

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Соціально-гуманітарний факультет

ЗАТВЕРДЖУЮ
Декан соціально-гуманітарного
факультету

Оксана ГОМОТЮК
« 31 »  2023 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ
В.о. проректора з науково-
педагогічної роботи
Віктор ОСТРОВЕРХОВ
« 31 » 
 2023 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ
Директор Навчально-наукового
інституту новітніх освітніх технологій
Святослав ПИТЕЛЬ
« 31 » 
 2023 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА

з дисципліни «Музейний менеджмент»


ступінь вищої освіти – бакалавр
галузь знань – 02 Культура та мистецтво
спеціальність – 028 Менеджмент соціокультурної
діяльності
освітньо-професійна програма – Менеджмент
соціокультурної діяльності

Кафедра інформаційної та соціокультурної діяльності

Форма навчання	Курс	Семестр	Лекції (год.)	Практ (год.)	ІРС (год.)	СРС (год.)	Тренінг, КПЗ	Іспит (семестр)	Разом
денна	3	6	42	28	4	66	10	6	150
заочна	3	6	8	4	–	138	–	6	150

Тернопіль – ЗУНУ

2023

31.08.2023


Робоча програма складена на основі освітньо-професійної програми підготовки бакалаврів галузі знань 02 Культура і мистецтво спеціальності 028 Менеджмент соціокультурної діяльності, затвердженої Вченою радою ЗУНУ (протокол № 9 від 26.05.2021 р.).

Робочу програму склав старший викладач кафедри інформаційної та соціокультурної діяльності Шергей Григорій Платонович

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри інформаційної та соціокультурної діяльності, протокол № 1 від 28.08.2023 р.

Завідуюча кафедри,
кандидат історичних наук, доцент



Ірина НЕДОШИТКО

Розглянуто та схвалено групою забезпечення спеціальності 028 Менеджмент соціокультурної діяльності, протокол № 1 від 30.08.2023 р.

Керівник групи
забезпечення спеціальності



Олена СТЕФАНІШИН

Голова ОПШ



Олена СТЕФАНІШИН

СТРУКТУРА РОБОЧОЇ ПРОГРАМИ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «Музейний менеджмент»

1. ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Дисципліна «Музейний менеджмент»	Галузь знань, спеціальність, СВО	Характеристика навчальної дисципліни
Кількість кредитів ECTS – 5	Галузь знань: 02 «Культура і мистецтво»	Обов'язкова дисципліна циклу професійної підготовки Мова навчання – українська
Кількість залікових модулів – 4	Спеціальність: 028 «Менеджмент соціокультурної діяльності»	Рік підготовки: <i>Денна – 1</i> <i>Заочна – 2</i> Семестр: <i>Денна – 2</i> <i>Заочна – 3-4</i>
Кількість змістових модулів – 2	Ступінь вищої освіти – перший (бакалаврський)	Лекції : <i>Денна – 30</i> <i>Заочна – 8</i> Практичні заняття: <i>Денна – 30</i> <i>Заочна – 4</i>
Загальна кількість годин – 150		Самостійна робота: <i>Денна – 78 год.</i> <i>Заочна – 138 год.</i> Тренінг, КПЗ: <i>Денна – 8 год.</i> Індивідуальна робота: <i>Денна – 4 год.</i>
Тижневих годин – 10 з них аудиторних – 4		Вид підсумкового контролю – іспит

2. Мета і завдання дисципліни «Музейний менеджмент»

2.1. Мета вивчення дисципліни

Життя сучасної людини постійно змінюється, наповнюється новим інформаційним змістом. Сьогодні в світовому суспільстві відбувається усвідомлення ролі інформації в розвитку суспільства в цілому та окремої особистості зокрема. Музейний менеджмент – суспільна наука, яка вивчає процеси збереження соціальної інформації, пізнання і передачі знань і емоцій за допомогою музейних експонатів, музейну справу, музей як суспільний інститут, його соціальні функції і форми їх реалізації в різних суспільно-економічних умовах.

Сучасна теорія розглядає музеєзнавство виходячи із загальних критеріїв, які застосовуються до наукових дисциплін наукознавством.

Виходячи із суспільних і освітніх функцій Музейний менеджмент, можна визначити основну *мету* її формування знань та умінь у студентів спеціальності «Менеджер соціокультурної діяльності»: формування у майбутніх управлінців системи глибоких знань з музеєзнавства для набуття усвідомлених національно-патріотичних якостей, духовно багатой особистості, як основи національної свідомості, складової культури людини та суспільства, показник державотворчого мислення.

2.2. Завдання вивчення дисципліни

Основні *завдання* вивчення дисципліни:

- 1) формування знань з дисципліни музейний менеджмент як цілісної системи суспільної науки, що вивчає процеси збереження соціальної інформації, пізнання і передачі знань і емоцій за допомогою музейних експонатів;
- 2) опанувати організаційними засадами управління в музейних установах;
- 3) встановити коло об'єктивних закономірностей, які відносяться до процесів накопичення і збереження соціальної інформації, пізнання і передачі знань, традицій, уявлень та емоцій під впливом музейних предметів, до процесів виникнення, розвитку і суспільного функціонування музею, музейної справи;
- 4) розуміння поліваріантності історичного моделювання суспільно-політичних процесів, формування принципів наукового мислення, основ дослідницької діяльності в музейних установах;
- 5) виховання у студентів національно-державного мислення та патріотизму через пізнання історичного минулого шляхом дослідження музейної справи;
- 6) удосконалення вмінь і навичок студентів висловлювати і аргументувати свою думку шляхом усних виступів, письмового викладу матеріалу, розв'язання тестових завдань.

2.3. Найменування компетентностей, формування котрих забезпечує вивчення дисципліни:

Компетентності:

ЗК8. Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми.

ЗК12. Здатність розробляти та управляти проектами.

СК5. Здатність аналізувати і структурувати організаційну, управлінську проблеми та знаходити конструктивні рішення.

СК6. Здатність планувати, управляти та контролювати виконання поставлених завдань та прийнятих рішень.

