ПРАВИТЕЛЬСТВО СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Государственное автономное учреждение культуры Свердловской области

**ГАУК СО «Свердловский областной краеведческий музей имени О.Е. Клера»**

(СОКМ)

Дополнительная профессиональная образовательная программа

**«Музейные программы для людей с особенностями развития»**

**24 часа**

Екатеринбург

2018

![C:\Users\Самойленко Елена\Desktop\Сетевое хранилище\ЛИЦЕНЗИРОВАНИЕ_документы\12.04\1[4].jpg]()**СОДЕРЖАНИЕ**

1. Общие положения

2. Цель подготовки

3. Планируемые результаты подготовки

4. Учебно-тематический план

5. Содержание

6. Список литературы

7. Организационно-педагогические условия реализации программы

8. Формы аттестации

9. Примерный годовой календарный учебный график

**1. Общие положения**

Необходимость разработки данного курса вызвана тем, что в культурологии и теории российского музееведения не проработаны вопросы теории и практики управленческой деятельности в музейной сфере. В то же время российские музеи испытывают острый дефицит современно мыслящих и современно работающих менеджеров. Этот дефицит испытывается на всех уровнях управленческих звеньев: от директоров до заведующих отделами, секторами и т.д. Современные тенденции и перспективы развития музейного дела, включая планы перевода музеев в статус автономных учреждений, делают актуальной проблему изменения мышления, как действующих руководителей музеев, так и подготовку в вузах профессионально подготовленных молодых музейных менеджеров.

Трудности в разработке данного курса определены тем фактом, что отечественных серьезных работ по данной теме практически нет. Очень кратко об этом говорится в некоторых учебниках по музееведению и отдельных статьях. Новым словом в отечественном музееведении был выход практического пособия «Музеи. Маркетинг. Менеджмент». Английские и российские авторы статей, вошедших в пособие, предложили широкий спектр институциональных изменений в деятельности музейных учреждений: от изменения музейного мышления до практических советов в организации менеджмента и маркетинга. Некоторые материалы по этому вопросу печатаются в журнале «Справочник руководителя учреждения культуры»

Содержание курса охватывает широкий спектр инновационных подходов к управленческой деятельности руководителя музея: от формулирования миссии музея и его стратегических целей, особенностей управления персоналом, выставочной и культурно-образовательной деятельностью до вопросов музейной экономики, маркетинга и проблем безопасности.

Основное содержание курса было апробировано как спецкурс «Музейный менеджмент» во время занятий со студентами гуманитарных специальностей Уральского федерального университета и Екатеринбургской академии современного искусства.

Данный курс был переработан с учетом профессиональной музейной аудитории и ориентирован на практическое овладение навыками инновационной управленческой деятельности.

Программа разработана на основе Квалификационных характеристик по должностям «Директор (генеральный директор) музея», «Заведующий отделом (сектором) музея», «Директор музейно-выставочного центра».

Программа позволяет повысить качество работы музейных учреждений Свердловской области по обслуживанию местного сообщества и туристов, и соответственно, улучшить качество обслуживания населения и расширить спектр предоставляемых музейных услуг, улучшая их качество.

В соответствии с должностными характеристиками руководитель музея организует комплектование и работу по хранению, собиранию, изучению и публичному представлению музейных предметов и музейных коллекций, а также работу по сохранению, восстановлению и реставрации недвижимых памятников истории и культуры, входящих в состав музея. Организует работу и взаимодействие управленческого персонала, структурных подразделений и производственных единиц, направляет их деятельность на развитие и совершенствование творческо-производственного процесса с целью создания наиболее благоприятных условий для сохранения, изучения и представления музейной коллекции. Обеспечивает выполнение всех обязательств перед посетителями, работниками музея, федеральными, региональными и местными бюджетами, государственными внебюджетными фондами, поставщиками, заказчиками, а также партнерами по договорам.

Дополнительная профессиональная образовательная программа «Музейные программы для людей с особенностями развития» с использованием дистанционных образовательных технологий предполагает 24 учебных часа.

**2. Цель подготовки**

**Цель вариативного модуля** - предоставить руководителям музеев возможности для достижения желаемого уровня профессиональной квалификации, в целях качественного выполнения ими профессиональных обязанностей и в соответствии с интересами музейного сообщества и потребностями отрасли.

