсон К. Влиятельные музеи. / перевод с англ. / К. Хадсон [Эл. ресурс] — Режим доступа: <http://www.twirpx.com/file/333132/>

Юренева Т. Ю. Музеи мира. История и коллекции, шедевры и раритеты [Эл. ресурс] — Режим доступа: <http://www.fb2archive.ru/yureneva-t-yu/muzei-mira-3/>

Varine H. De Decolonising Museology // ICOM News. [Эл. ресурс] — Режим доступа: http://icom.museum/fileadmin/user_upload/pdf/ICOM_News/2005-3/ENG/p3_2005-3.pdf

<http://icom.museum/what—we—do/professional—standards/key—concepts—of—museology.html> — Key concepts of museology (Ключевые понятия музеологии), сайт ИКОМ [ссылки для загрузки PDF, на Англ./Исп./Фр.]

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Комплексное изучение обучающимися дисциплины предполагает: овладение материалами лекций, учебной и дополнительной литературой, указанной в рабочей программе дисциплины; творческую работу обучающихся в ходе проведения семинарских (практических, индивидуальных) занятий, а также систематическое выполнение тестовых и иных заданий для самостоятельной работы обучающихся.

В ходе лекций раскрываются основные вопросы в рамках рассматриваемой темы, делаются акценты на наиболее сложные и интересные положения изучаемого материала, которые должны быть приняты обучающимися во внимание. Основой для подготовки обучающегося к семинарским занятиям являются лекции и издания, рекомендуемые преподавателем (см. п. 6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, владений, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы).

Основной целью семинарских занятий является контроль за степенью усвоения пройденного материала и ходом выполнения обучающимися самостоятельной работы, обсуждение наиболее сложных и спорных вопросов в рамках темы семинарского занятия. При обсуждении на семинарах сложных и дискуссионных вопросов и проблем используются методики интерактивных форм обучения (*круглый стол, дискуссия, полемика, деловая игра, проект, ситуационные задания*), что позволяет погружать обучающихся в реальную атмосферу делового сотрудничества по разрешению проблем, оптимальную для выработки умений и владений.

Для успешной подготовки к семинарским занятиям обучающиеся в обязательном порядке, кроме рекомендуемой к изучению литературы, электронных изданий и интернет-ресурсов, должны использовать публикации по изучаемой теме в журналах: «Музей», «Мир музея», «Вопросы музеологии», «Музей. Памятник. Наследие».

Для выполнения заданий самостоятельной работы в письменной форме по темам обучающиеся, кроме рекомендуемой к изучению литературы, электронных изданий и интернет-ресурсов, должны использовать публикации по изучаемой теме в журналах: «Музей», «Мир музея», «Вопросы музеологии», «Музей. Памятник. Наследие», «Справочник руководителя учреждения культуры». (задания для самостоятельной работы см. в Разделе 5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине).

Предусмотрено проведение индивидуальной работы (консультаций) с обучающимися в ходе изучения материала данной дисциплины.

Выбор методов обучения для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья определяется с учетом особенностей восприятия ими учебной информации, содержания обучения, методического и материально-технического обеспечения. В образовательном процессе используются социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими обучающимися, создания комфортного психологического климата в студенческой группе.

Таблица 14

Оценочные средства по дисциплине с учетом вида контроля

Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Виды контроля
----------------------------------	--	---------------