СК12. Здатність розробляти та впроваджувати сучасні форми забезпечення соціокультурного партнерства.

СК16. Здатність створювати соціокультурні послуги.

2.4. Результати навчання:

ПР1. Визначати базові професійні поняття та використовувати термінологічний апарат менеджера соціокультурної діяльності.

ПР3. Організувати професійний час.

ПР6. Класифікувати та знаходити інноваційні рішення для створення, реалізації і забезпечення соціокультурних потреб людини.

ПР8. Визначати соціокультурний потенціал різних стейкхолдерів культурного життя.

ПР9. Оцінювати сучасну соціокультурну ситуацію.

ПР10. Вивчати, узагальнювати та адаптовувати найкращий досвід соціокультурної розбудови.

ПР11. Виявляти, генерувати і впроваджувати креативні ідеї в професійну діяльність.

ПР17. Формувати професійні мережі, адвокації та лобіювати інтереси проєкта/сектора (галузі).

ІІІ. ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ

«Музейний менеджмент»

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1

Музейний менеджмент як сфера інноваційних технологій

ТЕМА 1.

Культура як сфера економічних відносин та галузь національного господарства.

Вступ. Предмет і завдання курсу. Огляд джерел і літератури. Понятійний апарат і термінологія. Історія музейної справи зі стародавніх часів до наших днів. Теоретичні концепції в галузі економіки культури та менеджменту соціокультурної діяльності. Система механізмів менеджменту соціокультурної діяльності.

ТЕМА 2.

Історія розвитку музейної справи в Україні

Класифікація музеїв за типами і профілями. Види музеїв. Музей як суспільний інститут. Класифікація музеїв за архітектурно-функціональним ансамблем. Видова різноманітність музейних установ. Періодизація розвитку музеїв світу. Зародження та розвиток музеїв в Україні. Класифікація музеїв України. Речові, письмові та інші джерела музеєзнавства. Класифікація музейних пам'яток. Особливості їх збирання. Поняття «музей». Класифікація музеїв відповідно його комплектаціям за формою власності, за категорією, за суспільним призначенням тощо.

ТЕМА 3.

Інновації у музейній діяльності

Фондова робота як основний напрям роботи музеїв. Облік та зберігання музейного фонду. Експозиційна діяльність. Комерційна музейна діяльність. Консервація і реставрація пам'яток історії і культури. Основні правила зберігання музейних експонатів. Фондосховище та його обладнання. Музейні меблі. Температурно-вологісний та світловий режими у музейному приміщенні. Завдання консервації та реставрації пам'яток історії та культури та природно-історичних колекцій.

ТЕМА 4.

Культурно-комерційні заходи музеїв.

Виставково-ділові заходи. Фандрайзингова діяльність. Нові інформаційні технології музейної справи. Музейна експозиція – сплав науки та мистецтва. Основні закони створення експозиції (закон концентрації, ізоляції, симетрії та ін.) Світло та колір в експозиції. Музейні паспарту. Поняття музейного поясу. Класифікація музейних предметів в експозиції.

ТЕМА 5.

Нові інформаційні технології музейної справи

Поява мас-медіа та Інтернету роль музею в суспільстві суттєво трансформувалася. В наші дні основні функції поширення культури, що належали музеєві раніше, перейшли до преси, телебачення, радіо, Інтернету. З іншого боку, експерти звертають увагу на зростання ролі музею і музейних мереж у справі глобальної "трансляції" культурної спадщини. Таку "трансляційну" функцію сучасні музейні установи світу набули із повсюдним запровадженням музейних технологій та новим етапом розвитку цивілізації, який З. Бжезінський назвав "відкрите інформаційне суспільство".

ТЕМА 6.

Менеджмент у музейних установах

Поняття та сутність музейного менеджменту. Проблемні завдання та шляхи впровадження музейного менеджменту. Значення музейного маркетингу. Організація ефективного музейного маркетингу. Особливості маркетингової стратегії музею. Методика побудови і проведення екскурсії. Музей та відвідувач. Форми масової роботи: лекції, бесіди, клуби за зацікавленням тощо.

ТЕМА 7.

Організація ефективного музейного маркетингу

Музейний маркетинг, як управлінська діяльність. Аналіз, планування, реалізація і контроль за виконанням програм, спрямованих на створення, підтримку і розширення вигідних відносин з цільовими групами споживачів для досягнення цілей музею. Що є "музейним продуктом", із яких виробничих і сервісних складових він формується у комплекс інтелектуальної та культурної спадщини, емоцій та гостьового сервісу, за який відвідувач платить гроші.

ТЕМА 8.

Налагодження PR-комунікацій між музеєм та суспільством

Суть та значення PR-технологій. Впровадження PR-компаній в музейних закладах. Організація взаємовигідної співпраці музеїв із туристичними фірмами. Міжнародні пакти та конвенції. Сучасне українське законодавство щодо пам'яток історії культури. Закон України «Про музеї та музейну справу». Управлінська діяльність, у якій керуючою ланкою виступає суб'єкт PR (джерело інформації), а керованою – громадськість, що спрямована на встановлення гармонійних відносин між організацією і громадськістю, від якої залежить успіх функціонування цієї організації. Процес PR-управління здійснюється за допомогою циркуляції інформації. По суті, PR – це технологія управління інформацією для досягнення суспільних цілей організації. Теоретичну основу PR-менеджменту становлять PR-концепції і моделі комунікації.

ТЕМА 9.

Міжнародні мережні організації

Міжнародна рада музеїв (ІКОМ), Мережа європейських музейних організацій (NEMO), Міжнародний центр вивчення консервації та реставрації культурної спадщини (ICCRUM), Європейський музейний форум, на ідеології мережного партнерства у менеджменті розвивають свою діяльність Агентство з міжнародного розвитку США (US AID), Європейська мережа Культурних центрів (ENCC), Асоціація бізнес-спонсорства в мистецтві (ABSA), Європейська мережа Інформаційних центрів Виконавських мистецтв (ENICPA), Cultural Co-operation, Art & Society та чимало інших європейських благодійних фондів і міжнародних організацій.

