

Министерство образования и науки РФ

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Новосибирский национальный исследовательский государственный
университет» (Новосибирский государственный университет, НГУ)**

Гуманитарный факультет

Программа рассмотрена
на заседании кафедры
археологии и этнографии
10.09.2013

Зав. кафедрой, д.и.н., проф. Худяков Ю.С.

Утверждаю

декан гуманитарного
факультета, профессор
11.09.2013

Л.Г. Панин

**Основная образовательная программа
высшего образования**

**Направление подготовки «История»
030600**

Квалификация (степень) выпускника –
магистр

**ПРОГРАММА УЧЕБНОГО КУРСА
«МЕНЕДЖМЕНТ ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ»**

(72 час., 2 з.е.)

Примерная программа учебного курса

Менеджмент историко-культурного наследия

Программа курса «Менеджмент историко-культурного наследия» составлена в соответствии с требованиями к обязательному минимуму содержания и уровню подготовки магистра по общенаучному циклу М1 по направлению подготовки 030600 «История» в целях обеспечения реализации учебного процесса в НГУ.

Автор – д-р ист. наук, проф. Л.В. Лбова

1. Цели освоения дисциплины

Учебный курс «Менеджмент историко-культурного наследия» предполагает усвоение теоретических знаний и практических навыков технологий менеджмента применительно к особенностям профессиональной деятельности в области управления историко-культурным наследием, его охраны и использования, интеграции российских учреждений в мировом культурном пространстве.

Задачи изучения дисциплины предполагают:

- рассмотрение общих закономерностей и механизмов управления в сфере управления наследием;
- определения роли и значения государственного - регулирования и протекционизма;
- обучение технологии определения приоритетов в управленческой практике;
- формирование представлений в области инновационного, стратегического, финансового, кадрового менеджмента;
- получение знаний и практических навыков в рекламных, фандрейзинговых и PR кампаниях.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

После освоения базовых и специальных курсов бакалавриата и прохождения производственной практики студенты подготовлены к восприятию содержания дисциплины, в том числе, после курсов «Экономика», «Методика преподавания истории», «Политология», «Социология», «Политология»; а так же блока профессиональных дисциплин «История древнего мира», «История средних веков», «История стран Востока», «История культуры», «Основы археологии», «Этнология», «Основы музееведения» и др.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

профессиональные (ПК):

- имеет способность использовать знания в области гуманитарных, социальных и экономических наук при осуществлении экспертных и аналитических работ (ПК-1);
- имеет способность использовать знания правовых и этических норм при оценке своей профессиональной деятельности, при разработке и осуществлении социально значимых проектов (ПК-4);
- имеет способность к инновационной деятельности; умением ставить и решать перспективные научно-исследовательские и прикладные задачи (ПК-7);
- имеет способность формулировать и решать задачи, связанные с реализацией организационно-управленческих функций, умением использовать для их осуществления методы изученных наук (ПК-19);

- владеет умением организовывать работу исполнителей, принимать управленческие решения (ПК-20);
- способностью к осуществлению историко-культурных и историко-краеведческих функций в деятельности организаций и учреждений (архивы, музеи) (ПК-23)
- имеет способность к разработке исторических и социально-политических аспектов в деятельности информационно-аналитических центров, общественных, государственных и муниципальных учреждений и организаций, средств массовой информации, учреждений историко-культурного туризма (ПК-24);

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

- *иметь* представление об управлении в сфере культуры, его особенностях, видах менеджмента и маркетинга, технологиях PR и рекламе, управлении персоналом;
- *усвоить* общетеоретические положения способов организации управления, основы российского законодательства в области охраны памятников и музейного дела и международного права, способы организации историко-культурной экспертизы территорий, планирование рекламных акций и PR кампаний, принципы работы кадровой службы;
- *знать* определенную совокупность понятий и терминов, являющихся ключевыми в освоении дисциплины;
- *уметь* пользоваться статьями закона №73-РФ на практике, составлять сметно-финансовые расчеты производства работ, иметь навыки представления информации в СМИ об объектах историко-культурного наследия, готовить рекламные материалы.

4. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 часа, из них 36 часов аудиторных и 36 часов на самостоятельную работу.

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				общая трудоем.	лекции	семинары	самост. раб.	
1	Общая характеристика и специфика менеджмента в области историко-культурного наследия	1	1-4	14	8	0	6	Опрос в течение лекции на понимание материала
2	Виды менеджмента в области сохранения и использования историко-	1	5-10	24	6	6	12	Доклады по темам 4, 5

	культурного наследия							
3	Маркетинг и реклама в историко-культурном туризме	1	11-13	18	6	0	12	Выполнение практических работ самостоятельно по темам 7, 8, 9
4	Международный опыт менеджмента в историко-культурной сфере и туризме	1	14-18	16	2	8	6	Выступления с докладом и презентацией
	аттестация		18	72	22	14	36	экзамен

5. Краткое содержание тем курса

ТЕМАТИКА АУДИТОРНЫХ ЗАНЯТИЙ Объем аудиторных занятий – 36 час.

Раздел 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА И СПЕЦИФИКА МЕНЕДЖМЕНТА В ОБЛАСТИ ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ

Тема 1. Общая характеристика менеджмента.