Основные задачи обучения:

- развитие профессиональных знаний и навыков организации музейной работы;

- профессиональная адаптация руководителей в области музейного дела к решению новых производственных задач и выполнению на новом технологическом уровне управленческих функций.

- овладение инновационными навыками, применяемыми в управлении современным музеем.

По итогам обучения слушателями выполняется итоговая работа.

По результатам освоения дополнительной профессиональной образовательной программы и успешного прохождения итоговой аттестации слушателям выдается свидетельство о повышении квалификации государственного образца.

**3. Планируемые результаты подготовки**

По завершении данной программы слушатели должны обладать следующими компетенциями:

- способны применять на практике знание теоретических основ управления в социокультурной сфере;

- готовы находить и принимать управленческие решения в области организации труда;

- способны владеть приемами и методами современной работы с персоналом, методами оценки качества и результативности труда персонала;

- готовы к организации проектных работ в области основных направлений музейной деятельности;

- готовы к выбору, обоснованию и реализации инновационных проектов, оценке его результатов.

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |
|  |  |

**4. Учебно-тематический план дополнительной профессиональной образовательной программы**

**«Музейные программы для людей с особенностями развития»**

 **(24 часа)**

| **№****п/п** | **Наименование разделов, тем** | К-во часов | **В том числе** |
| --- | --- | --- | --- |
| Теоретические занятия | Практические занятия | Самостоятельная работа |
|  | **Проблемы музейного менеджмента в постиндустриальном обществе** | **2** | **2** |  |  |
|  | **Генезис социокультурных функций музея** | **2** | **2** |  |  |
|  | **Миссия музея. Стратегические цели музея** | **4** | **2** | **2** |  |
|  | **Стратегическое, тактическое и оперативное планирование работы музея** | **2** | **2** |  |  |
|  | **Управление выставочной деятельностью** | **2** | **2** |  |  |
|  | **Маркетинг, PR-деятельность, брендирование, использование Интернет-ресурсов** | **2** |  | **2** |  |
|  | **Управление культурно-образовательной деятельностью музея** | **4** | **2** | **2** |  |
|  | **Управление посетителями** | **2** | **2** |  |  |
|  | **Публичная защита практических работ участников курса** | **4** |  |  | **4** |
|  | **Итого** | **24** | **14** | **6** | **4** |

**5. Содержание**

**Тема 1. Проблемы музейного менеджмента в постиндустриальном обществе.** Особенности развития российского музейного дела в начале XXI века. Внемузейные и внутримузейные факторы, влияющие на музейную деятельность. Проблема несоответствия перспективных государственных установок в развитии музейного дела и реальных возможностей региональных музеев (работа в проектном режиме). Социокультурный подход в современном музейном менеджменте: культуросообразность; коммуникативность; креативность, системность.

**Тема 2. Генезис социокультурных функций музея.**Генезис социокультурных функций музея. Музейный менеджмент как управленческая деятельность по реализации социокультурных функций.

**Тема 3. Миссия музея. Стратегические цели музея.** Понятие миссии музея. Значимость для музея правильно определенной миссии. Формулирование миссии как «философии» музея и как брендовый слоган. Определение стратегических целей деятельности музея. Необходимость выделения целевой аудитории музея.

**Тема 4. Стратегическое, тактическое и оперативное планирование работы музея.** Структура стратегического плана. Роль PEST-анализа и SWOT-анализа в стратегическом планировании. Практическая работа по PEST-анализу и SWOT-анализу музеев. Особенности тактического (годового) и оперативного планирования. Практическая работа по разработке оперативного плана музея.

**Тема 5. Управление выставочной деятельностью.** Понятие основной экспозиции и временной выставки. Управление этапами создания экспозиций и выставок: от идеи и концепции до открытия. Проблема выбора названия выставки. Виды временных выставок: краткосрочные, среднесрочные и долговременные. Выставочная политика музея. Проблема оптимальных выставочных миксов – соотношение привозных, собственных, партнерских и др. выставок. Определение оптимальных сроков работы выставок. Роль технологической карты на всех этапах осуществления проекта.