ТЕМА 10

Соціокультурна етика менеджера музейних установ

Взаємодія з громадськістю і збереження та представлення культурної спадщини. Співпраця з іншими установами та повага до інших осіб, прозорість. Музеї повинні бути прозорими в своїй діяльності, забезпечуючи доступ до інформації про свою діяльність та процеси збереження та представлення культурної спадщини. Участь спільнот, музеї повинні включати спільноти в процеси прийняття рішень та представлення культурної спадщини, забезпечуючи їхню участь та внесок. Соціальна відповідальність, розуміння важливості своєї ролі у суспільстві та вплив на нього. Принципи збереження та представлення культурної спадщини та сприяння розвитку взаємодії між музеями та громадськістю.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2

Проблеми та перспективи менеджменту музейних установ

ТЕМА 11.

Організаційно-адміністративний механізм менеджменту СКД

Музеї та екскурсійно-туристичний рух. Основні показники відвідуваності музеїв держав. Тенденції функціонування музейних установ. Заклади культури та мистецтв виступають ваговою складовою туристичної інфраструктури, мають значний вплив на формування туристичної привабливості регіонів країни. Екскурсійні послуги, які надаються музеями, є невід'ємною складовою комерційного туристичного продукту й глобальної індустрії туризму. Основні показники відвідуваності музеїв держави. Тенденції функціонування музейних установ.

ТЕМА 12.

Перспективи інтеграції українських музеїв у регіональні, національні та міжнародні музейні організації

Застосування принципу мережного партнерства в музейній діяльності.

Міжнародні мережні організації. Пріоритетні напрями та завдання розбудови національної музейної мережі. "social network" – мереж, мережного партнерства, мережного менеджменту. Мережні структури дають змогу розгортати глобальні проекти. За принципом управління, мережні структури – це децентралізовані системи, що будуються на основі проектно-програмного підходу до організації діяльності і формування партнерських стосунків між учасниками. Система партнерств дозволяє масштабувати глобальні проекти таким чином, що кожен учасник діяльності виконує розмірний його можливостям "фрагмент" проекту. Координація здійснюється за рахунок спільно вироблених пріоритетів, мети, концепції чи проектної ідеології, що задає загальний напрям процесів. Мережні структури відрізняються високим ступенем стійкості, ґрунтуються на системі розподілу ризиків. Перевага мережних організацій над ієрархічними структурами полягає в тому, що вони організовані за принципом пропорційно розподіленого ризику і не мають централізованої системи управління.

ТЕМА 13

Пріоритетні напрями та завдання розбудови національної музейної мережі.

Проведення фестивалів, виставок та конкурсів. Поліпшення умов функціонування, підвищення ступеня збереження пам'яток національної культурної спадщини. Залучення як іноземних, так і вітчизняних туристів та екскурсантів. Музейні заклади мають вплив на виховання підростаючого покоління, розвиток повноцінної особистості, формування національно-патріотичного світогляду, пізнання історично-культурного надбання української нації. Популяризація музейних цінностей, включення їх у мережу туристичних послуг. Створення у музеях розгалуженої сфери послуг для туристів та відвідувачів, відкриття сувенірних магазинів, виставкових галерей, антикварних магазинів. Пріоритетним напрямом розбудови національної музейної мережі є запровадження нових технологій в експозиційній діяльності (напр., рухома, анімована чи інтерактивна експозиція).

ТЕМА 14.

Організаційно-адміністративний механізм менеджменту СКД

Організаційно-адміністративний механізм менеджменту соціокультурної діяльності в музеях включає в себе ряд основних елементів, які забезпечують ефективне управління та розвиток соціокультурних програм та заходів. Стратегічний план, який визначає цілі та завдання соціокультурної діяльності, а також стратегії та методи для їх досягнення. Бюджетування та фінансування. Кадровий ресурс - команда менеджерів та спеціалістів, які відповідають за здійснення соціокультурних програм та заходів. Маркетингові та комунікаційні стратегії, які допомагають залучити громадськість до участі у соціокультурних програмах та заходах. Моніторинг та оцінка. Партнерство з іншими установами

ТЕМА 15.

Економічні механізми в менеджменті СКД. Фінансування культури

Державне фінансування через різні програми та ініціативи, такі як гранти, стипендії, субсидії, та інші форми підтримки. Приватне спонсорство та донорська підтримка. Національні та міжнародні фонди можуть надавати фінансову підтримку культурним програмам та заходам через гранти та інші форми підтримки. Використання комерційних ініціатив (продаж вхідних квитків, магазини музею, кафе, та інші форми генерації доходу). Розробка спеціальних проєктів (виставки, концерти, культурні заходи, які можуть привернути фінансову підтримку від спонсорів, донорів, та інших джерел).

ТЕМА 16.

Стратегічне планування в музеях. Проектний менеджмент.

Стратегічне планування в музеях цілі, завдання та стратегії розвитку музею. Основні етапи стратегічного планування в музеях. Аналіз внутрішнього середовища, а також можливості та загрози власного середовища. Аналіз зовнішнього середовища. Визначення стратегічних цілей та розробка стратегічних ініціатив, які допоможуть досягти визначених цілей. Розробка плану дій для реалізації своїх стратегічних ініціатив та досягнення визначених цілей. Моніторинг та оцінка виконання свого стратегічного плану, щоб забезпечити його відповідність стратегічним цілям та завданням.

ТЕМА 17.

Організація екскурсійної справи у музеях

Сутність та основні поняття екскурсійної діяльності. Класифікація екскурсій. Технологія розробки екскурсій. Технологічні основи проведення екскурсій. Класифікація екскурсій. Методика побудови та проведення екскурсій. Поняття «портфель екскурсовода». Вивчення інтересів відвідувачів. Популяризація музеїв.

ТЕМА 18.

Практика культурологічного туризму

Тема і структура екскурсій. Вибір теми залежить від потенційного попиту, конкретного замовлення або цілеспрямованого усвідомлення визначеної тематики екскурсій. Композиція екскурсій, послідовність і співвідношення структурних частин екскурсій: підтем основних питань, вступу та завершальної частини. Основна частина екскурсій містить передмову (введення у тему), зав'язку, розвиток (наростання) подій, кульмінацію та розв'язку.

