|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Казахский национальный университет им. аль-Фараби**  **Силлабус**  **(Код ) Системы баз данных**  **Осенний семестр 2016-2017 уч. год** | | | | | | | | | | | | | | |
| **Код дисциплины** | | **Название дисциплины** | **Тип** | **Кол-во часов в неделю** | | | | | **Кол-во кредитов** | | | | **ECTS** | |
| **Лек** | **Практ** | | **Лаб** | |
| **ОРЕМ- 6308** | | Музейный менеджмент и маркетин | ОК | 2 | 1 | | 0 | | 3 | | | | 5 | |
| **Пререквизиты** | | нет | | | | | | | | | | | | |
| **Лектор** | | д.и.н. ,пр. Шалекенов Мурат Уахитович | | | | **Офис-часы** | | | | | | По расписанию | | |
| **e-mail** | | mshalekenov@mail.ru | | | |
| **Телефоны** | | 8 7052493474 | | | | **Аудитория** | | | | | |  | | |
| **Описание дисциплины** | | Дисциплина рассказывает об особенности музейного менеджмента и маркетинга, а также об основных функциях специалиста по организации менеджмента и маркетинга . | | | | | | | | | | | | |
| **Цель курса** | | Приобретение знаний в свере музейного менеджмента и маркетинга | | | | | | | | | | | | |
| **Результаты обучения** | | 1. Знать музейного менеджмента и маркетинга 2. Знать основные музейного менеджмента и маркетинга 3. Знать функции и должностные обязанности специалистов в области музейного менеджмента и маркетинга 4. Уметь классифицировать и систематизировать музейные учреждения 5. Владеть навыками анализа музейного менеджмента и маркетинга | | | | | | | | | | | | |
| **Литература и ресурсы** | | 1. Фокс, С. Музейные коллекции и рынок / Селина Фокс // Мир музея. ­ 2007. ­ N 5. ­ С. 38­4   2.Скрипкина, Л. И.Эффективность музейной деятельности: музейный менеджмент в период реформирования бюджетной сферы экономики / Л. И. Скрипкина // Справочник руководителя учреждения культуры. ­ 2007. ­ N 6.  **Доступно онлайн:** Дополнительный учебный материал будет доступен на вашей странице на сайте univer.kaznu.kz. в разделе УМКД. | | | | | | | | | | | | |
| **Организация курса** | | В этом курс будет осуществлено место и роль музейного маркетинга и менеджмента в деятельности музеях и в сфере туризма. Рассмотреть роль маркетинга и менеджмента сфере музейного дела. Рассмотреть теоретические основы курса «Маркетинг и менеджмент» общее знакомство с большим объемом теоретического материала, поэтому в ходе подготовки к дисциплине существенная роль отводится учебнику. | | | | | | | | | | | | |
| **Требования курса** | | 1. К каждому аудиторному занятию вы должны подготовиться заранее, согласно графику, приведенному ниже. Подготовка задания должна быть завершена до аудиторного занятия, на котором обсуждается тема. 2. Домашние задания будут распределены в течение семестра, как показано в графике дисциплины. 3. Большинство домашних заданий будет включать в себя несколько вопросов.   При выполнении домашних заданий должны соблюдаться следующие правила:  Домашние задания должны выполняться в указанные сроки. Позже домашние задания не будут приняты. | | | | | | | | | | | | |
| **Политика оценки** | | **Описание самостоятельной работы** | | | | | | **Вес** | | **Результаты обучения** | | | | |
| Домашние задания  Экзамены  ИТОГО | | | | | | 60%  40%  100% | | 1, 2, 3, 4, 5  1, 2, 3, 4, 5 | | | | |
| Ваша итоговая оценка будет рассчитываться по формуле  Ниже приведены минимальные оценки в процентах:  95% - 100%: А 90% - 94%: А-  85% - 89%: В+ 80% - 84%: В 75% - 79%: В-  70% - 74%: С+ 65% - 69%: С 60% - 64%: С-  55% - 59%: D+ 50% - 54%: D- 0% -49%: F | | | | | | | | | | | | |
| **Политика дисциплины** | | Соответствующие сроки домашних заданий или проектов могут быть продлены в случае смягчающих обстоятельств (таких, как болезнь, экстренные случаи, авария, непредвиденные обстоятельства и т.д.) согласно Академической политике университета. Участие студента в дискуссиях и упражнениях на занятиях будут учтены в его общей оценке за дисциплину. Конструктивные вопросы, диалог, и обратная связь на предмет вопроса дисциплины приветствуются и поощряются во время занятий, и преподаватель при выводе итоговой оценки будет принимать во внимание участие каждого студента на занятии. | | | | | | | | | | | | |
| **График дисциплины** | | | | | | | | | | | | | | |
| **Неделя** | **Название темы** | | | | | | | | | | **Количество часов** | | | **Максим балл** |
| **1** | **Лекция 1**  Введение. Основы маркетинга и менеджмента. | | | | | | | | | | 2 | | |  |
