|  |
| --- |
| **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 заданияЭкзамены ИТОГО | 60%40%100% | 1, 2, 3, 4, 51, 2, 3, 4, 5  |
| Ваша итоговая оценка будет рассчитываться по формуле $$Итоговая оценка по дисциплине=\frac{РК1+РК2}{2}∙0,6+0,1МТ+0,3ИК$$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** |