ТЕМА 19.

Законодавство України про охорону і використання пам'яток історії і культури.

Міжнародні пакти та конвенції. Сучасне українське законодавство щодо пам'яток історії культури. Закон України «Про музеї та музейну справу».

ТЕМА 20.

Право інтелектуальної власності у музейній діяльності

Право інтелектуальної власності в музейних установах. Аспекти, які можуть бути об'єктом правової охорони. Авторське право - право захищає творчі роботи, такі як картини, скульптури, фотографії, аудіо- та відеозаписи, які можуть бути представлені в музеї. Товарні знаки. Право, що захищає логотипи, назви та інші ідентифікуючі знаки музею. Патенти - право захищає нові технології або винаходи, які можуть бути представлені в музеї. Торгові секрети. Право захищає конфіденційну інформацію, таку як інформація про виробництво або дизайн, яка може бути представлена в музеї. Право на власність над базами даних. Право на зібрану інформацію, таку як інформація про колекції музею, яка може бути представлена в музеї.

ТЕМА 21.

Пам'ятки і об'єкти музеєзнавства у Тернополі і Тернопільській області.

Пам'ятки історії культури Тернополя і Тернопільської області з найдавніших часів до нашого часу. Археологічні пам'ятки. Етнографічні пам'ятки, архітектури, декоративно-ужиткового мистецтва. Музейна мережа Тернополя та області. Тернопільське обласне товариство охорони пам'яток історії та культури та його завдання. Екскурсійні маршрути.

IV. СТРУКТУРА ЗАЛІКОВОГО КРЕДИТУ ДИСЦИПЛІНИ

«Музейний менеджмент»

4.1. Розподіл годин по модулях (денна форма навчання)

Тема	Кількість годин					Контрольні заходи
	Лекції	Практична робота	Тренінг, КПЗ	Самостійна робота	Індивідуаль на робота	
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1.						
Музеєзнавство як сфера інноваційних технологій						
ТЕМА 1. Культура як сфера економічних відносин та галузь національного господарства	2	2	-	3		Опитування, тестування, розв'язування проблемних завдань
ТЕМА 2. Історія розвитку музейної справи в Україні	2	2	-	3		Опитування, тестування, розв'язування проблемних завдань
ТЕМА 3 Інновації у музейній діяльності	2	2	2	3		Опитування, тестування, розв'язування проблемних завдань
ТЕМА 4. Культурні комерційні заходи музеїв	2	2	-	3		Опитування, тестування, розв'язування проблемних завдань
ТЕМА 5. Нові інформаційні технології музейної справи	2	2	-	3		Опитування, тестування, розв'язування проблемних завдань
ТЕМА 6. Менеджмент у музейних установах	2	2	-	3		Опитування, тестування, розв'язування проблемних завдань
ТЕМА 7. Організація ефективного музейного маркетингу	2	-	-	3		Опитування, тестування, розв'язування проблемних завдань

ТЕМА 7. Налагодження PR-комунікацій музеєм та суспільством	2	2	–	3	1	Опитування, тестування, розв'язування проблемних завдань
ТЕМА 9. Міжнародні мережні організації	2	-		3		Опитування, тестування, розв'язування проблемних завдань
ТЕМА 10 Соціокультурна етика менеджера музейних установ	2	2		3		МКР – 2 год
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2 Проблеми та перспективи менеджменту музейних установ						
ТЕМА 11. Організаційно-адміністративний механізм менеджменту СКД	2	2	-	3	1	Опитування, тестування, розв'язування проблемних завдань
ТЕМА 12. Перспективи інтеграції українських музеїв у регіональні, національні та міжнародні музейні організації	2	-	2	4	1	Опитування, тестування, розв'язування проблемних завдань
ТЕМА 13 Пріоритетні напрями та завдання розбудови національної музейної мережі	2	2	–	3		Опитування, тестування, розв'язування проблемних завдань
ТЕМА 14. Організаційно-адміністративний механізм менеджменту СКД	2	-	–	3		Опитування, тестування, розв'язування проблемних завдань

ТЕМА 15. Економічні механізми в менеджменті СКД. Фінансування культури	2	2	–	4		Опитування, тестування, розв'язування проблемних завдань
ТЕМА 16. Стратегічне планування в музеях. Проектний менеджмент.	2	-	–	3		Опитування, тестування, розв'язування проблемних завдань
ТЕМА 17. Організація екскурсійної справи у музеях	3	2	–	3		Опитування, тестування, розв'язування проблемних завдань
ТЕМА 18. Практика культурологічного туризму	2	-	4	4	1	Опитування, тестування, розв'язування проблемних завдань
ТЕМА 19. Законодавство України про охорону і використання пам'яток історії і культури	2	2		3		Опитування, тестування, розв'язування проблемних завдань
ТЕМА 20. Право інтелектуальної власності у музейній діяльності	2	-		3		Опитування, тестування, розв'язування проблемних завдань
ТЕМА 21. Пам'ятки і об'єкти музеєзнавства у Тернополі і Тернопільській області.	2	2	2	3		Контрольна робота – 2 год
ВСЬОГО	42	28	10	66	4	Іспит

СТРУКТУРА ЗАЛІКОВОГО КРЕДИТУ ДИСЦИПЛІНИ**«Музейний менеджмент»****4.2. Розподіл годин по модулях(заочна форма навчання)**

Тема	Кількість годин			
	Лекції	Практ. заняття	Індивід. робота	Сам ост. робота
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. Музеєзнавство як сфера інноваційних технологій				
ТЕМА 1. Культура як сфера економічних відносин та галузь національного господарства	2			9
ТЕМА 2. Історія розвитку музейної справи в Україні				9
ТЕМА 3 Організація ефективного музейного маркетингу		2		9
ТЕМА4. Культурні комерційні заходи музеїв				9
ТЕМА5. Нові інформаційні технології музейної справи	2			9
ТЕМА6. Менеджмент у музейних установах		2		9
ТЕМА7. Налагодження PR-комунікацій між музеєм та суспільством	2			9
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2 Проблеми та перспективи інтеграційних процесів музейних установ				
ТЕМА8. Проблеми та перспективи розвитку музейної мережі України				9
ТЕМА9. Організаційно-адміністративний механізм менеджменту СКД				9

