

ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ  
«ЛЕНИНГРАДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМЕНИ А.С. ПУШКИНА»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА  
дисциплины

**ФТД.01 МУЗЕЙНЫЙ МАРКЕТИНГ**

Направление подготовки **51.03.04 Музеология и охрана объектов культурного и  
природного наследия**

Направленность (профиль) *«Экскурсионная и экспозиционно-выставочная  
деятельность»*

(год начала подготовки - 2025)

Санкт-Петербург  
2024

## 1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

№ п/п	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	Индикаторы компетенций (код и содержание)
1.	УК-9	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9.1. Понимает базовые принципы экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике. УК-9.2. Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей. УК-9.3. Использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), контролирует собственные экономические и финансовые риски. Гражданская позиция
2.	ПК-5	Способен участвовать в разработке культурно-образовательных программ в системе музейных учреждений, культурных центров, экскурсионных и туристических фирм	ПК-5.1. Знать формы культурно-образовательной деятельности и их характеристики; ПК-5.2. Знать методы презентации наследия в рамках различных форм культурно-образовательной деятельности; ПК-5.3. Уметь разрабатывать культурно-образовательные мероприятия (в том числе экскурсии); ПК-5.7. Владеть техникой реализации различных форм культурно-образовательной деятельности.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП:

Цель дисциплины: формирование у обучающихся представлений о разработке и реализации маркетинговых стратегиях развития музея.

Задачи дисциплины:

- сформировать знания о возможных финансовых источниках музейной деятельности, России;
- сформировать умение проведения маркетинговых исследований;
- сформировать навыки успешного создания и продвижения музейного продукта.

Дисциплина относится к факультативным. Предложенный для освоения учебный курс углубляет представления об организации работы в музее, имеет четко выраженную связь с практической деятельностью. В учебном плане преподавание данного образовательного курса следует за освоением студентами таких дисциплин, как основы

музейного дела, музейная педагогика, музеи Санкт-Петербурга и северо-западного региона. Освоение дисциплины представляется полезным для реализации профессиональной деятельности в соответствии с направлением обучения.

### 3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 1 зачетных единицы, 36 академических часа (*1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам*).

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Трудоемкость в акад. час
<b>Контактная работа (аудиторные занятия) (всего):</b>	<b>18</b>
в том числе:	
Лекции	8
Лабораторные работы / Практические занятия	-/10
<b>Самостоятельная работа (всего)</b>	<b>18</b>
<b>Вид промежуточной аттестации (зачёт)<sup>1</sup>:</b>	<b>-</b>
контактная работа	-
самостоятельная работа по подготовке к экзаменам	-
<b>Общая трудоемкость дисциплины (в час. / з.е.)</b>	<b>36/1</b>

### 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

При проведении учебных занятий обеспечивается развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, составленных на основе результатов научных исследований, проводимых организацией, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

#### 4.1 Блоки (разделы) дисциплины.

№	Наименование блока (раздела) дисциплины
	Маркетинг: основные термины и понятия
	Маркетинг в сфере некоммерческой деятельности
	Музейный маркетинг: цели, задачи, специфика
	Музейный посетитель и его потребности
	Маркетинговые исследования
	Реклама и PR в области музейного дела
	Издательская деятельность музея и её продвижение
	Сувенирная продукция музея и её продвижение

#### 4.2 Примерная тематика курсовых работ (проектов)

Курсовая работа по дисциплине не предусмотрена учебным планом.

<sup>1</sup> Проводится на последнем занятии

#### **4.3 Перечень занятий, проводимых в активной и интерактивной формах, обеспечивающих развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств**

Не предусмотрены учебным планом.

