**1 лекция. Кіріспе.**

**Мақсаты:** студенттерді музей менеджменті және маркетингі пәні бойынша жалпы маркетингі және менеджмент ұғымымен және оның музей қызметіндегі орнымен таныстыру.

**Түйін сөздер:** музей ісі, менеджмент, маркетинг, фандрейзент және т.б.

**Сұрақтар:**

1. Менеджмент және маркетинг түсінігі мен мәні.
2. Пәннің мақсаты.
3. Пәннің міндеттері

Музейлердің қызметі қоғамдық өмірдің маңызы сферасы болып табылады. XX – ың аяғында Қазақстан Республикасының саясаты мен экономикасының өзгеріске енуі музейлердің қоғамдағы роліне және олардың қызметіне ерекше ықпал жасады. Әміршіл-әкімдік жүйеден нарықтық жүйеге өту музейлердің жаңа жағдайда қызмет етуіне өзіндік қиындықтар тудырды.

Қазіргі жағдайда музейлерде әлеуметтік қиындықтар кездеседі, ол тұтыну мәселелерімен байланысты. Қоғамдық жаңа жағдайда ескі әдіс-тәсілдермен шешім табу қиындықтар тудырады.

Музейдің мақсаты мен міндеттері бірінші кезекте мәдени ұйымдастыру болумен қатар осы пәннің негізінде ол экономикалық табыс табу негізінде құрылады.

Пәннің мақсаты – музей саласындағы болашақ маманның музейлік менеджмент пен маркетингттің негізгі теориялық түсінігін қалыптастырумен қатар, оның ұйымдастыру саласындағы білімі мен дағдысын қалыптастырып және әртүрлі іс-шараларды өткізу барысында музейге қосымша табыс әкелуге үйрету қажеттілігі туындайды.

Қазіргі кезеңде музей мекемелеріндегі мендежмент пен маркетингттің мәні ерекше болып табылады. Қазіргі жаңа жағдайда музейлердің қоғам мен мемлекет арасындағы бұрынғы қарым-қатынастарды қайтадан қарастыру қажеттілігі туындайды. Музей коммерциялық емес ұйым сондықтан оның қызметі табыс табуға арналмаған. Дегенмен заманауи музейлер менеджмент пен маркетингттің механизмдерін пайдалана отырып нарықтық қатынастардың талаптарына жауап беруге міндетті.

Пәннің мәні мен міндеттері оның экономика мен психологиямен және басқару теориясымен қарым-қатынастары. Музейлік қызметкерлерді профессоналды дайындау және жалпы ғылыми жүйедегі ролі мен орны. Пәннің негізгі түсініктері. Оның құрылымы. Музейде еңбектің ғылыми ұйымдасуы. Ұжымды басқарудың психологиялық негіздері. Басқарушының тұлғасы мен функциясы. Менеджменттің негізгі түсініктері. Маркетингттің негізгі түсініктері. Коммерциялық емес мекемелердегі меркетингттің ерекшеліктері. Музейдің табыс көздері. Музейлерді қаржыландырудың принциптері. Эндаумент. Музей қызметіндегі жоспарлаудың ролі.

Пәннің міндеттері:

1.Студенттерді музейлік мекемелерді басқарудың негізгі қағидаларымен таныстыру керек.

2.Музейдегі жарнаманың ролі туралы жалпы мәліметтерді бере отырып, студенттерді жарнамалық акцияларды өткізу ерекшеліктерімен таныстырып және оның түрлерін үйрету керек.

3.Музейдің коммерциялық қызметінің принциптері туралы студенттерге нақтылы ұғым қалыптастыру керек.

4. Студенттерді музей мекемесінің негізгі ұйымдастыруымен жоспары жөніндегі қызметтеріне үйрету қажет.

5. Болашақ мамандарға музей ұжымында табысты басқару қызметінің дағдыларын қалыптастыру керек.

6. Студенттерге музей спецификасының мәдени коммерциялық емес мекеме ретінде түсінікті қалыптастырумен қатар, оның қоғамдағы әлеуметтік функциялары туралы мәлімет беру керек.

Аталған пәнді оқыту барысының алдында өтілген пәндер: Музей тануға кіріспе , Ғылыми-қор жұмысы.

Аталған пәнмен қосалқы пәндердің өзара байланысы: Әлемдік музейлер, Музей экспозициясын ғылыми жобалау.

Музейдің методологиялық принциптері мен музейлік мекемелерді басқару әдістерін және музей қызметінің қаржы-экономикалық аспектісі, коммерциялық емес ұйымдарда маркетингттің ерекшеліктері, музей үшін PR-технологиялардын ролі туралы білімді алады.

Студенттер музейлік статистиканың негізіне, франдрейзингілік жоспардың принциптерін және жарнамалық материалдарды жасауға үйренеді;

Студенттер нақтылы музейде коммерциялық қызметті регламенттейтін болашақ жоспарды жасауды және жаңа музейлік ақпараттық технологияларды пайдалануды үйренеді.

**Бақылау сұрақтары:**

1. Маркетинг дегеніміз не?
2. Менеджмент дегеніміз не?
3. Маркетинг пен менеджменттің музей қызметіндегі орны қандай?

**Ұсынылатын әдебиеттер тізімі:**

1. Музеи. Маркетинг. Менеджмент: практическое пособие. – сост.В.Ю. Дукельский. – М., 2001.
2. Юренева Т.Ю. Музееведение. – М., 2006.
3. Шляхтина Э. Основы музееведения. – М., 2005.
4. Музеи в период перемен. – СПб.: Контрфорс, 1997.

**2 лекция. Музейдегі еңбекті ғылыми ұйымдастыру.**

**Мақсаты:**студенттерді музейдегі еңбекті ғылыми ұйымдастырудың жолдарымен таныстыру.

**Түйін сөздер:** музей ісі, менеджмент, маркетинг, фандрейзент және т.б.

**Сұрақтар:**

1. Еңбекті ұйымдастырудың түсінігі.
2. Музей мекемесінде еңбекті ұйымдастыру анализі.

Еңбекті ұйымдастырудың түсінігі. ЕҒҰ–дың экономикалық, психофизиологиялық және әлеуметтік міндеттері, оның мазмұны. Музей қызметін жандандырудағы еңбекті ұйымдастырудың ролі. Музей қызметкерлерінің еңбектерінің сипаты мен мазмұны.

Кадрлерді дайындауды жақсарту, таңдау, орналастыру және квалификациясын көтеру. Еңбектің жағдайын жақсарту және еңбекпен демалыстың рационалды режимдерін оңтайландыру. Музей мекемесінде еңбекті ұйымдастыру анализі. Қазіргі уақыттағы басқарушының ролі мен жауапкершілігі. Басшының сапасы. Оның табысты қызметінің факторы. Басқарудың барлық стадияларында мақсатқа жету процесіндегі басшының ролі. Ситуация бойынша басқарудың негіздері. Ұжымды басқарудың оңтайлылығы. Басшының оңтайлы ұйымдастыру қызметіндегі бағалау критерилері.