ТЕМА10. Перспективи інтеграції українських музеїв у регіональні, національні та міжнародні музейні організації				9
ТЕМА 11. Пріоритетні напрями та завдання розбудови національної музейної мережі.				9
ТЕМА12. Організаційно-адміністративний механізм менеджменту СКД				9
ТЕМА 13. Економічні механізми в менеджменті СКД. Фінансування культури				10
ТЕМА 14. Законодавство України про охорону і використання пам'яток історії і культури.	2			10
ТЕМА 15. Право інтелектуальної власності у музейній діяльності.				10
ВСЬОГО	8	4		138

V. ТЕМАТИКА ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

Практичне заняття № 1

Тема: Культура як сфера економічних відносин та галузь національного господарства (2 год.)

План

- 1. Музейні установи в системі освіти і культури;*
- 2. Музеєзнавство як наукова дисципліна;*
- 3. Об'єкт, предмет та структура наукової дисципліни.*

Практичне заняття № 2

План

Тема: Об'єкт і джерела історичного музеєзнавства. Класифікація музеїв за типом і профілем(2 год.)

- 1. Періодизація розвитку музеїв світу;*
- 2. Зародження та розвиток музеїв в Україні;*

Практичне заняття № 3

Тема: Інновації у музейній діяльності (2 год.)

- 1. Фондова робота як основний напрям роботи музеїв;*
- 2. Облік та зберігання музейного фонду;*
- 3. Експозиційна діяльність;*
- 4. Комерційна музейна діяльність.*

Практичне заняття № 4

Тема: Культурно-комерційні заходи музеїв (2 год.)

План

- 1. Фондова робота як основний напрям роботи музеїв;*
- 2. Облік та зберігання музейного фонду;*
- 3. Експозиційна діяльність;*
- 4. Комерційна музейна діяльність.*

Практичне заняття № 5

Тема: Нові інформаційні технології музейної справи (2 год.)

План

- 1. Виставково-ділові заходи;*
- 2. Фандрайзингова діяльність;*
- 3. Нові інформаційні технології музейної справи.*

Практичне заняття № 6

Тема: Суть та завдання музейного менеджменту(2 год.)

План

- 1. Поняття та сутність музейного менеджменту;*
- 2. Проблемні завдання та шляхи впровадження музейного менеджменту;*
- 3. Значення музейного маркетингу;*
- 4. Організація ефективного музейного маркетингу;*

5. *Особливості маркетингової стратегії музею;*

Практичне заняття № 7

**Тема: Налагодження PR-комунікацій між музеєм та суспільством
(2 год.)**

План

1. *Суть та значення PR-технологій;*
2. *Впровадження PR-компаній в музейних закладах;*
3. *Організація взаємовигідної співпраці музеїв із туристичними фірмами.*

Практичне заняття № 8

Тема: Організація ефективного музейного маркетингу (2 год.)

План

1. *Застосування принципу мережного партнерства в музейній діяльності;*
2. *Міжнародні мережні організації;*
3. *Пріоритетні напрями та завдання розбудови національної музейної мережі.*

Практичне заняття № 9

**Тема: Організаційно-адміністративний механізм менеджменту СКД
(2 год.)**

План

1. *Музеї та екскурсійно-туристичний рух;*
2. *Основні показники відвідуваності музеїв держави;*
3. *Тенденції функціонування музейних установ.*

Практичне заняття № 10

Тема: Організаційно-адміністративний механізм менеджменту СКД (2 год.)

План

1. *Музейна спадщина Автономної Республіки Крим;*
2. *Одеса – музейна столиця Півдня України;*
3. *Унікальні музейні колекції Слобожанщини;*
4. *Найбагатші музеї Середнього Подніпров'я.*

Практичне заняття № 11

**Тема: Економічні механізми в менеджменті СКД.
Фінансування культури (2 год.)**

План

1. *Поняття та сутність музейного менеджменту;*
2. *Проблемні завдання та шляхи впровадження музейного менеджменту;*
3. *Значення музейного маркетингу;*
4. *Організація ефективного музейного маркетингу;*
5. *Особливості маркетингової стратегії музею;*

Практичне заняття № 12

Тема: Стратегічне планування в музеях. Проектний менеджмент (2 год.)

План

- 1. Суть та значення PR-технологій;*
- 2. Впровадження PR-компаній в музейних закладах;*
- 3. Організація взаємовигідної співпраці музеїв із туристичними фірмами.*

Практичне заняття № 13

Тема: Організація екскурсійної справи у музеях (2 год.)

План

- 1. Застосування принципу мережного партнерства в музейній діяльності;*
- 2. Міжнародні мережні організації;*
- 3. Пріоритетні напрями та завдання розбудови національно і музейної мережі.*

Практичне заняття № 14

Тема: Практика культурологічного туризму (2 год.)

План

- 1. Поняття та сутність музейного менеджменту;*
- 2. Проблемні завдання та шляхи впровадження музейного менеджменту;*
- 3. Значення музейного маркетингу;*
- 4. Організація ефективного музейного маркетингу;*
- 5. Особливості маркетингової стратегії музею;*

VI. ТЕМАТИКА САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ

Методичні поради до організації самостійної роботи студента

Самостійна робота є основним засобом засвоєння студентами навчального матеріалу в поза аудиторний час без участі викладача. Обсяг і зміст самостійної роботи визначається робочою програмою та робочим планом в межах встановленого обсягу годин із навчальної дисципліни, методичними вказівками викладача.

Самостійна робота студента забезпечується системою навчально-тематичних засобів: конспектами лекцій викладача, підручниками, навчальними та методичними посібниками, монографічною літературою і періодикою, а також засобами самоконтролю (тестами, типовим пакетом контрольних завдань).

Начальний матеріал, передбачений навчальним планом для засвоєння студентом в процесі самостійної роботи, виноситься на підсумковий контроль поряд з навчальним матеріалом, який опрацьовувався при проведенні навчальних занять.

