

Харківська державна академія культури

Кафедра Музеєзнавства і пам'яткознавства

“ЗАТВЕРДЖУЮ”
Проректор з
навчальної роботи

“ _____ ” _____ 2016 року

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Новітні технології музейної справи
(шифр і назва навчальної дисципліни)

напрямок підготовки 02 Культура і мистецтво
(шифр і назва напрямку підготовки)

спеціальність 027 Музеєзнавство і пам'яткознавство

факультет культурології

Харків, 2016 рік

Програма: **Новітні технології музейної справи**

(назва навчальної дисципліни)

для студентів за напрямом підготовки **02 Культура і мистецтво**
за спеціальністю **027 Музеєзнавство і пам'яткознавство**

„___” _____, 2016 року ___ с.

Розробник: Щербань О.В., докторант ХДАК, старший викладач кафедри історії України та всесвітньої історії, кандидат історичних наук

Програма затверджена на засіданні кафедри **Музеєзнавства і пам'яткознавства**

Протокол від. “___” _____ 2016 року № ___

Завідувач кафедри проф. С.В.
(прізвище та ініціали)

(підпис)

“___” _____ 2016 року

Схвалено методичною комісією вищого навчального закладу за напрямом
для студентів за напрямом підготовки **02 Культура і мистецтво**
за спеціальністю **027 - Музеєзнавство і пам'яткознавство**
(шифр, назва)

Протокол від. “___” _____ 2016 року № ___

“___” _____ 20__ року Голова _____
(_____)

(підпис)

(прізвище та ініціали)

Опис початкової дисципліни
Новітні технології музейної справи
 назва дисципліни

Загальні характеристики дисципліни	Навчальне навантаження з дисципліни		Методи навчання і форми контролю
Галузь знань: 02Культура і мистецтво	Кількість кредитів – 9 ЄКТС		Методи навчання: Лекції із застосуванням фото-відеопрезентацій. Інтерактивні заняття. Семінарські заняття.
Спеціальність: 027 - Музеєзнавство і пам'ятокознавство	Загальна кількість годин – 38 год		
	<u>Денна</u>	Заочна	
	Лекції		
Освітній рівень: магістр	34		Форми поточного контролю: Тестування, модульні контрольні роботи, колоквиум, залік 2
Статус дисципліни: обов'язкова дисципліна професійної та практичної підготовки	Семінарські заняття:		
Рік вивчення дисципліни за навчальним планом: I, II			
Семестр: II, III	Практичні заняття:		
Тижневе навантаження (год.) - аудиторне: 2 - самостійна робота:	2		Форма підсумкового контролю: Залік у II семестрі (усний) Екзамен у III семестрі (письмовий)
Мова навчання– українська	Самостійна робота		
Передумови навчання: організація музейно-заповідної мережі, економіка та організація діяльності музеїв менеджмент	Співвідношення аудиторних годин і годин СРС:		

1. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою викладання навчальної дисципліни «Новітні технології музейної справи» є комплексне узагальнення студентами теорії музейної справи, ознайомлення із сучасними новітніми технологіями музейної справи, застосування набутих знань на практиці під час написання музейних проєктів, створення власного музею.

Основними завданнями вивчення дисципліни «Новітні технології музейної справи» є:

охарактеризувати основні актуальні поняття культурного менеджменту й культурної політики в рамках роботи над проектами та довгострокового стратегічного планування;

ознайомити студентів із сучасними підходами до розвитку сучасних стратегій у сфері розвитку культури, музейної справи зокрема;

дати оцінку особливостям роботи над музейними проектами в Україні і світі;

проаналізувати зарубіжні та українські проекти;

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні:

знати:

нормативні документи, що регламентують усі аспекти діяльності музеїв;

вільно володіти понятійно-термінологічним апаратом.

застосовувати знання з проектного підходу в музейній справі

вміти:

самостійно розробити власний проект й презентувати їх для представників влади, бізнесу та ЗМІ.

Міждисциплінарні зв'язки з суспільними та гуманітарними науками:

культурологією, пам'яткознавством, музеєзнавством, культурний менеджмент.