**Бақылау сұрақтары:**

1. Еңбекті ұйымдастырудың түсінігіне талдау жасаңыз.
2. Музей мекемесінде еңбекті ұйымдастыруға анализ жасаңыз.
3. Қазіргі уақыттағы басқарушының ролі мен жауапкершілігін қалай түсінесіз?

**Ұсынылатын әдебиеттер тізімі:**

Лорд Б., Лорд Г.Д. Менеджмент в музейном деле: Учебное пособие / Пер. с англ. Э. Н. Гусинского и Ю. И. Турчаниновой. Под ред. А. Б. Голубовского. – М., 2002.

Музеи. Маркетинг. Менеджмент: практическое пособие. – сост.В.Ю. Дукельский. – М., 2001.

Юренева Т.Ю. Музееведение. – М., 2006.

Шляхтина Э. Основы музееведения. – М., 2005.

Музеи в период перемен. – СПб.: Контрфорс, 1997.

**3 лекция. Ұжымды басқарудың психологиялық негіздері.**

**Мақсаты:** студенттерді ұжымды басқарудың психологиялық негіздерімен таныстыру.

**Түйін сөздер:** музей ісі, менеджмент, маркетинг, фандрейзент және т.б.

**Сұрақтар:**

1. Басқарушы мен қызметкерлердің өзара қызметтері
2. Заманауи менеджменттің негізгі сипаттамасы.

Басқарушы мен қызметкерлердің өзара қызметтері. Ұжымда оптималды әлеуметтік-психологиялық климатты қалыптастыру, психологиялық үйлесімділік, қызметтік этикет, өзара қарым қатынастар.

Еңбектің мотиві мен стимулы. Оларды басқару әдістері; Тұлғаның потенциалын реалиизациялау, бірігіп қызмет жасау. Мотивацилардың мазмұны: жұмысқа қызығушылық, даму перспективасы, жұмыстың престижі, тұрақты жұмыстың кепілділігі. Кадрларды таңдау.

Музейлік мекемедегі басшының творчествалық ұжым қызметкерлерін қалыптастыру. Творчествалық ұжымның түсінігі. Оларды творчествалық қызметке талпындыру факторы.

Менеджменттің қалыптасуы. Замануи менеджмент концепциясының деректері. Заманауи менеджменттің негізгі сипаттамасы: табысты қызметті зерттеу факторлары, нәтижеге қатысты басшылықты ұйымдастыру, маркетингттің теориясы мен практикасын дамыту, шешімді қабылдау технологиясын жасау, математикалық әдістерді пайдалану.

Музейлік менеджменттің негізі мен мәні. «Музейді басқару жүйесінің түсінігі», оның негізгі элементтері. Ғылыми басқарудың түсінігі. Басқарудағы нақтылы әлеуметтік әдістерді пайдалану. Экономикалық статистикалық көрсеткіштерді пайдалану.

Жалпы технология - іс-шаралар, ресурстар жиынтығы, құралдар, оларды пайдалану әдістерін және шығаруды ұйымдастыру жолдарын, соның ішінде - қажетті және жеткілікті белгілі бір өнімдерді, тауарларды, қызметтерді, өзгерістер немесе алдын ала белгіленген параметрлер мен кез келген басқа да маңызды нәтижелер алудың ресми сипаттамасы.Осы анықтамаға сүйе отырып, бір-бірін толықтырып отыратын технологияның 3 түрін ажыратуға болады: ресурстық (нақты бір өнімді шығаратын ресурстар қолдану ); құралдар арқылы (пайдаланылған құралдардың әр түрлі жиынтығы) және басқарулық (өндірістік процесті ұйымдастырудың түрлі тәсілдері).

Әдебиеттерде қолданылатын «ақпараттық менеджмент (басқару)» ұғымы алғашқы аталған екі топта кездеседі (ресурстық және құралдық). Бізге ақпараттық басқаруды технологиялық басқарумен бірге оқып қарастыру мүмкіндігі беріліп отыр.

Бізге мәдени саладағы жаңғырту процестер дамуының қазіргі кезеңінде жұмысты ұйымдастырудан гөрі ресурстарды табиғат өзгеруіне байланысты немесе құралдарды жаңарту деп болжау дұрыс. Жазу машинкасы мен карталық файлдың орындарына келген компьютер жұмыс істеуге ыңғайлы болып табылады. Оның гуманитарлық қызмет сипаты өзгерген жоқ, сондай-ақ Abacus деп аталатын калькулятордың пайда болуы экономиканы төңкеріске әкелген жоқ. Біздің көз алдымыздағы жаһандық өзгерістер деректер базасын және ДК келуімен емес, қарым-қатынастың жаңа түрінің пайда болуымен байланысты Бұл орта желілік деп аталатын қарым-қатынастың ерекше формасына үстемдік етеді. Желілер адамдардың өзара іс-қимылының жүйесі ретінде компьютерлік дәуіріне дейін белгілі болды, бірақ жаңа техникалық құралдардың дамуының арқасында олар жүзеге асты. Біз интернеттің келуімен ғана желілік қарым-қатынастарды сипаттауды және көрсетуді бастадық.Бүгінгі таңда ақпараттық технологияларды басқару технологияларының ажырамас құрамдас бөлігі ретінде қарастыруға толықтай негіз бар. Барлық музейлік бірлестіктер, мәдени іс-шараларға негізделген құрылымдар заманауи телекоммуникациялық жүйелер негізінде және қазіргі заманғы компьютерлер мен ресурстық орталықтар негізінде құрылады. Қазіргі кезде дәстүрлі шенеуніктер түгел дерлік өз жұмыстарын компьютерсіз елестете алмайды . Интернет арқасында мәдени ортаға енген жаңа басқару технологиясы элементтерінің ұзын тізімін беруге болады.. Осы элементтердің ішінде:

- қарым-қатынас (электрондық пошта, тарату тізімдері, мұражай сайттарының жаңалықтар бөлімдері) жедел құралы;

Басқарудағы әкімшілік және еңбек ұжымдарының ролі. Музейлік процесстерді автоматты басқару жүйесі (АБЖ), олардың міндеттерімен мәні.

Қорды коплектілеуді автоматизациялау, музейлік қызмет көрсету процесстері.

**Бақылау сұрақтары:**

1. Творчествалық ұжымның түсінігі.
2. Менеджменттің қалыптасуы.