Викладач проводить діагностику якості самостійної роботи студента на індивідуальних заняттях. Вони проводяться в поза аудиторний час за окремим графіком, складеним кафедрою.

Самостійна робота студента проводиться за такими напрямками:

1. підготовка до практичних (семінарських) занять:
 - вивчення лекційного матеріалу;
 - вивчення теми за підручниками і посібниками;
 - опрацювання рекомендованої монографічної літератури та періодики, передбаченої списком літератури;
 - опрацювання завдань до практичних занять.
2. Опрацювання програмних питань, що не розглядаються на навчальних заняттях і виносяться на самостійне опрацювання.
3. Ведення конспекту;
4. Підготовка до написання модульних контрольних робіт;
5. Підготовка до заліку.

Питання, що виносяться на самостійне опрацювання

1. Методологічна основа та джерела для вивчення музеєзнавства.
2. Історія становлення музеєзнавства.
3. Понятійний апарат музеєзнавства
4. Концептуальні засади визначення цінності музейних експонатів, проведення експертизи цінності, підготовки переліків музейних експонатів із зазначенням термінів зберігання.
5. Документування та документальне забезпечення музеєзнавчої діяльності.
6. Музеї Австрії.
7. Музеї Польщі.
8. Музеї Угорщини.
9. Музеї Єгипту.
10. Музеї Південної Америки (Аргентини, Бразилії, Перу).
11. Музеї Китаю та Японії.

VII. ТРЕНІНГ ТА КОМПЛЕКСНЕ ПРАКТИЧНЕ ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ

КОМПЛЕКСНЕ ПРАКТИЧНЕ ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ

Індивідуальні завдання з дисципліни «Музейний менеджмент» є видом поза аудиторної роботи студентів і виконується ними самостійно в процесі вивчення програмного матеріалу.

Метою КПЗ є оволодіння навичками самостійного вивчення програмного матеріалу, систематизація, узагальнення, закріплення та практичне застосування знань із навчального курсу, стимулювання творчості студентів і закладання підвалин для їх подальшої науково-дослідної роботи.

Індивідуальні завдання виконує кожен студент шляхом підготовки реферату згідно із рекомендованим переліком тем. Реферат – це завершена теоретична робота з конкретної проблематики (теми) в межах навчальної програми курсу. Обсяг реферату – 10 – 12 сторінок (формат А – 4). Індивідуальна робота виконується студентом самостійно при консультуванні викладачем. При виконанні й оформленні КПЗ оформляється за стандартним зразком і подається викладачу за два тижні до екзамену. Можливий захист індивідуального завдання шляхом усного звіту студента.

Методичні вказівки щодо оформлення та написання реферату КПЗ

Перед написанням реферату з конкретної тематики курсу необхідно опрацювати наукову літературу, осмислити прочитане і викласти думки на папір.

Обсяг реферату: 10–12 сторінок (формат А – 4)

Структура реферату та особливості викладу матеріалу

Вступ. Цей компонент не потребує цитувань (хоч вони допускаються), великої кількості абстрактних розмірковувань і великого обсягу.

Обов'язково виділити предмет опису, обґрунтувати тему, яка висвітлюється в рефераті, вказавши на персоналії, які працювали над даним питанням, і назвати їхні праці. Це треба робити чітко й логічно, щоб обсяг вступу не перевищував 15 відсотків від обсягу роботи (1 сторінка).

Основна частина. Тут немає особливих регламентацій. Головне, щоб реферат був написаний самостійно. Матеріал, який викладається, необхідно обґрунтовно реферувати. Коли є аргументи і контраргументи, можна вступати в полеміку. Використовувати цитати як для підтвердження, так і для спростування. Цитований матеріал в основній частині, незалежно від форми цитування – дослівного (в лапках), світоглядно-змістового (своїми словами зі зазначенням авторства матеріалу, який використовується), не повинен перевершувати 30 відсотків реферату.

Загальний обсяг основної частини становить 7 – 8 сторінок.

Висновки. Це – підсумок реферату. Тобто чіткість, точність, локанічність. Жодних цитат, тільки узагальнення, резюмування основних питань і проблем теми, визначення можливостей їх використання у практичній діяльності. Конкретні висновки можна нумерувати.

Список використаної літератури. Укладається за алфавітним порядком мовою оригіналу зі всіма вихідними даними.

Додатки. Зразки документів, графічні схеми тощо. Кожен додаток повинен починатися з нової сторінки.

Додаток повинен мати заголовок, надрукований угорі малими літерами з першої великої симетричної до сторінки (посередині).

Реферат повинен бути набраний на комп'ютері та надрукований на принтері.

Параметри: версія WORD, шрифт – 14 кегель, у рядку 60 – 65 знаків. Сторінки повинні мати відповідні поля та нумерацію: зліва 30 мм; справа – 10 мм; зверху та знизу – 20 мм.

Виконання КПЗ є обов'язковим складовим модулем залікового кредиту з курсу, компонентом підсумкової та екзаменаційної (залікової) оцінки.

Тематика КПЗ З курсу «Музейний менеджмент»

1. Методологічна основа та джерела для вивчення музеєзнавства.
2. Історія становлення музеєзнавства.
3. Понятійний апарат музеєзнавства
4. Концептуальні засади визначення цінності музейних експонатів, проведення експертизи цінності, підготовки переліків музейних експонатів із зазначенням термінів зберігання.
5. Документування та документальне забезпечення музеєзнавчої діяльності.
6. Музеї Австрії.
7. Музеї Польщі.
8. Музеї Угорщини.
9. Музеї Єгипту.
10. Музеї Південної Америки (Аргентини, Бразилії, Перу).
11. Музеї Китаю та Японії.

ОРГАНІЗАЦІЯ І ПРОВЕДЕННЯ ТРЕНІНГУ

№ з/п	Тематика
1	Стратегічне планування в музеях. Проектний менеджмент
2	Управління персоналом музею. Мотивація, інформація, контроль в музейних установах.