| **Семинар 1**  Теоретические основы маркетинга и менеджмента. | | | | | | | | | | 1 | | | 6 |
| **2** | **Лекция 2**  Особенности менеджмента и маркетинга в музейной деятельности. | | | | | | | | | | 2 | | |  |
| **Семинар 2**  Практический опыт мировых музеев и современные подходы в сфере маркетинговых технологий. | | | | | | | | | | 1 | | | 6 |
| **3** | **Лекция 3**  Содержание должностных обязанностей директора и остальных сотрудников современного музея. | | | | | | | | | | 2 | | |  |
| **Семинар 3**  Особенности менеджмента в музейной деятельности. Сущность и функции управления в музейном деле | | | | | | | | | | 1 | | | 6 |
| **СРМП 1** Социальный маркетинг в цивилизации досуга. | | | | | | | | | |  | | | 12 |
| **4** | **Лекция 4**  Сильные и слабые стороны музеев в маркетинге. | | | | | | | | | | 2 | | |  |
| **Семинар 4**  Музеи в мире культурных проектов в области менеджмента. | | | | | | | | | | 1 | | | 6 |
| **СРПМ 2**. Музей как единая команда в области менеджмента и маркетинга. | | | | | | | | | |  | | | 12 |
| **5** | **Лекция 5**  Практика менеджмента. Директор музея в менеджменте. | | | | | | | | | | 2 | | |  |
| **Семинар 5.** Маркетинг как взаимодействие с аудиторией. | | | | | | | | | | 1 | | | 6 |
| **СРПМ** . Коммерческая деятельность музеев. | | | | | | | | | |  | | | 12 |
| **6** | **6 лекция**. Структура современной музейной организации. | | | | | | | | | | 2 | | |  |
| **Семинар 6**. Персонал музея: основы организации. Способы разрешения конфликтных ситуаций. | | | | | | | | | | 1 | | | 6 |
| **СРПМ 4** .Сущность и формы организации экскурсионной деятельности как музейного маркетинга. | | | | | | | | | |  | | | 12 |
| **7** | **7 лекция**. Персонал музея: основы организации. Способы разрешения конфликтных ситуаций. | | | | | | | | | | 2 | | |  |
| **Семинар 7**. Особенности кадрового состава музея.методы управления, их отраслевая специфика. Роль менеджера и организации его труда. | | | | | | | | | | 1 | | | 6 |
| **СРПМ 5**. Персонал музея: основы организации. | | | | | | | | | |  | | | 14 |
| **1 Рубежный контроль** | | | | | | | | | |  | | | **100** |
|  | **МТ** | | | | | | | | | |  | | | **100** |
| **8** | **8 лекция**.Основные направления музейной безопасности. Действующие требования. Музейные кражи | | | | | | | | | | 2 | | |  |
| **Семинар 8**. Режимы хранения музейных фондов | | | | | | | | | | 1 | | | 6 |
| **СРПМ 6**. Управление фондами музея. | | | | | | | | | |  | | | 6 |
| **9** | **9 лекция**. Управление музейной недвижимостью. | | | | | | | | | | 2 | | |  |
| **Семинар 9.** Управление финансами музея. | | | | | | | | | | 1 | | | 6 |
| СРПМ 7. Организация содействия музея. | | | | | | | | | |  | | | 6 |
| **10** | 10 лекция. Фандрайзинговая политика музея. | | | | | | | | | | 2 | | |  |
| Семинар 10. Организация музейных экскурсий | | | | | | | | | | 1 | | | 6 |
| СРПМ 8. Общая характеристика экскурсионной деятельности. | | | | | | | | | |  | | | 6 |
| **11** | 11 лекция. Психология в экскурсионной деятельности | | | | | | | | | | 2 | | |  |
| Семинар 11. Практическое применение логики в экскурсионной деятельности. | | | | | | | | | | 1 | | | 6 |
| СРПМ 9. Формы экскурсионной деятельности. | | | | | | | | | |  | | | 6 |
| **12** | 12 лекция.Экскурсия как средство эстетического воспитания | | | | | | | | | | 2 | | |  |
| Семинар 12. Психология в экскурсионной деятельности | | | | | | | | | | 1 | | | 6 |
| СРПМ 10 Классификация экскурсий | | | | | | | | | |  | | | 6 |
| **13** | 13 лекция. Особенности профессии экскурсовода | | | | | | | | | | 2 | | |  |
| Семинар 13. Экскурсия как средство эстетического воспитания | | | | | | | | | | 1 | | | 6 |
| СРПМ 11. Стандарты качества экскурсионной деятельности. | | | | | | | | | |  | | | 6 |
| **14** | 14 лекция.Качество экскурсионного обслуживания | | | | | | | | | | 2 | | |  |
| Семинар 14. Особенности профессии экскурсовода | | | | | | | | | | 1 | | | 6 |
| СРПМ 12. История становления экскурсионной деятельности | | | | | | | | | |  | | | 8 |
| **15** | 15 лекция. Показатели эффективности экскурсионной деятельности. | | | | | | | | | | 2 | | |  |
| Семинар 15Качество экскурсионного обслуживания | | | | | | | | | | 1 | | | 6 |
| СРПМ 13. Экскурсионная методика | | | | | | | | | |  | | | 8 |
|  | **2.Рубежный контроль** | | | | | | | | | |  | | | **100** |
| **Экзамены** | | | | | | | | | |  | | | **100** |
| **ИТОГО** |  | | | | | | | | | |  | | | **400** |