Аттестация в рамках текущего контроля	Средство обеспечения обратной связи в учебном процессе, форма оценки качества освоения образовательных программ, выполнения учебного плана и графика учебного процесса в период обучения студентов.	Текущий (аттестация)
Деловая и(или) ролевая игра	Коллективное практическое занятие, позволяющее обучающимся совместно находить оптимальные варианты решений в искусственно созданных условиях, максимально имитирующих реальную обстановку (например, имитация принятия решений руководящими работниками или специалистами в различных производственных вопросах, осуществляемых при наличии конфликтных ситуаций или информационной неопределённости). Позволяет оценивать умение анализировать и решать типичные профессиональные задачи.	Текущий (в рамках практического занятия или семинара)
Экзамен	Формы отчетности обучающегося, определяемые учебным планом. Зачеты служат формой проверки качества выполнения обучающимися учебных работ, усвоения учебного материала практических и семинарских занятий. Экзамен служит для оценки работы обучающегося в течение срока обучения по дисциплине (модулю) и призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения владения навыками самостоятельной работы, развития творческого мышления, умение синтезировать полученные знания и применять их в решении практических задач.	Промежуточный
Кейс-задача	Проблемное задание, в котором, обучающемуся предлагают осмыслить реальную профессионально ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы в соответствующей области.	Текущий (в рамках практического занятия или сам. работы)
Конспекты	Вид письменной работы для закрепления и проверки знаний, основанный на умении «свертывать информацию», выделять главное.	Текущий (в рамках лекционных занятия или сам. работы)
Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты	Оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.	Текущий (в рамках семинара)
Рабочая тетрадь (в рамках практического занятия или сам. работы)	Дидактический комплекс, предназначенный для самостоятельной работы обучающегося и позволяющий оценивать уровень усвоения им учебного материала.	Текущий (в рамках сам. работы)

Семинар	Один из основных методов обсуждения учебного материала и инструмент оценки степени его усвоения. Семинары проводятся по наиболее сложным вопросам (темам, разделам) учебной программы с целью углубленного изучения дисциплины, привития обучающимся владения навыками самостоятельного поиска и анализа информации, формирования и развития научного мышления, умения активно участвовать в творческой дискуссии, делать выводы, аргументировано излагать и отстаивать свое мнение.	Текущий
Ситуационные задания	Задания, выполняемые обучающимися по результатам пройденной теории, включающие в себя не вопрос – ответ, а описание осмысленного отношения к полученной теории, т. е. рефлексии, либо применение данных теоретических знаний на практике.	Текущий (в рамках семинара или сам. работы)
Социальное проектирование	Совокупность таких приемов и способов обучения, при которых обучающиеся с помощью коллективной или индивидуальной деятельности по отбору, распределению и систематизации материала по определенной теме составляют проект (программа, сценарий, радиопередача, комплект технической документации, брошюра, альбом, и т. д.).	Текущий (в рамках практического занятия, семинара или сам. работы, промежуточный (часть аттестации))
Тест	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.	Текущий (в рамках входной диагностики, контроля по любому из видов занятий), промежуточный

9. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, НЕОБХОДИМОГО ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Учебные аудитории для проведения учебных занятий по дисциплине оснащены оборудованием (учебная мебель, тематические стенды) и техническими средствами обучения (компьютерная техника, мультимедийное оборудование, проводной интернет).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду института.

– лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение: Microsoft Windows, Microsoft Office 2007, Google Chrome, Internet Explorer

Лист изменений в рабочую программу дисциплины

В рабочую программу дисциплины внесены следующие изменения и дополнения:

Учебный год	Реквизиты протокола Ученого совета	Номер раздела, подраздела	Содержание изменений и дополнений
2024/25	Протокол №11 от 27.05.2024 г.		
2025/26	Протокол № <i>ДД.ММ.ГГГГ</i>		
2026/27	Протокол № <i>ДД.ММ.ГГГГ</i>		

Учебное издание

Автор-составитель
Ирина Валерьевна **Андреева**

МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ В МУЗЕЙНОЙ РАБОТЕ

Рабочая программа дисциплины

**программа бакалавриата
«Историко-культурный туризм»
по направлению подготовки
51.03.04 Музеология и
охрана объектов культурного и природного наследия
квалификация: бакалавр**

Печатается в авторской редакции

*Подписано к печати
Формат 60x84/16
Заказ*

*Объем 2,1 п. л.
Тираж 100 экз.*

Челябинский государственный институт культуры
454091, Челябинск, ул. Орджоникидзе, 36а

Отпечатано в типографии ЧГИК. Ризограф