Програма навчальної дисципліни складається з таких змістових модулів:

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. Сучасні музейні технології

Т.1. Нові інформаційні технології музейної справи.

Потенціал культури як вираження нових тенденцій. Концепція «креативний музей». Інфраструктура креативного музею. Віднаходження й розробка проектних ідей. Фіксація концептуального плану розвитку.

Т.2. Новітні вимоги до підготовки музейників.

Проектна команда. Музейники-культурні менеджери. Музейники – культурні гравці й активісти.

Т.3. Міжмузейні комунікації.

Розвиток аудиторії. Культурні мапи.

Т.4 Організація ефективного музейного менеджменту.

Музейний менеджмент. Поняття “менеджменту”. Методи управління і його функції. Планування в музеї. Принципи комунікативної діяльності

менеджерів. Прийняття рішення і їх реалізація. Категорії рішень: інтуїтивні, засновані на судженнях і раціональні. Процес прийняття раціональних рішень і його складові: діагноз проблеми, визначення обмежень та критеріїв для прийняття рішення, виявлення альтернатив, остаточний вибір.

Т.5. Стратегічне планування та стратегічне управління в сучасній музейній практиці.

Методика стратегічного планування музейної діяльності. Мета і завдання управління. Аналіз зовнішнього середовища та внутрішнього становища в музеї. PEST- та SWOT-аналіз.

Т.6. Організація ефективного музейного маркетингу

Музейний маркетинг. Загальне поняття “маркетингу”. Маркетинг у сучасному музеї.

Т.7 Стратегії соціального партнерства і встановлення постійних зв'язків між музеєм та аудиторією.

Музейний брендінг. Концепції маркетингу в музейному середовищі. “Клуб друзів” і його завдання.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. Музей у світлі вимог сучасності.

Т.8. Стратегічні напрямки музейного маркетингу.

Презентація і просування музею та його діяльності. Презентація та просування конкретних товарів чи послуг, що пропонуються музеєм.

Т.9. Нові технології в галузі музейної комунікації.

Поява комунікаційних уявлень. Комунікаційний підхід у структурі музеєзнавчої науки. Акт музейної комунікації. Теорія музейної комунікації. Основні завдання прикладних досліджень музейної комунікації. Комунікаційний підхід у музейному проектуванні.

Т.10. Налагодження PR-комунікацій між музеєм та суспільством

Інформатизація, PR та реклама, створення віртуальних музеїв. Управління проектами і програмами. Фандрейзинг.

Т.11. Музейна справа як інформаційний процес. Інформаційні технології у музейній справі. Культурні та інформаційні ресурси. Музейні інформаційні системи та похідні від них. Електронні видання на CD-ROM.

Т.11. Віртуальний музей.

Музейні веб-сайти. Віртуальні експонати. Роль нових медіа в контексті креативної індустрії. Індустрія розваг і масових комунікацій.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 3. Виникнення нових технологій у музейній освіті – відповідь на потреби суспільства

Т.12. Нові технології у музейній педагогіці.

Форми культурно-освітньої діяльності та технологія синтезу. Технологія інтерактивності. Технологія партнерства.

Т.13. Форми роботи з музейними відвідувачами: екскурсії, майстер-класи, лекторії, конференції, музейні свята.

Т.14. Організація взаємовигідної співпраці музеїв із туристичними фірмами.

Т.15. Музей як активний об'єкт культурного туризму.

Т.16. Концепції культурної музейницької політики в Україні та світі.

Т.17. Музей нового типу в Україні.

Музей як поліфункціональний центр. Актуальні тенденції, виклики та можливості розвитку українських музеїв в умовах сучасності.

Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин					
	Стаціонар					
	усь ого	у тому числі				
Л		п	С	інд	с.р.	
1	34	34				
Модуль 1						
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. Сучасні музейні технології						
Т.1. Нові інформаційні технології музейної справи.	2	2				
Т.2. Новітні вимоги до підготовки музейників	2	2		2		
Т.3. Міжмузейніком	2	2				

унікації.						
Т.4 Організація ефективного музейного менеджменту.	2			1		
Т.5. Стратегічне планування та стратегічне управління в сучасній музейній практиці.	2					
Т.6. Організація ефективного музейного маркетингу	2					
Т.7 Стратегії соціального партнерства і встановлення постійних зв'язків між музеєм та аудиторією.	2					
Разом за змістовим модулем 1	14	14		4		
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 3. Виникнення нових технологій у музейній освіті – відповідь на потреби суспільства						
Т.8. Стратегічні напрямки музейного маркетингу.	2	2				

Т.9.Нові технології в галузі музейної комунікації.	2	2				
Т.10. Налагодження PR-комунікацій між музеєм та суспільством	2			2		
Т.11.Віртуальний музей.	2					
Разом за змістовим модулем 2				2		
	8	22				
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 3.						
Т.12.Нові технології у музейній педагогіці.	2					
Т.13.Форми роботи з музейними відвідувачами: екскурсії, майстер-класи, лекторії, конференції, музейні свята.	2					
Т.14. Організація взаємовигідної співпраці музеїв із туристичними фірмами.	2					

Т.15. Музей як активний об'єкт культурного туризму.	2					
Т.16. Концепції культурної музейницької політики в Україні та світі.	2					
Т.17. Музей нового типу в Україні	2					
Разом за змістовим модулем 3	12					
<i>Усього годин</i>	34	34				

4. Теми семінарських занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Тема 1. Міжмузейні комунікації.	2
2	Тема 2. Музейний менеджмент	1
3	Тема 3. Форми роботи з музейними відвідувачами: екскурсії, майстер-класи, лекторії, конференції, музейні свята.	2
4	Тема 4. Музей нового типу в Україні.	2

5. Самостійна робота

Реферати на тему:

Музейний брендинг.

Концепції маркетингу в музейному середовищі.

“Клуб друзів” і його завдання.

9. Індивідуальні завдання

10. Методи навчання

За характером пізнавальної діяльності пояснювально-ілюстративний метод (тематична лекція), методи проблемного викладення (проблемна лекція, семінарське заняття) та евристичний, за джерелом знань словесні, наочні, практичні, за способом педагогічного керівництва пояснення педагога та самостійна робота. Додатково використовуються методи концентрації та пошуково-показовий.

Інформаційні, тематичні, проблемні лекції та лекції-консультації. Семінарські заняття запитань і відповідей, семінари-дискусії, колоквиум, оглядові, пошукові семінари.

11. Методи контролю

Поточний модульний контроль (за результатами семінарських занять), підсумковий модульний контроль (контрольна робота або реферат після кожного модулю), підсумковий іспит.

1. Умови допуску студента до підсумкового семестрового контролю (екзамен):

- участь у семінарських заняттях та опрацювання не менше $\frac{3}{4}$ тем курсу,
- 1 модульний контроль (4 контрольні роботи)
- 2 модульний контроль (2 реферати або дослідницька контрольна робота)
- 3 модульний контроль 1 реферат

12. Розподіл балів, які отримують студенти

Екзамен

Поточне тестування та самостійна робота								Підсумкови й тест (екзамен)	Сума
Змістовий модуль 1				Змістовий модуль 2				20	100
T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4		

10	10	10	10	10	10	10	10		
----	----	----	----	----	----	----	----	--	--

T1, T2 ... – теми змістових модулів.

Мінімальна кількість балів для зарахування: по 30 балів, для 1 та 2 модуля.

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
82-89	B	добре	
74-81	C		
64-73	D	задовільно	
60-63	E		
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

13. Методичне забезпечення

Методичне забезпечення: Під час лекцій демонструються слайди, які ілюструють етапи організації проектів, для вільного завантаження на платформі «Moodle», доступні електронні презентації і тести для закріплення лекційного матеріалу.

Зауваження: Дисципліна потребує знання студентів сучасних проектів в галузі культури та залучення досвіду, який було отримано під час проходження практик.

Лектор: Олена Щербань, докторант ХДАК, старший викладач кафедри музеєзнавства і пам'яткознавства ХДАК

Підрозділ: кафедра музеєзнавства і пам'яткознавства Харківської державної академії культури

Адреса: м. Харків, вул.