Тренінг з навчальної дисципліни «Музейний менеджмент» передбачає вироблення у студентів навичок ділових комунікацій при переговорах з партнерами музейних установ чи прийнятті рішень всередині реалізації проекту. Для цього зі студентами проводяться ділові ігри. «Аукціон цінностей» ділова гра, що має на меті сформуванню уявлення про систему взаємодії між партнерами у соціокультурному просторі, «Відправлення у відрядження» - координація зусиль на подолання інформаційного вакууму, що є типовим явищем у пострадянському просторі серед музейних установ. «Золоті горіхи» - організація ПР-заходів, спрямованих на формування сприятливих взаємовідносин з різними суспільними групами (внутрішня і зовнішня громадськість, представниками органів державної влади та управління, соціокультурними установами тощо).

VIII. ЗАСОБИ ОЦІНЮВАННЯ ТА МЕТОДИ ДЕМОНСТРУВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Процес активізації навчання вимагає певної спільної діяльності студента і викладача, застосування різноманітних засобів, форм, системи дій, прийомів, спрямованих на виконання навчальних завдань.

Під час викладання навчальної дисципліни для активізації навчально-пізнавальної діяльності студентів передбачене застосування як активних, так й інтерактивних навчальних технологій, серед яких: робота в малих групах, кейс-метод, презентації, ознайомлювальні (початкові) ігри, дебати, диспути, дискусії, студентські проекти, а також практичні та індивідуальні заняття, консультації, бесіди, тестування, робота з літературою, реферування, самостійна робота, виконання КППЗ. У навчальному процесі передбачається використання новітніх комп'ютерних технологій.

У процесі вивчення дисципліни «Музейний менеджмент» використовуються такі засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання:

- поточне опитування – робота на заняттях (відвідуваність; презентаційні виступи на практичних заняттях, участь у дебатах) та тестування;
- залікове модульне тестування та опитування;
- реферати, есе;
- презентації результатів виконаних завдань;
- оцінювання результатів КППЗ;
- проміжний контроль – самостійна робота;
- ректорська контрольна робота;
- інші види індивідуальних та групових завдань.

Види роботи студента:

1. Робота на практичних заняттях

- участь в обговоренні питань;
- презентаційні виступи на заняттях;
- застосування кейс-методу;
- активна участь у ділових іграх, дебатах;
- розв'язання тестових завдань.

2. Самостійна робота:

- робота з джерелами;
- презентація результатів;
- виконання студентського проекту (КППЗ).

3. Контрольні зрізи (написання модульної роботи).

ІХ. МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

У процесі вивчення дисципліни «Музейний менеджмент» використовуються наступні методи оцінювання навчальної роботи студента за 100 бальною шкалою:

- поточне тестування та опитування;
- виконання ректорської контрольної роботи;
- підсумкове тестування по кожному змістовому модулю;
- оцінювання виконання КПІЗ;
- письмовий іспит.

Підсумковий бал за 100-бальною шкалою з дисципліни визначається як середньозважена величина залежно від питомої ваги кожної складової залікового кредиту.

Х. КРИТЕРІЇ, ФОРМИ ПОТОЧНОГО ТА ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ

Підсумковий бал (за 100-бальною шкалою) з дисципліни «Музейний менеджмент» визначається як середньозважена величина, залежно від питомої ваги кожної складової залікового кредиту:

Заліковий модуль 1	Заліковий модуль 2	Заліковий модуль 3 (КПІЗ)	Екзамен (за окремим розкладом)
20%	20%	20%	40%
Усне опитування під час занять – 10 балів за тему – макс. 70 балів Модульна контрольна робота, тестування – макс. 30 балів	Усне опитування під час занять (8 тем) 10 балів за тему – макс. 80 балів Модульна контрольна робота, тестування з 1 до 15 теми – макс. 20 балів	Підготовка КПІЗ – макс. 40 балів. Захист КПІЗ – макс. 40 балів. Участь у тренінгах – макс. 20 балів	Тестові завдання (25 тестів по 2,5 бали за тест) – макс. 50 балів Пит. 1 – макс. 25 балів Пит. 2 – макс. 25 балів

Шкала оцінювання:

За шкалою Університету	За національною шкалою	За шкалою ECTS
90–100	Відмінно	A (відмінно)
85–89	Добре	B (дуже добре)
75–84		C (добре)
65–74	Задовільно	D (задовільно)
60–64		E (достатньо)
35–59	Незадовільно	FX (незадовільно з можливістю повторного складання)

1–34		F (незадовільно з обов'язковим повторним курсом)
------	--	--

XI. ІНСТРУМЕНТИ ТА ОБЛАДНАННЯ

№ з/п	Найменування
1.	Мультимедійний проєктор
2.	Проекційний екран
3.	Наявність доступу до мережі Інтернет (за необхідності)
4.	Ноутбук
5.	Комунікаційне програмне забезпечення (Zoom) для проведення занять у режимі он-лайн (за необхідності)
6.	Комунікаційна навчальна платформа (Moodle) для організації дистанційного навчання (за необхідності)
7.	Інструменти Microsoft Office (PowerPoint і т.ін.)

11. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

1. Закон України про культуру URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2778-17>
2. Закон України про музеї та музейну справу. URL: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/249/95-вр>
3. Довідник кваліфікаційних характеристик професій працівників. Випуск 81. Культура і мистецтво. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/view/MUS3690?an=541>
4. Закон України про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо запровадження контрактної форми роботи у сфері культури та конкурсної процедури призначення керівників державних та комунальних закладів культури URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/955-19>
5. Наказ про затвердження Змін до Положення про проведення атестації працівників підприємств, установ, організацій та закладів галузі культури URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0886-10>
6. Постанова про затвердження переліку платних послуг, які можуть надаватися державними і комунальними закладами культури URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1271-2011-%D0%BF>
7. Наказ про затвердження Порядку визначення вартості та надання платних послуг закладами культури, заснованими на державній та комунальній формі власності URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1590-15>

