

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ **Галерейное и музейное дело**

Автор: Доцент, кандидат экономических наук Лепешкина М.Н.

Кандидат исторических наук Гринько И.А.

Код и наименование направления подготовки, профиля: 38.04.02 Менеджмент, Управление в Арт-бизнесе

Квалификация (степень) выпускника: магистр

Форма обучения: очная

Цель освоения дисциплины: сформировать компетенцию

ОПК-3 Способностью проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования

План курса:

Тема 1. Современные тенденции в развитии культуры и музеев. Культурные потребности.

Специфика современных культурных процессов. Кризисные явления в классической и традиционалистской моделях культуры. Ведущие тенденции и составления перечня черт и изменений, значимых для развития музеев и музейного дела. Эволюция культурных потребностей в условиях постиндустриального общества. Россия в мировых культурных процессах.

Тема 2. Культурная политика переходного периода и региональные музеи.

Сокращение роли государства. Реванш территорий. Модели культурной политики. Уровни культурной политики от муниципального до национального. Культурная политика и региональная культурная специфика. Музей как средство формирования региональной культурной идентичности.

Тема 3. Актуальные тенденции музейной практики и их интерпретация.

Традиционный институт на пути к модернизации. Вхождение музеев в рынок как потребность времени и средство самосохранения. Внутренние изменения и оценка возможностей перехода от административного учреждения к музейной фирме. Смена технологической парадигмы. Проблемы расширения технологической базы музеев и внедрения новых культурных практик.

Тема 4. Проблематизация как начальная ступень анализа. Иерархия проблем.

Проблематизация как важнейшая ступень анализа деятельности музейного учреждения. Проблемы и их проявления. Выявление проблем музейного учреждения как стартовая площадка для его развития и модернизации. Способы построения иерархической пирамиды проблем. Метод PEST-анализа в музейной практике.

Тема 5. Культурный потенциал и культурные ресурсы в музейном деле и бизнесе.

Понятия «потенциал», «ресурс» и «продукт» в музейном деле. Сравнение отношения к ресурсам в музеях и бизнес-организациях. Аудит музейных ресурсов как базовая ступень создания Концепций развития музеев и построения музейных стратегий. Ресурсы материальные и символические. Возможности использования универсальных и специфических (средовых, исторических, образных и коллекционных) ресурсов в деятельности музея. Проектирование «от ресурсов» и метод SWOT-анализа в музейной практике.

Тема 6. Маркетинг музеев. Методики анализа музейного производства.

Понятие социального маркетинга. Особенности рыночного метода управления в музейной сфере. Музейные рынки. Методика анализа музейных продуктов и услуг. Метод BCG, возможности и ограничения его использования. Определение перспектив роста или падения спроса на те или иные виды музейных услуг. Классификация музейных потребителей и музейных аудиторий. Формирование маркетинговой стратегии музея.

Тема 7. Концепции и стратегии развития музеев.

Утверждение практики создания музейных концепций как базового инструмента развития музеев. Специфика перехода от стадии концептуализации к стратегированию. Значение стратегического плана для музея. Стратегические ресурсы развития музея. Понятия «миссия» и «генеральная цель». Проблемы и принципы стратегического планирования. Функциональные модели музеев. Административные, правовые и политические аспекты планирования и реализации стратегических решений.

Тема 8. Менеджмент музейных проектов. Механизмы реализации и фандрейзинг.

Проект как форма развития культуры. Общие свойства проектов. Социум как главный ресурс проектной деятельности. Возрастание спроса на культурные и музейные проекты в условиях постоянной смены культурной парадигмы. Цели и задачи проектов. Стадии реализации проекта. Продвижение проектов. Фандрейзинг как направление музейной работы. Кооперация в музейной сфере. Партнерские и сетевые технологии.

Тема 9. Галерейная деятельность и арт-бизнес.

Истоки публичных галерей и особенности процесса становления галерейной деятельности в России. Условия создания галерей современного искусства. Роль галериста. Отношения между художником и галереей. Организация управления галереей, отношения с арендодателями и спонсорами. Продвижение галереи и ее авторов. Галерея как элемент системы арт-рынка.

Тема 10. Современный этап и перспективы развития частных галерей.

Кризис 1998 года и особенности современного этапа развития галерей в условиях мегаполиса. Собирающие галереи на одной площадке (Винзавод). Три пути эволюции галерей современного искусства и возможности их взаимодействия с государственными музеями.

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

- при проведении занятий лекционного типа: опрос (О)
- при проведении практических занятий: практическое задание (ПЗ)
- экзамен проводится в форме: письменный ответ на вопрос билета и написание эссе

Основная литература.

1. Кулемзин А.М. Методика сохранения и использования памятников истории и культуры [Электронный ресурс] : учебное пособие для вузов / А.М. Кулемзин. — Электрон. текстовые данные. — Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры, 2009. — 107 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/22025.html>
2. Кульсариева С.П. Теория и практика музейной коммуникации [Электронный ресурс] : учебное пособие / С.П. Кульсариева. — Электрон. текстовые данные. — Алматы: Казахский национальный университет им. аль-Фараби, 2011. — 76 с. — 978-601-247-351-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/58469.html>
3. Культурология [Электронный ресурс] : учебно-методический комплекс для студентов / . — Электрон. текстовые данные. — Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры, 2012. — 32 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/22017.html>