### **5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

#### **5.1 Темы конспектов:**

1. Маркетинг и каналы коммуникации
2. Сущность и значение маркетинга в социально-культурной сфере.
3. Принципы, методы, виды музейного маркетинга
4. Комплекс музейного маркетинга: музейные услуги, маркетинговые коммуникации
5. Критерии эффективности музейного маркетинга
6. Музейная услуга как «товар» в структуре комплекса маркетинга
7. Современная реклама и ее задачи в области музейного дела.
8. Музейная аудитория как объект изучения
9. Понятие и цели маркетингового исследования.
10. Виды и этапы маркетингового исследования
11. Современная реклама и ее задачи в области музейного дела.
12. Социальное партнёрство в музее
13. Издательская деятельность музея и её продвижение
14. Сувенирная продукция музея и её продвижение

#### **5.2 Темы докладов и рефератов:**

1. Эволюция концепций менеджмента
2. Музейный сайт и его роль в маркетинговом продвижении музея
3. Маркетинговые стратегии развития музеев малых городов
4. Социологические методы исследования в маркетинге музея
5. Инструменты краудфандинга: анализ перспектив для музеев
6. Музейная услуга как «товар»: специфика и классификация
7. Теория А. Маслоу и её интерпретация в сфере музейного дела.
8. Социальное партнёрство в музейной деятельности
9. Особенности и технологии паблик рилейшинз в музее
10. Маркетинговые стратегии Государственного Эрмитажа
11. Маркетинговые стратегии Третьяковской галереи
12. Маркетинговые стратегии Русского музея
13. Маркетинговые стратегии Музея изобразительных искусств имени А.С. Пушкина
14. Маркетинговые стратегии музеев современного искусства

#### **5.3 Темы практических занятий:**

*К теме 2. Концепции некоммерческого маркетинга. Виды некоммерческого маркетинга. Среда некоммерческого маркетинга*

*К теме 3. Понятие миссии музея. Маркетинговая модель для музеев. Маркетинговая стратегия музеев*

*К теме 4. Музейная аудитория: виды и специфика. Социальный маркетинг в «цивилизации досуга». Особенности выявления запросов реальных и потенциальных посетителей музея и методы их удовлетворения.*

*К теме 5. Анализ текущей ситуации. Виды маркетингового исследования. Бенчмаркетинг. SWOT-анализ. PEST-анализ.*

*К теме 6. Основные цели, объекты и технологии «паблик рилейшинз» в музее. Медиапланирование. Социальное партнёрство в музейной деятельности.*

*К теме 7. Виды музейных изданий. Научно-исследовательская работа в музее и её продвижение. Научно-исследовательские проекты, конференции и публикации. Музейные каталоги. Музейные путеводители.*

*К теме 8. Брендинг музея. Разработка музейного продукта. Сувенир как инструмент продвижения современного музея.*

## **6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ**

### **6.1. Текущий контроль**

№ п/п	№ и наименование блока (раздела) дисциплины	Форма текущего контроля
1	Темы 1-8	Конспект Выступление с докладом Реферат Устный опрос

## **7. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:**

1. *Комлев, Ю. Э. Коммуникации в музее: теория и практика : монография / Ю. Э. Комлев. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 315 с. — (Актуальные монографии). — ISBN 978-5-534-14191-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519952> .*

2. *Лушникова, А. В. Музееведение/музеология : конспект лекций / А. В. Лушникова ; Челябинская государственная академия культуры и искусств, Факультет книжного бизнеса, документоведения и музееведения, Кафедра документоведения и музееведения. — Челябинск : Челябинская государственная академия культуры и искусств, 2010. — 336 с. : ил. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=492193> . — Библиогр. в кн. — ISBN 978-5-94839-270-7. — Текст : электронный.*

3. *Михайлова, Т. Б. Менеджмент музеев : учебно-методическое пособие / Т. Б. Михайлова ; Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина. — Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2019. — 91 с. : схем., табл. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=697366> . — ISBN 978-5-7996-2727-0. — Текст : электронный.*

4. *Сафонов, А. А. Музейное дело и охрана памятников : учебник и практикум для вузов / А. А. Сафонов, М. А. Сафонова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 365 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15742-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/509578> .*