Басқарудағы әкімшілік және еңбек ұжымдарының ролі

**Ұсынылатын әдебиеттер тізімі:**

1. Лорд Б., Лорд Г.Д. Менеджмент в музейном деле: Учебное пособие / Пер. с англ. Э. Н. Гусинского и Ю. И. Турчаниновой. Под ред. А. Б. Голубовского. – М., 2002.
2. Музеи. Маркетинг. Менеджмент: практическое пособие. – сост.В.Ю. Дукельский. – М., 2001.
3. Юренева Т.Ю. Музееведение. – М., 2006.
4. Шляхтина Э. Основы музееведения. – М., 2005.
5. Музеи в период перемен. – СПб.: Контрфорс, 1997.

**4 лекция. Музейлік менеджменттің негізгі ұғымдары**

**Мақсаты:** студенттерді музейлік функциялар мен әдістермен таныстыру.

**Түйін сөздер:** музей ісі, менеджмент, маркетинг, фандрейзент және т.б.

**Сұрақтар:**

1. Басқару функциялары.
2. Басқару әдістері.
3. Басқарудағы экономикалық әдістердің ролі.

Басқару функциялары: анықтау, мәні. Менеджменттегі классификациялау функциясы. Функцияның түрлері. Басқару қызметінің түрлері бойынша функцияның классификациясы: есеп, анализ, жоспарлау, болжау, регуляция жасау, ұйымдастыру, бақылау, стимул жасау. Жетекші (топбасшысы) топ мүшелеріне қамқорлықтанытып, түрлі жағдайларда (ситуацияларда) құлұшын (көмек) беріп, топқа қатысты кез-келген ұтымды мотивацияларды ескере отырып, моральді және материалды тұрғыдағы ынталандыруларды ұтымды пайдалануы қажет. Сонымен қатар ұжымның ауызбіршіліг імықты және өзара тығыз байланыста болуы керек. Алайды, топ мүшелері арасындағы белігілі-бір қатынастар (жеке бастың мәселелері) жұмыс барысына кедергі келтірмес үшін қажетті дәрежеде арақашықтықты сақтаған (да) пайдалы (дұрыс). Міне, сондықтан көп жерлерде топ құрамына туған-туыстар мен жақын достарды алуды (қосуды) құп көрмейді. Себебі, олардың арасында іскерлік пен басқа қатынастарды ажырату (бөліп қарау) қиынға соғады.  
Жетекші ұйымды өзінің нұсқаулары мен бұйрықтары арқылы басқарады. Ал, сол нұсқаулар мен бұйрықтарды ұжымның барлық жұмысшыларына (бағынушыларына/қызметкерлеріне) жеткізіп, оның орындалуын, жүзеге асуын қадағалауда жетекшіге тобы көмек көрсетеді. Бұйрықтар мен тапсырмалар ауызша, жазбаша нұсқада болып, компьютер мен электронды почтаның көмегімен алушыға дейін жіберілуі (жеткізілуі) мүмкін. Ол құжаттар міндетті түрде орындаушының атынан қабылданып, түсінікті, анық және мүмкіндігінше қысқа болғаны жөн. Кейде осы бұйрықтың қажеттілігін түсіндіретін кіріспе бөлім қажет.Маңызды, әсіресе күрделі мәселелерге байланысты құжаттар жазбаша нұсқада дайындалуы керек. Ол әр тараптың әңгімені (сұхбатты) өзінше түсінуімен (қабылдауымен, есте сақтауымен) байланысты. Өйткені, әдетте әр тараптың (сұхбаттасушының) есінде өзі үшін тиімді ұсыныстар ғана қалатыны мәлім.

Бұйрықтар есеп жүргізуде (іс жүргізуде) қабылданған заңдар (ережелер) бойына рәсімделеді. Есте ұстарлық бір жайт, бұйрықтың кейбір түрлеріне шағым жасалып, сотта қаралуы мүмкін. Ол көбіне кадрлар (қызметкерлер) құрамы мәселесіне байланысты бұйрықтарға (іс-қағаздарға) байланысты.  
Көптеген жетекшілердің қызметтік міндетіне басшылық пен іскерлік жұмыстар қатар кіреді. Мысалы, химиялық зауыттың бас инженері, ол басшы ғанае мес, сонымен қатар инженер де. Ал аурухананың бас дәрігері басшылықпен (жетекшілікпен) ғана айналыспай, науқастарды емдеп те білуі қажет. Мұндай топқа (типке) жататын басшылар уақыт өте келе іскерлік салада да өз мүмкіншіліктерін, қабілеті мен білімін көрсетіп тұруы керек.

Басқару әдістері, оның классификациясы. Әдістердің негізгі топтары. Әдістердің негізгі топтары: экономикалық, административті-ұжымдастыру, моралдық стимулияциялау. Басқарудағы экономикалық әдістердің ролі. Музейдің шаруашылық-есеп қызметі. Моралді стимулді әрекеттің негізгі әдісі. Әлеуметтік қорғалуды қамтамасыз ету. Ұжымда оптималды әлеуметтік психологиялық климатты қалыптастыру.

**Бақылау сұрақтары:**

1. Басқару функцияларына талдау жасаңыз.
2. Басқару әдістеріне анализ жасаңыз.
3. Басқарудағы экономикалық әдістердің ролін қалай түсінесіз?

**Ұсынылатын әдебиеттер тізімі:**

1.Лорд Б., Лорд Г.Д. Менеджмент в музейном деле: Учебное пособие / Пер. с англ. Э. Н. Гусинского и Ю. И. Турчаниновой. Под ред. А. Б. Голубовского. – М., 2002.

2.Музеи. Маркетинг. Менеджмент: практическое пособие. – сост.В.Ю. Дукельский. – М., 2001.

3.Юренева Т.Ю. Музееведение. – М., 2006.

4.Шляхтина Э. Основы музееведения. – М., 2005.

5.Музеи в период перемен. – СПб.: Контрфорс, 1997.

**5 лекция. Музейлік менеджменттің функциялары мен әдістері**

**Мақсаты:** студенттерді музейлік функциялар мен әдістермен таныстыру.

**Түйін сөздер:** музей ісі, менеджмент, маркетинг, фандрейзент және т.б.

**Жоспары:**

Басқару функциялары.

Басқару әдістері.

Басқарудағы экономикалық әдістердің ролі.

Басқару функциялары: анықтау, мәні. Менеджменттегі классификациялау функциясы. Функцияның түрлері. Басқару қызметінің түрлері бойынша функцияның классификациясы: есеп, анализ, жоспарлау, болжау, регуляция жасау, ұйымдастыру, бақылау, стимул жасау.

Басқару әдістері, оның классификациясы. Әдістердің негізгі топтары. Әдістердің негізгі топтары: экономикалық, административті-ұжымдастыру, моралдық стимулияциялау. Басқарудағы экономикалық әдістердің ролі. Музейдің шаруашылық-есеп қызметі. Моралді стимулді әрекеттің негізгі әдісі. Әлеуметтік қорғалуды қамтамасыз ету. Ұжымда оптималды әлеуметтік психологиялық климатты қалыптастыру.