**Тема 6. Маркетинг, PR-деятельность, брендирование, использование Интернет-ресурсов.** Понимание специфики музейного маркетинга. Ключевая роль маркетинговой службы в музее. Маркетинговое сопровождение музейного продукта. Ивент-сопровождение экспозиций и выставок. Организация грамотной PR-деятельности музея. Использование Интернет-ресурсов, создание и продвижение музейного сайта. Создание фирменного стиля, современного логотипа. Формирование бренда.

**Тема 7. Управление культурно-образовательной деятельностью музея.**  Изменение моделей взаимодействия музеев с посетителями на протяжении XIX - XX веков: от просветительских к культурно-образовательным и культурно-досуговым. Коммуникативная модель деятельности музея как пример соответствия принципу культуросообразности. Антропоцентрический подход в работе с посетителями. Необходимость культурно-образовательного структурного подразделения в музее. Виды и формы культурно-образовательной деятельности.

**Тема 8. Управление посетителями.** Логистика музейного и околомузейного пространства. Управление вниманием и временем посетителя. Работа над созданием положительных впечатлений от посещения музея. О внимании к «мелочам»: работающей сантехнике, плечикам в гардеробе, двуязычному этикетажу и т.д. Контроль за отношением к посетителям персонала, работающего с ними в постоянном контакте: кассира, гардеробщика, смотрителей. Мониторинг удовлетворенности качеством оказываемых услуг, в том числе культурно-образовательных. Интернет-мониторинг востребованности актуальных и перспективных музейных услуг.

**6. Список литературы**

1. Долгин А.Б. Экономика символического обмена. – Инфра-М, 2006.
2. Долгин А.Б. Прагматика культуры. – М.: Фонд научных исследований «Прагматика культуры», 2002.
3. Жидков В.С., Соколов К.Б. Культурная политика России: теория и история. Учебное пособие для вузов. - М.: Издательский сервис, 2001.
4. Иванов Г.П., Шустров М.А. Экономика культуры: Учебное пособие для вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001.
5. Калугина Т.П. Художественный музей как феномен культуры. - Санкт-Петербург, Издательский дом «Петрополис», 2008.
6. Колбер Ф. и др. Маркетинг культуры и искусства / Пер. с англ. Л. Мочалова; Под ред. К. и М. Наймарк. – СПб.: Издатель Васин А.И. "Арт-Пресс", 2004.
7. Культурная политика в Европе: выбор стратегии и ориентиры. Сборник материалов. Составители: Е.И. Кузьмин, В.Р. Фирсов. – М.: «Издательство Либерея», 2002 .
8. Культурная политика России. История и современность. Два взгляда на одну проблему. Отв. ред. И.А. Бутенко, К.Э. Разлогов. – М.: Либерея, 1998.
9. Лорд Б., Лорд Г.Д. Менеджмент в музейном деле. М.: Логос, 2002.
10. Лэндри Ч. Креативный город, М., «Классика-ХХI», 2006.
11. Массовая культура: Учебное пособие / К.З.Акопян, А.В.Захарова и др. – М.: Альфа-М; ИНФРА-М, 2004.
12. Менеджмент и маркетинг в социальной сфере: Учебное пособие. /Под.ред.В.А.Абчука. Санкт-Петербургский социально-экономический институт. - СПб.: ООО "Книжный дом", 2003.
13. Моль А. Социодинамика культуры. – М.: КомКнига, 2005.
14. Музеи. Маркетинг. Менеджмент. Практическое пособие. – М. 2001.
15. Основы музееведения. Учебное пособие. / Отв. ред. Э.А. Шулепова. Изд. 2 е, испр. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009.
16. Розенблюм Е. А. Художник в дизайне. – М.: Искусство, 1974.
17. Тульчинский Г.Л., Шекова Е.Л. Менеджмент в сфере культуры: Учебное пособие. 4-е изд., испр. и доп. — СПб.: Издательство «Лань»; «Издательство Планета музыки», 2009.
18. Управление музеем: практическое руководство. – Париж, ИКОМ, 2004.
19. Шекова Е. Л. Экономика и менеджмент некоммерческих организаций: Учебник – СПб.: Изд-во «Лань», 2004.
20. Шляхтина Л.М. Основы музейного дела: теория и практика. Учеб. пособие. – М.: Высш. шк., 2005.
21. Экономика культуры. Под. редакцией А.Я. Рубинштейна. М.: Изд-во Слово, 2005.
22. Юренева Т.Ю. Музеи мира: история и коллекции, шедевры и раритеты/ Юренева Т. Ю. – М.: Эксмо, 2011.