5. *Стрельникова, М. А. Музееведение : учебно-методическое пособие / М. А. Стрельникова ; Федеральное агентство по образованию, Елецкий государственный университет им. И.А. Бунина. — Елец : Елецкий государственный университет им. И. А. Бунина, 2006. — Часть 1. Теория и практика музейного дела. — 75 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=271949> . — Библиогр. в кн. — Текст : электронный.*

## **8. РЕСУРСЫ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ»:**

1. Российское музееведение: информационно-образовательный портал <http://museumstudy.ru/>
2. Российская музейная энциклопедия <http://museum.ru/rme/rme.htm>

3. Вопросы музеологии <https://voprosi-muzeologii.spbu.ru/>
4. Журнал «Музей. Памятник. Наследие» <http://museumstudy.ru/mmh-journal>
5. Музеи России : информационный портал: <http://www.museum.ru>
6. Мир музея: иллюстрированный художественный и исторический журнал: <http://www.mirmus.ru>
7. Лучшие музеи мира <https://wmuseum.ru/>
8. Государственный каталог Музейного фонда Российской Федерации <https://goskatalog.ru/portal/#/>
9. Всероссийское музейное объединение «Государственная Третьяковская галерея» <https://www.tretyakovgallery.ru/>
10. Государственный музей А.С. Пушкина <http://www.pushkinmuseum.ru/>
11. Музеи Санкт-Петербурга и Ленинградской области <http://www.allmuseums.spb.ru/>
12. Государственный Эрмитаж <https://www.hermitagemuseum.org/wps/portal/hermitage/?lng=ru>
13. Русский музей <https://www.rusmuseum.ru/>
14. Музей истории Петербурга (Музейный комплекс) <https://www.spbmuseum.ru/themuseum/>
15. Государственный музей-памятник Исаакиевский собор <http://cathedral.ru/ru>
16. Государственный музей-заповедник Царское Село <https://www.tzar.ru/>
17. Государственный музей-заповедник Петергоф <https://peterhofmuseum.ru/>
18. Государственный музей-заповедник Павловск <https://pavlovskmuseum.ru/>
19. Государственный мемориальный историко-литературный и природно-ландшафтный музей-заповедник А. С. Пушкина «Михайловское» (Пушкинский Заповедник) <https://pushkinland.ru/>
20. Российская государственная библиотека. – Режим доступа: <http://www.rsl.ru/>
21. Справочная правовая система ГАРАНТ <https://internet.garant.ru/>
22. Национальная электронная библиотека (НЭБ) <https://rusneb.ru/>
23. Научная электронная библиотека eLibrary <https://www.elibrary.ru>

## **9. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ПРАКТИКЕ:**

В ходе осуществления образовательного процесса используются следующие информационные технологии:

- средства визуального отображения и представления информации (LibreOffice) для создания визуальных презентаций как преподавателем (при проведении занятий) так и обучаемым при подготовке докладов для семинарского занятия.
- средства телекоммуникационного общения (электронная почта и т.п.) преподавателя и обучаемого.
- использование обучаемым возможностей информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» при осуществлении самостоятельной работы.

### **9.1. Требования к программному обеспечению учебного процесса**

Для успешного освоения дисциплины, обучающийся использует следующие программные средства:

- AstraLinux
- LibreOffice
- Яндекс.Браузер
- GIMP

### **9.2. Информационно-справочные системы (при необходимости):**

Не используются

## **10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий.

Для изучения дисциплины используется следующее оборудование: аудитория, укомплектованная мебелью для обучающихся и преподавателя, доской, ПК с выходом в интернет, мультимедийным проектором и экраном.

Для самостоятельной работы обучающихся используется аудитория, укомплектованная специализированной мебелью и техническими средствами (ПК с выходом в интернет и обеспечением доступа в электронно-информационно-образовательную среду организации).