**Бақылау сұрақтары:**

1. Басқару функцияларына талдау жасаңыз.
2. Басқару әдістеріне анализ жасаңыз.
3. Басқарудағы экономикалық әдістердің ролін қалай түсінесіз?

**Ұсынылатын әдебиеттер тізімі:**

1. Лорд Б., Лорд Г.Д. Менеджмент в музейном деле: Учебное пособие / Пер. с англ. Э. Н. Гусинского и Ю. И. Турчаниновой. Под ред. А. Б. Голубовского. – М., 2002.
2. Музеи. Маркетинг. Менеджмент: практическое пособие. – сост.В.Ю. Дукельский. – М., 2001.
3. Юренева Т.Ю. Музееведение. – М., 2006.
4. Шляхтина Э. Основы музееведения. – М., 2005.
5. Музеи в период перемен. – СПб.: Контрфорс, 1997.

**6 лекция. Музейдің қаржылық қызметін жоспарлау**

**Мақсаты:** студенттерді музейдің қаржылық қызметін жоспарлау әдістері және ережелерімен таныстыру.

**Түйін сөздер:** музей ісі, менеджмент, маркетинг, фандрейзент және т.б.

**Сұрақтар:**

1. Мәдениет саласын жоспарлаудың түсінігі.
2. Музей қызметіндегі болжау
3. Ұйымдастыру дайындық сатылары.

Музей қызметін жоспарлау - музейдің жағдайын бақылауға және оны басқаруға көмектесетін құрал. Перспективтік жоспарды үнемі жаңарту музей менеджменттік жұмысының маңыздырақ құрылымдық бөлігі болып табылады. Перспективтік жоспарға:

музейдің жалпы даму концепциясы және қойылған мақсатқа жету стратегиясы, болашақ уакыттағы нақты кезең қызметінің жоспары кіреді.

***Перспективті жоспарлаудың мүдделік тұрғысынан өте маңызды екі түрі бар:***1) музей қызметкерлер ұжымы барлығы қойылған мақсатқа жетуге сәйкес талаптану.  
2) ұлттық немесе жергілікті басқару және коммерциялық демеуші музей жоспарының негізін қалау үшін оған қаржылық көмек жеткізу.

Біз жоспарлаған сатыда:  
1) музейге арналған әлемдегі соңғы жағдайлардың кисынын келтіреміз немесе қайта ойлаймыз.  
2) жағдайдың күшті және әлсіз жақтарына ерекше көңіл бөле отырып, жұмыстың нақты жағдайына анализ жасаймыз.   
3) жалпы даму бағыттарын анықтаймыз.  
4) нақты тапсырмалармен алға қойған мақсатқа жауап беруші стратегияларды жетілдіреміз.  
5) қаржы базасын қамтамасыз етеміз.

6) жұмыстың мүмкіндігін бағалауды және мониторинг механизмин жетілдіреміз.

**Музей миссиясы өзімен қысқа анық жасақталған мақсаты табиғаттың және қоршаған ортаның мұражайга қызметін айқындайды оларды белгілі** шектеулерге кіргізу болып табылады. Музей миссиясы төмендегідей сұрақтарға жауап береді:

1. Біз не үшін өмір сүріп жатырмыз?

2. Біз неге сенеміз?

3.Біз неге ұмтыламыз?

4. Біз қандай жұмыстар жасап жатырмыз?

5. Бізді қызықтыратын адамдардың ұйымына кімдер кіреді?

Перспективті жоспарды жазудың келесі кезеңінде біз музейге болашақта әсер ететін сыртқы және ішкі факторларға анализ жасаймыз. Музейлердегі істердің жағдайын бағалау үшін негізінен екі тәсілге жүгінеді: ПЭСТ және СВОД. **ПЭСТ(СЭАТ)-саяси, экономикалык, әлеуметтік және технологиялық орта**. Аталмыш анализдің максаты: музейдiң келешектегi мүмкiндiктерi, яғни iшкi өзгеристерге карамай дамуы. Ондагы тапсырма бойынша келешекте кездесетин ұтымды мүмкіндіктермен қиындыктарды орынды пайдалана отырып тығырыктан шығатын жоспарлар ойластыру.

ПЭСТ анализін жасау барысында ескерілетін факторлар:

Саяси орта:

· Үкіметте немесе саясат жүріп жатқан жерде мүмкін болған өзгерістер

· Заңнамалардағы өзгерістер музейлерге арналған

· Жаңа организациялық құрылымдардың енгізілуі

Экономикалық орта:

· Келесідей жағдайларға әсер ететін, жергілікті және ұлттық экономикалық өзгерістер:

· Потенциальды келушілердің саны мен категориясы.

· Потенциальды келушілердің кіріс деңгейі

· Музей серіктестерін құру, сонымен қатар оларға жасалатын қызметтердің жағдайын көтеру үшін.  
Мәдениет саласын жоспарлаудың түсінігі, ролі және мәні. Нарықтық экономика жағдайындағы музейдің мәдени қызметі мен жұмысын жоспарлау. Келісім шарт қатынастары, әлеуметтік тапсырыс жүйесі.

Жоспарлардың түрлері. Перспективті және күнделікті жоспарлаудың ара қатынасы. Ұзақ мерзімді, орта мерзімді және күнделікті жоспарлар.

Музей қызметіндегі болжау. Оның негізі мен нағынасы. Жоспарлардың сатылары. Ұйымдастыру дайындық сатылары. Жоспарлардың уақытын анықтау және тәртібін жасау, белсенділерді және мамандарды тарту, әдіснамалық дайындық және қамтамасыз ету. Анализдеу. Жоспарды талқылау сатысы, келісім және бекіту. Жоспарды орындауды ұйымдастыру сатысы және іске асыруды бақылау.

Жоспарлау әдістері нақтылы шешімді қабылдау тәсілдері. Жоспарлаудың аналитикалық әдістері. Жоспарлаудың нормативті әдісі.

Музей қызметін жоспарлаудағы бағдарламалық мақсатты тәсілдер. Нарық жағдайында мақсаты бағдарлама-келісім қатынастардың негізі. Музейдің қаржылық жоспарының бөлімдері: кіріс, шығыс және капиталды шығыстар.

Перспективті жоспар жазғаннан кейін біз енді оның жасалу кезеңіне көшеміз. Бірінші кезекке енді қойылған мақсаттарға жетудегі бақылау бірінші кезекте тұрады. Ол үшін:1) Белгілі бір программаларды этапты түрде орындалуын және бұл процесті үнемі қадағалап тұруға жауапкершілікті алатын қызыметкерлердің тағайындалу қажеттілігі.2) Жоспардан тыс мүмкіндіктер кезінде жоспарды қайта қарау.

**Бақылау сұрақтары:**

1. Мәдениет саласын жоспарлаудың түсінігіне талдау жасаңыз.
2. Музей қызметіндегі болжауды қалай түсінесіз?
3. Ұйымдастыру дайындық сатыларына анализ жасаңыз.