1. Аналіз поточної ситуації в сфері фінансового забезпечення культури в Україні // Центр культурного менеджменту, Львів. URL: <http://cufer.net/sluhanya.html>
2. . Белікова М. В. Музейний менеджмент в Україні та світі: проблеми та перспективи. *Економіка. Управління. Інновації*. 2018. № 2. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2013_2_8
3. Буланій І. Т., Явтушенко І. Г. Громадські музеї України. Історія, досвід, проблеми. Київ: Наукова думка, 2013.
4. Буравченков А. А. Культура і туризм: взаємодія і збагачення. Київ: Українська культура, 2019.
5. Байдахер Фрідріх. Загальна музеологія / За ред. Зеновія Мазурика; Пер. з нім. Х. Назаркевич, О. Лянг, В. Лозинського. Київ: Літопис, 2015.
6. Василенко А. О. Літопис історії становлення і розвитку народних музеїв України. Київ: Наукова думка, 2019.
7. Власюк Г. М., Зосимович О. Ю., Хададова М. В. Музеезнавство та архівна справа: Навч.-метод, посіб. Житомир: ЖДПУ імені Івана Франка, 2016.
8. Горішевський П., Ковалів М., Мельник В., Оришко С. Основи музеєзнавства, маркетингу та рекламно-інформаційної діяльності музеїв: Навч. посіб. / Івано-Франківськ: Плай, 2005.
9. . Кияниця Є. О. Перспективи використання технологій публік рілейшнз у соціально-культурній сфері України. *Вісн. Книжк. палати*. 2019. № 9. С. 45–48. URL: <http://elibrary.kubg.edu.ua/4535/>
10. Крупка А. Я. Напрями модернізації системи фінансового забезпечення

- закладів культури і мистецтва. *Науковий вісник НЛТУ України*. Львів, 2020. Вип. 24.8. С. 396-404. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvnlту_2014_24.
11. Кучин С. П. Економічні проблеми розвитку музейної справи в Україні. *Інноваційна економіка*. 2021. № 1. С. 264–267. URL: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/inek/2012_1/264.pdf
 12. Лорд Б., Лорд Г. Д. Менеджмент у музейній справі. Київ, 2012.
 13. Музеї України: Довідник / Міністерство культури і мистецтв України. Київ: Задруга, 2020.
 14. Музейна справа та музейна політика в Україні ХХ століття. Київ: Златограф, 2014.
 15. Науменко П. П., Грибанова С. В., Дорошенко О. П. Основні тематичні напрями національної системи туристично-екскурсійних маршрутів "Намісто Славутича": Навч.-метод. посіб. / Київ: Ін-т туризму ФП України, 2021.
 16. Петранівський В. Л., Рутинський М. Й. Туристичне краєзнавство: Навч. посіб. / За ред. проф. Ф. Д. Заставного. Київ: Знання, 2006.
 17. Промузеї та музейну справу: ЗУ від 29 червня 1995 р. *Відомості ВР України*. 1995. № 25. Ст. 191
 18. Попова Л. М. До деяких проблем музейного менеджменту, маркетингу, зв'язків з громадськістю (PR) в МНАПУ. *Музеї України*. 2018. № 3/4. С. 6–9.
 19. Рутинський М. И. Географія туризму України: Навч.-метод. посіб.: 2-ге вид., доп. Київ: Центр навчальної літератури, 2004.
 20. Рутинський М. Й., Зінко Ю. В. Сільський туризм: Навч. посіб. Київ: Знання, 2006.
 21. Рутинський М. И. Міжнародний туризм: Навч. посіб. Київ: Знання, 2007.
 22. Рутинський М. И., Стецюк О. В. Туристичний комплекс Карпатського регіону України: Монографія. Київ: Знання, 2007.
 23. Служба Англійської Спадщини. *Museum*. 1992. № 173/174.
 24. Стецюк О. В. Розвиток мережі музейних закладів у системі туристичної інфраструктури Карпатського регіону. *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету (Географія)*. Тернопіль, 2016. № 1.
 25. Федорченко В. К., Костюкова О. М., Дьорова Т. А. та ін. Історія екскурсійної справи в Україні: Навч. посіб. Київ: Кондор, 2014.
 26. Bennett T. *The Birth of the Museum: History, Theory, Politics*. London: Routledge, 1995.
 27. French Y. *The Handbook of Public Relations for Museum, Galleries, Historic Houses, the Visual Arts and Heritage Attractions*. New York: Museum Developmebt Co., 1991.
 28. Harrison R. *Manual of Heritage Management*. Oxford: Butterworth-Heinemann, 1994.
 29. *Heritage Interpretation Management: Audience Characteristics, Evaluation and Impact* Eds. by Carter J., Goodey B., Binks G. New York: John Wiley & Sons, Inc, 1997.
 30. Johnson P., Thomas B. *Tourism, Museum and the Local Economy*. New York:

- Edward Elgar, 1992.
31. Kirshenblatt-Gimblett B. *Destination Culture: Tourism, Museums, and Heritage*. Berkeley, California: University of California, 1998.
 32. *Memorandum of Understanding. Multimedia Access to Europe's Heritage. Recommendations and Guidelines*. European Commission. 1998.
 33. *Partners in Tourism: Culture and Commerce* / Ed. by Garfield D. Washington, DC: American Association of Museums, 1997.
 34. Poluga J., Rutynski M., Zinko J. *Zasoby turystyczne Ukrainy Zachodniej. Potencjal turystyczny Ukrainy Zachodniej* / Projekt PAUCI nr 00-0195-056 *Potencjal turystyczny Ukrainy Zachodniej: Kierunki i mozliwosci inwestowania w sektorze turystyki w swietle polskich doswiadczen* / R. Szczecinski, J. Zinko, R. Lozynski i dr. Warszawa: Instytut Turystyki, 2005.
 35. Prentice R. *Tourism and Heritage Attractions*. London: Routledge, 1993.
 36. Swarbrooke J. *The development and Management of Visitor Attractions*. Oxford: Butterworth-Heinemann, 1995.
 37. *The New Museology* / Ed. by Vergo P. London: reaction Books, 1989.
 38. Yale P. *From Tourist Attractions to Heritage Tourism*. N. Y.: Elm Publications, 1991.