**7. Организационно-педагогические условия реализации программы**

Реализация дополнительной профессиональной программы должна обеспечить приобретение обучающимися знаний и умений повышающих их профессиональный уровень, а также учитывать преемственность задач, средств, методов, организационных форм подготовки музейных работников, имеющихся в СОКМ.

Выбор методов обучения для каждого занятия определяется преподавателем в соответствии с составом и уровнем подготовленности слушателей, степенью сложности излагаемого материала, наличием и состоянием учебного оборудования, технических средств обучения, местом и продолжительностью проведения занятий.

Теоретические занятия проводятся с целью освоения нового учебного материала. Изложение материала необходимо вести в форме, доступной для понимания слушателей, соблюдать единство терминологии, определений и условных обозначений, соответствующих действующим международным договорам и нормативным правовым актам. В ходе занятий преподаватель обязан увязывать новый материал с ранее изученным, дополнять основные положения примерами из практики, соблюдать логическую последовательность изложения.

Практические занятия проводятся с целью закрепления теоретических знаний и выработки у слушателей основных умений и навыков работы в ситуациях, максимально имитирующих реальные производственные процессы.

Для реализации программы необходимо наличие учебных кабинетов (учебных аудиторий), оборудованных учебной мебелью, учебной доской.

**8. Формы аттестации**

Образовательная программа предполагает:

* использование входного анкетирования, с помощью которого определяется уровень профессиональной подготовки слушателей, знание особенностей библиотечных технологий,
* распределенный контроль по разделам курса, по результатам которого возможна корректировка методов подачи учебного материала,
* использование итоговой диагностики, с помощью которой определяется уровень приращений слушателей по результатам обучения.

Каждый раздел программы предполагает обязательное время на индивидуальную или групповую рефлексию, осуществляемую как в очной форме, так и с помощью сервисов Интернет; для преподавателя итоги рефлексии группы становятся основой для корректировки методов обучения и дают возможность осуществления обратной связи со слушателями.

Оцениваются индивидуальные и групповые результаты.

|  |  |
| --- | --- |
| **Наименование разделов, тем** | **Инструмент оценивания** |
| Проблемы музейного менеджмента в постиндустриальном обществе | практические и самостоятельные занятия |
| Миссия музея. Стратегические цели музея | практические и самостоятельные занятия |
| Стратегическое, тактическое и оперативное планирование работы музея | практические и самостоятельные занятия |
| Управление выставочной деятельностью | тестирование |
| Маркетинг, PR-деятельность, брендирование, использование Интернет-ресурсов | практические и самостоятельные занятия |
| Управление культурно-образовательной деятельностью музея | результаты выполнения кейса или участия в круглом столе |

***Промежуточная аттестация***

Вопроса для письменного опроса.

1. **Экскурсией называют коллективный осмотр музея или внемузейного объекта, проводимый**