4.«Музей миссиясы» туралы негізгі ұғым

**Ұсынылатын әдебиеттер тізімі:**

Лорд Б., Лорд Г.Д. Менеджмент в музейном деле: Учебное пособие / Пер. с англ. Э. Н. Гусинского и Ю. И. Турчаниновой. Под ред. А. Б. Голубовского. – М., 2002.

Музеи. Маркетинг. Менеджмент: практическое пособие. – сост.В.Ю. Дукельский. – М., 2001.

Юренева Т.Ю. Музееведение. – М., 2006.

Шляхтина Э. Основы музееведения. – М., 2005.

Музеи в период перемен. – СПб.: Контрфорс, 1997.

**7 лекция. Музей маркетингісінің негізі мен құрылымы.**

**Мақсаты:** студенттерді музей маркетингісінің негізі және құрылымыментаныстыру.

**Түйін сөздер:** музей ісі, менеджмент, маркетинг, фандрейзент және т.б.

**Жоспары:**

1. Маркетингттің классикалық кешені.
2. Музейлердегі маркетингттің түрлері.
3. Музейлік жиналым маркетинг объектісі.

Маркетингттің негізгі түсінігі. Музей тәжірибесінде басты маркетингттік принциптік инструменталды пайдалану мүмкіндіктері.

Маркетингттің классикалық кешені: (тауар, өнім, қызмет көрсету) баға, тарату әдістері, стимул жасау (өнімді жылжыту). Маркетингттің басты функциялары: аналитика (ақпараттық – қоршаған ортаға және тұтынушыларға анализ жасау); Басқару (өнім ассортиментін жоспарлау, баға, өткізу, қызмет көрсетуді жылжыту, ұйымға ықпал жасау және нақтылық қызметті басқару). Музейлердегі маркетингттің түрлері. Маркетинг мәдениеті. Тұтынушылардың тұтынуына орентация жасау. Ішкі және сыртқы жағдайлар (ситуация), тағайындай және мақсат (стратегия), жүзеге асырудың жолдары мен қаражаты (тактика), қаржылық шығындар (бюджет). Музейлік маркетингттің жүйесіндегі публика. Оның сұраныстарын қамтамасыз етуді зерделеу. Музейлік жиналым маркетинг объектісі. Оның тарихи-ғылыми мәнділігін бағалау. Музейлік ғимараттар.

Басқару шешімін қабылдау үшін маркетингттік зерттеулер ақпарат қабылдаудың көздері. Маркетингтті басқару сатылары: нарық мүмкіндіктерін зерделеу және анализ жасау, маркетинг іс-шараларын жүзеге асыру. Нәтижені бағалау.

**Бақылау сұрақтары:**

1. Маркетингттің классикалық кешенін қалай түсінесіз?.
2. Музейлердегі маркетингттің түрлеріне жіктеу жасаңыз.
3. Музейлік жиналым маркетинг объектісі ретіндегі қолдансына анализ жасаңыз.

**Ұсынылатын әдебиеттер тізімі:**

1. Музеи. Маркетинг. Менеджмент: практическое пособие. – сост.В.Ю. Дукельский. – М., 2001.
2. Юренева Т.Ю. Музееведение. – М., 2006.
3. Шляхтина Э. Основы музееведения. – М., 2005.
4. Музеи в период перемен. – СПб.: Контрфорс, 1997.

**8 лекция. Маркетинг құрылымындағы музейлік жарнама**

**Мақсаты:** студенттерді маркетинг құрылымындағы музейлік жарнама жұмыстарментаныстыру.

**Түйін сөздер:** музей ісі, менеджмент, маркетинг, фандрейзент және т.б.

**Жоспары:**

1. Жарнаманың музей қызметіндегі орны.
2. Музейлер тарапынан жасалатын жарнамалар ерекшілігі
3. Музейлік жиналым маркетинг объектісі.

PR-технологиямен жаранамлаудың маңызы барлық салаларда маңызды. Бірақ, мәдениет саласында оның маңызы өте жоғары бағаланады. Мәдениет туралы сөз болғанда, Мак-Картидың “ Four P”: Product- Price- Place-Promotion (ассортимент, баға, сату орны, қозғалыс) маркетингтық концепциясы “ One P” концепциясына өзгертіледі.

Мәдениет ұйымдары өнімдерін айтарлықтай өзгерте алмайды: театрлар спектакальдар қояды, музейлер-көрме және экспозиция жасайды. Мәдениет мекемелері негізінен бюджеттік қаржыға өмір сүреді, сондықтанда олардың қызметінің құнын мемлекет реттейді. Сату орындарыда фиксировать етіледі, негізінен өнім тұтынушыларға емес, тұтынушы өнімге жіберіледі. Демек, басты маркетингтік ошаққа мәдениет саласында қозғалыс иемденеді. Бос уақыт нарығы, адамдар қалай оны пайдаланатынында және ол уақытты түрлі мекемелерде соның ішінде мәдениет ұйымдарында бәсекелестікке айналады. Мәдени ұсыныстар түрлі нарықтарға жөнелгендіктен, олардың негізгі стратегиялық бағыттарын еске түсірген жөн. Олардың ішінен:

-жаңа өнімнің жаңа нарықтарға қозғалысы

-үйреншікті өнімнің жаңа нарықтарға қозғалысы

-жаңа өнімнің күнделікті нарықтағы қозғалысы

-үйреншікті өнімнің үйреншікті нарыққа қозғалысы

Алғашқы үш бағыт мәдени өнімнің қозғалысында жаулап стратегиясында жүргізіледі. Төртінші бағыт, мәдени өнімнің қозғалысындағы стимулярлық бағыт.

Тәжірибелер, мәдениет саласындағы жұмысында төртінші бағытқа аз мән беріледі. Бәлкім, бар өнім сұранысқа ие болып тұрса, онда қосымша еңбектің керегі жоқ шығар. Бірақ, адамдарды “қызу жағдайда” ұстап тұрмаса, олар бәсекелес тауарлар шығаруы мүмкін. Осы жерде мәдениет саласының алдында коммерциялық адамдар тұр деп айтылады. Бұл жерде қымбат магазиндермен әсемдік салондары тұрақты. Олар PR мен рекламаның негізгі қозғаушы күші танып білумен ескерту жататындығын біледі. Мәдениет саласында ескерту механизмдері бар. Негізгі рөлдерді достар клубтары, волонтер клубтары және пресса клубтары ойнайды. Бірақ бұл ресурс Ресейде өте тиімсіз қолданылады. Тұрақты көрермен, келушілер, экскурсияға тапсырыс беруші адамдардың тізімдері жоқ. Виртуалдьды жұмыстар барынша дамымаған. Алдымен, өнімді ұсынбастан оның іште ұйымдасуын реттеп алу керек.