14. Рекомендовані джерела та література

- Божук С.Г., Маслова Т.Д. Маркетингова діяльність. Суб'єкти. Опції. Види. Організація. Курс лекції за фахом 061500 Маркетинг. СПБГІЕА - СПб.: 2005. - 140с.
- Бистров Ф.Ф. Основи маркетингу. Навчальний посібник для вузів. Під ред. Г. А. Краюхіна. СПБГІЕА - СПб.2003. - 142с.
- Бойлан П. Революция в управлении музеями требует еволюции в образовании и обучении мультимедийным профессиям // Экология культуры. Информационный бюллетень. – Архангельск, 2000. – № 6. – С. 49.
- Волькович А.Ю. Модель музейної комунікації в концепції зарубіжних музеєзнавців. // Музей у сучасній культурі. - Спб, 1997 - 220с.
- Волкова В. В. Дизайн рекламы: Учебное пособие. - М.: «Книжный дом «Университет», 1999. – 144 с.
- Гнедовский М.Б. Музейна комунікація та музейний сценарій. // Музей і сучасність. - М., 1986 (Сб.науч.тр. НДІ культури) - 180с.
- Гнедовский М. Профіль музею // Радянський музей. 1985. № 5; С.45 - 54.
- Гнедовский М.Б., Дукельський В.Ю. Музейна комунікація як предмет музеєзнавчих дослідження // Музейна справа: Музей - культура-суспільство. - М., 1992. - С.7. (Сб.науч.тр. / Музей революції).
- Даниленко В. Я. Дизайн. Підручник. – Харків: ХДАДМ, 2003. – 320 с. – 664 іл.
- Дукельський В.Ю. Термінологія музейного предмету. // Музейні терміни. Термінологічні проблеми музеєзнавства. М., 1986. - 230с.
- Голубков Є.П. Маркетинг в Росії і за кордоном. - М.: Вища школа 2003 - 120с.
- Діхтель Є. Практичний маркетинг: навчальний посібник. Під ред. Є. Діхтель, Х. Хершген, пров. з ним. А.М. Макарова; під ред. І.С. Минко. - М.: Вища школа, 1995. - 420С.
- Калякіна, А.В. Маркетинг в музеї: Основні етапи розробки і здійснення маркетингової політики / О.В. Калякіна // Довідник керівника установи культури. - 2004. - № 2. - С.60 - 66.
- Котлер Ф. Основи маркетингу. М., Думка. 1992 - 560с.
- Лорд Баррі, Лорд Гейл Д. Менеджмент в музейній справі. - М.: Економіка, 2002 .- 390С.
- Никишин Н.А., Лебедев А.В. Информационный менеджмент как технология организации музейной деятельности // Музей будущего: информационный менеджмент / Сост. А.В.Лебедев. – М.: Прогресс-традиция, 2001. – С. 22.
- Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основи менеджменту. – М.: Дело, 1993. – С.71.
- Словник з дизайну і ергономіки [Текст]: термінологічний словник для фахівців з дизайну і ергономіки, інженерів, конструкторів, студентів ВНЗ / В. О. Свірко [та ін.]; підзагальною ред. Свірка В. О. – 2-ге вид. перер. І доп. – Харків: видавництво НТМТ, 2009. – 131 с
- Червоний Є.В. Сучасні концептуальні тренди розвитку музеїв // Наук. зап. Держ. природозн. музею. – Львів, 2014. – Вип. 30. – С. 31-40.
- María José Moreno Viqueira Museums as Venues for Polemics // The Museum of Bioprospecting, Intellectual Property, and the Public Domain. Anthem Press, 2010 pp. 17-28.

Trendwatch 2014 [Электроний ресурс] http://www.aam-us.org/docs/defaultsource/center-for-the-future-of-museums/2014_trendswatch_lores-with-trackingchip.pdf?sfvrsn=0

Trendwatch 2013 [Электроний ресурс] <http://www.aam-us.org/docs/center-for-the-future-of-museums/trendswatch2013.pdf?sfvrsn=4>