А. по намеченной теме музеем

Б. по намеченному маршруту музеем

В. по избранной теме посетителем

Г. по избранному маршруту посетителем

2. **Наибольшую активность при проведении экскурсий предполагает**

А. прием заданий

Б. рассказ экскурсовода

В. игровые моменты

Г. эвристическая форма

3. **В здании музея экскурсии могут проводиться**

А. по экспозициям

Б. по выставкам

В. по открытому хранению фондов

Г. по памятникам и памятным местам

4**. Цель вступительной беседы экскурсии**

А. установление контакта экскурсовода со своей аудиторией

Б. обсуждение экскурсовода и аудитории маршрута экскурсии

В. введение экскурсоводом дополнительных наглядных материалов

Г. построение экскурсантов в колонну

5. **Экскурсия проводится под руководством**

А. специалиста экскурсовода

Б. специалиста фондовика

В. специалиста исследователя

Г. школьного учителя

6. **Экскурсии проводятся музеем в целях**

А. воспитательных

Б. образовательных

В. исследовательских

Г. научных

7**. В основе экскурсионного метода лежит**

А. зрительное восприятие

Б. осязательное восприятие

В. слуховое восприятие

Г. моторное восприятие

8. **Неорганизованным посетителям музей предоставляет**

А. кассеты с наушниками

Б. тексты-листовки с рекомендациями маршрута

В. правила поведения в музее

Г. анкеты для данной экспозиции

9. **Экскурсии различаются**

А. по характеру тематики

Б. по целевому назначению

В. по характеру вспомогательных материалов

Г. по характеру температурно-влажностного режима

10. **По характеру тематики экскурсии различаются**

А. на обзорные и тематические

Б. по экспозициям и выставкам

В. на научно-просветительные и учебные

Г. на коллективные и индивидуальные

11. **Аттрактивность предмета - это**

А. способность привлекать внимание

Б. способность отвлекать внимание

В. способность вызывать волнение

Г. способность вызывать глубокие чувства

12. **Необходимое требование к подготовке и проведению экскурсий**

А. дифференцированный подход

Б. комплексный подход

В. индивидуальный подход

Г. катехизический подход

13. **По месту проведения экскурсии могут быть**

А. внутри музейного здания

Б. тематические

В. обзорные

Г. сквозные

14. **Экспрессивность предмета - это**

А. способность вызывать волнение

Б. способность привлекать внимание

В. способность отвлекать внимание

Г. способность успокаивать зрителя

15. **Оригинал – это**

А. первоначальный предмет

Б. уникальный предмет

В. типовой предмет

Г. копийный предмет

16. **Под научно-вспомогательными материалами понимают входящие в фонды предметы**

А. не обладающие свойствами музейных предметов

Б. обладающие свойствами музейных предметов

В. не обладающие свойствами экспонирования

Г. не обладающие свойствами привлечения внимания

17. **При проведении экскурсии повествовательного характера экскурсант привлекается к рассматриванию экспозиции**

А. словом, рассказом экскурсовода

Б. в форме вопросов-ответов с посетителями

В. путем индивидуальных заданий

Г. путем представления посетителя в роли участника события

18. **Эвристический характер экскурсии предполагает**

А. форму вопросов-ответов посетителя и экскурсовода

Б. рассказ экскурсовода

В. форму игру

Г. форму заданий

19. **На первом этапе подготовки экскурсии экскурсовод**

А. определяет тему экскурсии

Б. составляет первичный план экскурсии

В. готовит развернутый план

Г. собирает необходимую литературу

20. **К фондам музея относятся**

А. реконструкция

Б. фотоаппаратура

В. витрины

Г. стенды

***Ключ***

|  |  |
| --- | --- |
|  | Б. |
|  | В. |
|  | Б. |
|  | А. |
|  | А. |
|  | Б. |
|  | А. |
|  | А. |
|  | А. |
|  | Б. |
|  | Г. |
|  | Б. |
|  | А. |
|  | А. |
|  | А. |
|  | Б. |
|  | А. |
|  | Г. |
|  | Б. |
|  | А. |

***Требования к итоговой аттестации***

Для успешного прохождения итоговой аттестации слушателями должны быть выполнены все предложенные тесты и самостоятельные задания.

Итоговый контроль проводится по результатам полного усвоения слушателями программы с целью определения его компетентности.

**9. Примерный годовой календарный учебный график**

Продолжительность учебного года в СОКМ - 9 месяцев

Начало учебного года – февраль

Завершение учебного года – декабрь.

Занятия не проводятся в период с 01.07 по 01.09

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Группа** | **Период обучения** | **Продолжительность (всего 72 ч.)** |
| 1 | февраль | 2 недели |
| 2 | март | 2 недели |
| 3 | апрель | 2 недели |
| 4 | май | 2 недели |
| 5 | июнь | 2 недели |
| 6 | сентябрь | 2 недели |
| 7 | октябрь | 2 недели |
| 8 | ноябрь | 2 недели |
| 9 | декабрь | 2 недели |