Соңғы топталып кететін нәрселердің бірі стратегиялық бағыттар:

-тауарлармен қызмет көрсетілердің қозғалысы

-ұйымдасу мен оның салаларының қозғалысы

Зерттеушілер бұрыннан ақ негізгі экономикадан брендтар мен символдар экономикасы көшкен фактыні зерттеген. Нарыққа көптеген ұқсас тауарлармен қызметтер шығарылады, сондықтан шешуші рөлді шығарушының имиджі атқарады. Сондықтан, имиджбен престиж ісі кез келген мәдениет мекемесінің маңызды бөлігіне айналады.Қатынас каналын “өндірушімен - тұтынушы” реклама орнықтырады.

**Бақылау сұрақтары:**

Реклама. Рекламаның мақсаты.

2. Рекламаның мәні, мазмұны мен функциялары.

3.Рекламаны пайдаланудың әдістері.

**Ұсынылатын әдебиеттер тізімі:**

1. Лорд Б., Лорд Г.Д. Менеджмент в музейном деле: Учебное пособие / Пер. с англ. Э. Н. Гусинского и Ю. И. Турчаниновой. Под ред. А. Б. Голубовского. – М., 2002.
2. Музеи. Маркетинг. Менеджмент: практическое пособие. – сост.В.Ю. Дукельский. – М., 2001.
3. Юренева Т.Ю. Музееведение. – М., 2006.
4. Шляхтина Э. Основы музееведения. – М., 2005.
5. Музеи в период перемен. – СПб.: Контрфорс, 1997.

**9 лекция. Музейдің экономикалық қызметі.**

**Мақсаты:** студенттерді музей мекемелеріндегі әлеуметтік-экономикалық тиімді жұмыстарментаныстыру.

**Түйін сөздер:** музей ісі, менеджмент, маркетинг, фандрейзент және т.б.

**Жоспары:**

1. Музейлер қызметінің тиімділігін шешудегі деңгейі.
2. Музей ісінің жалпы экономикалық тиімділігі.
3. Музейлік жиналым маркетинг объектісі.

Музейлік кадрлердің еңбегін бағалаудың ғылыми әдістерінің мәселелері, нәтижелерін анықтап және музейлік қызметтің сапасы. «Эффект» «Эффективтілік», «көрсеткіш» және «критерий» түсініктері.

Музейлер қызметінің тиімділігі, қойылған мақсаттарды шешудегі деңгейі. Музейлік процесстердің тиімділігінің негізгі түрлері: функционалдығы, экономикалық, әлеуметтік. Тиімді функционалдық (техникалық) және оның көрсеткіштері. Музейлік қызметтің нәтижелерін экономикалық тиімділік көрсеткіштерінің мәнімен салыстыру және оның жетістіктері. Музей ісінің жалпы экономикалық тиімділігі көрсеткіштерінің негізгі бағалауы. Музей жұмысының әлеуметтік-экономикалық тиімділігі музей функциясының мақсаттарының қорытындысына жетудегі жоспарлы тиімділіктің ресурстарын пайдалану. Музей ісінің тиімділік индексіндегі заманауи унификациясын қалыптастыру. Оның музей мекемесіндегі әлеуметтік-экономикалық тиімділігінің салыстырмалы бағасы мен анализін болашақта пайдалану.

**Бақылау сұрақтары:**

1. Музейлер қызметінің тиімділігін шешудегі деңгейі.
2. Музей ісінің жалпы экономикалық тиімділігі.
3. Музейлік жиналым маркетинг объектісі.

**Ұсынылатын әдебиеттер тізімі:**

1.Лорд Б., Лорд Г.Д. Менеджмент в музейном деле: Учебное пособие / Пер. с англ. Э. Н. Гусинского и Ю. И. Турчаниновой. Под ред. А. Б. Голубовского. – М., 2002.

2.Музеи. Маркетинг. Менеджмент: практическое пособие. – сост.В.Ю. Дукельский. – М., 2001.

3. Юренева Т.Ю. Музееведение. – М., 2006.

1. Шляхтина Э. Основы музееведения. – М., 2005.
2. Музеи в период перемен. – СПб.: Контрфорс, 1997.

**10 лекция. Музей басшы: басқарудағы рөлі, стиль түрі**

**Мақсаты:** студенттерді музей мекемелеріндегі әлеуметтік-экономикалық тиімді жұмыстарментаныстыру.

**Түйін сөздер:** музей ісі, менеджмент, маркетинг, фандрейзент және т.б.

**Жоспары:**

1. Музейлер қызметінің тиімділігін шешудегі деңгейі.
2. Музей ісінің жалпы экономикалық тиімділігі.
3. Музейлік жиналым маркетинг объектісі.

Музейлік кадрлердің еңбегін бағалаудың ғылыми әдістерінің мәселелері, нәтижелерін анықтап және музейлік қызметтің сапасы. «Эффект» «Эффективтілік», «көрсеткіш» және «критерий» түсініктері.

Музейлер қызметінің тиімділігі, қойылған мақсаттарды шешудегі деңгейі. Музейлік процесстердің тиімділігінің негізгі түрлері: функционалдығы, экономикалық, әлеуметтік. Тиімді функционалдық (техникалық) және оның көрсеткіштері. Музейлік қызметтің нәтижелерін экономикалық тиімділік көрсеткіштерінің мәнімен салыстыру және оның жетістіктері. Музей ісінің жалпы экономикалық тиімділігі көрсеткіштерінің негізгі бағалауы. Музей жұмысының әлеуметтік-экономикалық тиімділігі музей функциясының мақсаттарының қорытындысына жетудегі жоспарлы тиімділіктің ресурстарын пайдалану. Музей ісінің тиімділік индексіндегі заманауи унификациясын қалыптастыру. Оның музей мекемесіндегі әлеуметтік-экономикалық тиімділігінің салыстырмалы бағасы мен анализін болашақта пайдалану.

**Бақылау сұрақтары:**

1. Музейлер қызметінің тиімділігін шешудегі деңгейі.
2. Музей ісінің жалпы экономикалық тиімділігі.
3. Музейлік жиналым маркетинг объектісі.

**Ұсынылатын әдебиеттер тізімі**

1. Лорд Б., Лорд Г.Д. Менеджмент в музейном деле: Учебное пособие / Пер. с англ. Э. Н. Гусинского и Ю. И. Турчаниновой. Под ред. А. Б. Голубовского. – М., 2002.
2. Музеи. Маркетинг. Менеджмент: практическое пособие. – сост.В.Ю. Дукельский. – М., 2001.
3. Юренева Т.Ю. Музееведение. – М., 2006.
4. Шляхтина Э. Основы музееведения. – М., 2005.
5. Музеи в период перемен. – СПб.: Контрфорс, 1997.

**11 лекция. Музей жұмысындағы экономикалық көрсеткіштер**

**Мақсаты:** студенттерді музей мекемелеріндегі әлеуметтік-экономикалық тиімді жұмыстарментаныстыру.

**Түйін сөздер:** музей ісі, менеджмент, маркетинг, фандрейзент және т.б.

**Жоспары:**

1. Музейлер қызметінің тиімділігі және оны шешу
2. Музей ісі және экономикалық жағдайы
3. Музейлік - маркетинг объектісі.

**Дәріс сабағының мақсаты**: музейлік бірлестіктер және оның ерекшеліктері мәселелеріне түсінік беру.

Музейлік кадрлердің еңбегін бағалаудың ғылыми әдістерінің мәселелері, нәтижелерін анықтап және музейлік қызметтің сапасы. «Эффект» «Эффективтілік», «көрсеткіш» және «критерий» түсініктері.

Музейлер қызметінің тиімділігі, қойылған мақсаттарды шешудегі деңгейі. Музейлік процесстердің тиімділігінің негізгі түрлері: функционалдығы, экономикалық, әлеуметтік. Тиімді функционалдық (техникалық) және оның көрсеткіштері. Музейлік қызметтің нәтижелерін экономикалық тиімділік көрсеткіштерінің мәнімен салыстыру және оның жетістіктері. Музей ісінің жалпы экономикалық тиімділігі көрсеткіштерінің негізгі бағалауы. Музей жұмысының әлеуметтік-экономикалық тиімділігі музей функциясының мақсаттарының қорытындысына жетудегі жоспарлы тиімділіктің ресурстарын пайдалану. Музей ісінің тиімділік индексіндегі заманауи унификациясын қалыптастыру. Оның музей мекемесіндегі әлеуметтік-экономикалық тиімділігінің салыстырмалы бағасы мен анализін болашақта пайдалану.

**Бақылау сұрақтары:**

1. Музейлер қызметінің тиімділігін шешудегі деңгейі.
2. Музей ісінің жалпы экономикалық тиімділігі.
3. Музейлік жиналым маркетинг объектісі.

**Ұсынылатын әдебиеттер тізімі:**

1. Лорд Б., Лорд Г.Д. Менеджмент в музейном деле: Учебное пособие / Пер. с англ. Э. Н. Гусинского и Ю. И. Турчаниновой. Под ред. А. Б. Голубовского. – М., 2002.
2. Музеи. Маркетинг. Менеджмент: практическое пособие. – сост.В.Ю. Дукельский. – М., 2001.
3. Юренева Т.Ю. Музееведение. – М., 2006.
4. Шляхтина Э. Основы музееведения. – М., 2005.
5. Музеи в период перемен. – СПб.: Контрфорс, 1997.

**12 лекция. Музейлердің қаржыландыру негіздері.**

**Мақсаты:** студенттерді музей мекемелеріндегі әлеуметтік-экономикалық тиімді жұмыстарментаныстыру.

**Түйін сөздер:** музей ісі, менеджмент, маркетинг, фандрейзент және т.б.

**Жоспары:**

1. Музейлер қызметінің тиімділігін шешудегі деңгейі.
2. Музей ісінің жалпы экономикалық тиімділігі.
3. Музейлік жиналым маркетинг объектісі.

Музейлік кадрлердің еңбегін бағалаудың ғылыми әдістерінің мәселелері, нәтижелерін анықтап және музейлік қызметтің сапасы. «Эффект» «Эффективтілік», «көрсеткіш» және «критерий» түсініктері.

Музейлер қызметінің тиімділігі, қойылған мақсаттарды шешудегі деңгейі. Музейлік процесстердің тиімділігінің негізгі түрлері: функционалдығы, экономикалық, әлеуметтік. Тиімді функционалдық (техникалық) және оның көрсеткіштері. Музейлік қызметтің нәтижелерін экономикалық тиімділік көрсеткіштерінің мәнімен салыстыру және оның жетістіктері. Музей ісінің жалпы экономикалық тиімділігі көрсеткіштерінің негізгі бағалауы. Музей жұмысының әлеуметтік-экономикалық тиімділігі музей функциясының мақсаттарының қорытындысына жетудегі жоспарлы тиімділіктің ресурстарын пайдалану. Музей ісінің тиімділік индексіндегі заманауи унификациясын қалыптастыру. Оның музей мекемесіндегі әлеуметтік-экономикалық тиімділігінің салыстырмалы бағасы мен анализін болашақта пайдалану.

**Бақылау сұрақтары:**

1. Музейлер қызметінің тиімділігін шешудегі деңгейі.
2. Музей ісінің жалпы экономикалық тиімділігі.
3. Музейлік жиналым маркетинг объектісі.

**Ұсынылатын әдебиеттер тізімі:**

1. Лорд Б., Лорд Г.Д. Менеджмент в музейном деле: Учебное пособие / Пер. с англ. Э. Н. Гусинского и Ю. И. Турчаниновой. Под ред. А. Б. Голубовского. – М., 2002.
2. Музеи. Маркетинг. Менеджмент: практическое пособие. – сост.В.Ю. Дукельский. – М., 2001.
3. Юренева Т.Ю. Музееведение. – М., 2006.
4. Шляхтина Э. Основы музееведения. – М., 2005.
5. Музеи в период перемен. – СПб.: Контрфорс, 1997.

**№13 лекция. Музей маркетингінің сипаты мен маңызы**

**Мақсаты:** студенттерді музей мекемелеріндегі әлеуметтік-экономикалық тиімді жұмыстарментаныстыру.

**Түйін сөздер:** музей ісі, менеджмент, маркетинг, фандрейзент және т.б.

**Жоспары:**

1. Музейлер қызметінің тиімділігін шешудегі деңгейі.
2. Музей ісінің жалпы экономикалық тиімділігі.
3. Музейлік жиналым маркетинг объектісі.

Музейлік кадрлердің еңбегін бағалаудың ғылыми әдістерінің мәселелері, нәтижелерін анықтап және музейлік қызметтің сапасы. «Эффект» «Эффективтілік», «көрсеткіш» және «критерий» түсініктері.

Музейлер қызметінің тиімділігі, қойылған мақсаттарды шешудегі деңгейі. Музейлік процесстердің тиімділігінің негізгі түрлері: функционалдығы, экономикалық, әлеуметтік. Тиімді функционалдық (техникалық) және оның көрсеткіштері. Музейлік қызметтің нәтижелерін экономикалық тиімділік көрсеткіштерінің мәнімен салыстыру және оның жетістіктері. Музей ісінің жалпы экономикалық тиімділігі көрсеткіштерінің негізгі бағалауы. Музей жұмысының әлеуметтік-экономикалық тиімділігі музей функциясының мақсаттарының қорытындысына жетудегі жоспарлы тиімділіктің ресурстарын пайдалану. Музей ісінің тиімділік индексіндегі заманауи унификациясын қалыптастыру. Оның музей мекемесіндегі әлеуметтік-экономикалық тиімділігінің салыстырмалы бағасы мен анализін болашақта пайдалану.

**Бақылау сұрақтары:**

1**.**Музейлер қызметінің тиімділігін шешудегі деңгейі.

2.Музей ісінің жалпы экономикалық тиімділігі.

3.Музейлік жиналым маркетинг объектісі.

**Ұсынылатын әдебиеттер тізімі**

1.Лорд Б., Лорд Г.Д. Менеджмент в музейном деле: Учебное пособие / Пер. с англ. Э. Н. Гусинского и Ю. И. Турчаниновой. Под ред. А. Б. Голубовского. – М., 2002.

2.Музеи. Маркетинг. Менеджмент: практическое пособие. – сост.В.Ю. Дукельский. – М., 2001.

3.Юренева Т.Ю. Музееведение. – М., 2006.

4.Шляхтина Э. Основы музееведения. – М., 2005.

5.Музеи в период перемен. – СПб.: Контрфорс, 1997.

**№15 лекция.**

**Музей ісіндегі басқарудың жүйесі және музейлік интеграция.**

**Мақсаты:** студенттерді музей ісіндегі басқарудың жүйесі және музейлік интеграция жұмыстарментаныстыру.

**Түйін сөздер:** музей ісі, менеджмент, маркетинг, фандрейзент және т.б.

**Жоспары:**

Музейлер қызметінің тиімділігін шешудегі деңгейі.

Музей ісінің жалпы экономикалық тиімділігі.

Музейлік жиналым маркетинг объектісі.

Мемлекеттік басқару жүйесі: ерекшеліктері, ұйымы, басқару органдары. ҚР білім және ғылым министрлігінің міндеттері мен функциялары. Басқарудың функциялары және мәдениет бөлімдері. Ведомствалық басқару жүйесі.

Территориалды басқару: ерекшеліктері, ұйымы, құрылымы. Музей ісіндегі қоғамдық профессионалды құрылымдар, музейлік қоғамдар мен ассоциациялардың рөлі.

Интеграцияның мәні, оның құқықтық және ұйымдастыру негіздері. Интеграция дамуының негізгі бағыттары. Әр қилы ведомствалық музейлердің жұмысындағы координация мен кооперирование. Музейлердің методикалық зерттеу, көрме, ақпараттық жұмыстарымен өзара қатынасы.

**Бақылау сұрақтары:**

1**.**Музейлер қызметінің тиімділігін шешудегі деңгейі.

2.Музей ісінің жалпы экономикалық тиімділігі.

3.Музейлік жиналым маркетинг объектісі.

**Ұсынылатын әдебиеттер тізімі:**

1.Лорд Б., Лорд Г.Д. Менеджмент в музейном деле: Учебное пособие / Пер. с англ. Э. Н. Гусинского и Ю. И. Турчаниновой. Под ред. А. Б. Голубовского. – М., 2002.

2.Музеи. Маркетинг. Менеджмент: практическое пособие. – сост.В.Ю. Дукельский. – М., 2001.

3.Юренева Т.Ю. Музееведение. – М., 2006.

4.Шляхтина Э. Основы музееведения. – М., 2005.

5.Музеи в период перемен. – СПб.: Контрфорс, 1997.

**БЕРІЛЕТІН СЕМИНАР ТАҚЫРЫПТАРЫ**

1. Музей менеджментіндегі заманауи мәселелер
2. Ұжымды басқарудың негіздері
3. Профессионалды басқару және басшының сапасы
4. Музей қызметіндегі коммерциялық жоспарлаудың рөлі
5. Маркетингтік жоспарлауды құрудың принциптері
6. Коммерциялық емес мекемелердің маркетингі
7. Музейлік жарнама және оның ерекшеліктері
8. Музей қызметіндегі қаржылық-экономикалық мәселелер
9. Музей қызметіндегі бюджеттік емес және басқа кіріс әкелетін қызметтер
10. Музей жұмысының тиімділік мәселелері
11. Музейлік бірлестіктер және оның ерекшеліктері
12. Музей мекемесіндегі PR-технологиялар
13. Музей қызметіндегі қаржылық саладағы заманауи технологиялар
14. Музейдің интернетке енуі

**БЕРІЛЕТІН СӨЖ ТАҚЫРЫПТАРЫ**

1. Нақтылы музейдегі ПЭСТ және СВОД анализдері
2. Музей дүкенінің қызметі және ұйым
3. Фандрейзенттік компания (нақтылы музей негізінде)
4. Музейдің БАҚ пен қызметі
5. Заманауи музейлік практикадағы маркетингтік технологиялар
6. Реформа кезеңіндегі музей саясатын қалыптастыру
7. Музейді бюджеттік емес қаржыландыруды қамтамасыз ету
8. Музейді бренді және оның коммерциялизациясы
9. Музейді алға жылжытудың заманауи әдістері
10. Музейлік сервистің сапалық бағасы
11. Музей – туристік обьекті
12. Музейдегі мейрамдар және арнайы музейлік акциялар
13. Музейлік аудиториямен өзара қарым-қатынас

**ҰСЫНЫЛАТЫН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ**

**Негізгі:**

1. Лорд Б., Лорд Г.Д. Менеджмент в музейном деле: Учебное пособие / Пер. с англ. Э. Н. Гусинского и Ю. И. Турчаниновой. Под ред. А. Б. Голубовского. – М., 2002.
2. Музеи. Маркетинг. Менеджмент: практическое пособие. – сост.В.Ю. Дукельский. – М., 2001.
3. Юренева Т.Ю. Музееведение. – М., 2006.
4. Шляхтина Э. Основы музееведения. – М., 2005.
5. Музеи в период перемен. – СПб.: Контрфорс, 1997.

**Қосымша:**

1. Музей будущего: информационный менеджмент / АНОК «Музей будущего», Рос. институт культурологии и др. – М.: Прогресс-Традиция, 2001.
2. Болотников И.М., Тульчинский Г.Л. Менеджмент в сфере культуры. – учебное пособие. – СПбГУКИ, 2007. – 448 с.
3. Центральный государственный музей Республики Казахстан. - А., 2003.
4. Пономарев Б.Б. Несовершенный музей в несовершенном мире. – М., 2002.
5. Андреева И. Музейный бизнес и маркетинговые исследования // Art-менеджер. – М., 2003. – № 3.
6. Веревкин А.В. Сувенирная политика музея: Возможности и стратегия использования сувенира для повышения доходности учреждений культуры // Справочник руководителя учреждения культуры. – М., 2003. – № 7. – С. 68-78.
7. Вистингхаузен М. фон. Источники дохода для музеев // Экология культуры: Инф. бюллетень. – Архангельск, 2004. – № 3. – С. 53-57.
8. Ноль Я.Л. Информационные технологии в деятельности музея. – М.: Российский государственный гуманитарный университет, 2007.