Менеджмент: основные понятия. Функции менеджмента. Цели менеджмента. Характеристики современного менеджмента. Особенности менеджмента в музеях. Маркетинг и инновация (общие понятия). Технологии управления (проблемная ситуация – мотивация выбора технологии). Виды менеджмента.

Тема 2. Культурологические основания профиограммы современного менеджера.

Профиограмма менеджера в сфере культуры. Права человека и современная концепция культурной работы, идеи культурных регионов и межрегионального культурного обмена. Местные культурные традиции, проблема культурной автономии и их управление социально-ориентированными программами.

Эффективность культурных технологий и изменение сферы занятости. Культурная специфика региона в геополитическом аспекте и становление местного самоуправления. Тема культурного наследия и развитие инфраструктуры музеев, информационных технологий и связи, издательской деятельности и т. д. Культура территорий как ресурс регионального развития. «Культурные сети» и «экологичность» реализуемых проектов. Музеи – культурное наследие – культурный туризм. Идеология культурных программ.

Тема 3. Особенности менеджмента в социокультурной сфере.

Основное содержание деятельности менеджера в области сохранения и использования историко-культурного наследия, цели и задачи. Менеджмент в социокультурной сфере. Особенности менеджмента и маркетинга в музеях России. Специфика современных условий и роль менеджмента и маркетинга в управлении, планировании, развитии различных видов деятельности в музеях и органах охраны памятников.

РАЗДЕЛ 2. ВИДЫ МЕНЕДЖМЕНТА В ОБЛАСТИ СОХРАНЕНИЯ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ

Тема 4. Основы российского законодательства в области охраны памятников.

Понятие правового поля. Признаки юридического лица. Различие коммерческих и некоммерческих организаций. Порядок государственной регистрации. Проблема лицензирования деятельности. Основные законы и законодательные акты в музейном деле и сфере охраны памятников в России. Зарубежное законодательство, акты, хартии, протоколы. Основные проблемы развития законодательной базы в области охраны наследия в России. Историко-культурная экспертиза территорий.

Тема 5. Специфические виды менеджмента.

Проблема эффективности менеджмента в сфере культуры. Инновационный менеджмент, понятие инновации. Комплексный анализ деятельности как основа инновационных разработок. Управление инновациями.

Стратегический менеджмент. Понятие стратегии управления. Конкурентоспособность организации.

Понятие планирования. Программный метод управления. Бизнес-план. Контроль и контроллинг.

Финансовый менеджмент. Технология фандрейзинга, ее организационное, информационное и техническое обеспечение. Планирование фандрейзинговых компаний. Анализ эффективности. Управление проектами (основы деятельности).

Информационный менеджмент в сфере охраны и использования историко-культурного наследия.

Менеджмент и реставрация. Менеджмент выставок и галерей. Научный туризм. Роль историко-культурного наследия в образовании и воспитании.

Тема 6. Управление персоналом

Понятие «персонал». Современные условия кадровой политики в России. Документально-нормативная база. Формирование «команды». Социально-психологические аспекты менеджмента. Системы стимулирования и мотивации труда. Принципы работы кадровой службы, требования к расстановке кадров. Оценка эффективности работы и аттестация.

Управление сопротивлением. Лидерство и стили руководства. Управленческие решения. Понятие корпоративной культуры, имиджа. Методы поддержания корпоративной культуры. Подготовка менеджеров в сфере культуры, музейного дела и охраны памятников: основные требования.

РАЗДЕЛ 3. МАРКЕТИНГ И РЕКЛАМА В ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОМ ТУРИЗМЕ

Тема 7. Маркетинг. Особенности маркетинга в непрофитной сфере.

Понятие и сущность маркетинга. Средства, цели, принципы. Основные элементы комплекса маркетинга. Маркетинг и культура. Жизненный цикл товара. Принципы сегментирования рынка. Виды маркетинга по возможности охвата рынка. Методы продвижения услуг музея на потребительском рынке. План маркетинга. Понятие ценообразования и ценовой политики. Виды цен. Особенности современного маркетинга в непрофитной сфере.

Сметно-финансовый расчет стоимости охранно-спасательных и экспертных работ.

Тема 8. Реклама.

Понятие рекламы как системы мероприятий. Виды рекламы по целям, источникам финансирования. Реклама как средство мотивации аудитории. Рекламные средства, носители и факторы рекламы. Принципы привилегий и льгот. Принципы и правила проведения рекламной кампании (план мероприятий, адресность, дизайн, ритмы, фактическая основа, языковой стиль). Опыт рекламной деятельности в музеях России.

Тема 9. Технологии PR

Значение и содержание public relations (PR). История становления PR как функции менеджмента. Музейные коммуникации и технологии PR (основные партнеры музея, потребители услуг). Реклама и паблисити и их значение. Виды представления информации (бэкграундер, пресс-релиз, медиа-кит, факт-лист и проч.). Использование ресурсов Интернет в PR. Планирование и проведение PR-кампании. PR-подразделения в музеях, учреждениях охраны памятников.

РАЗДЕЛ 4. МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ УПРАВЛЕНИЯ В ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОЙ СФЕРЕ И ТУРИЗМЕ

Тема 10. Международная практика охраны и использования историко-культурного наследия.

Пакт Рериха. Организация ЮНЕСКО, основные принципы Конвенций ЮНЕСКО о сохранении и использовании историко-культурного и природного наследия. Практика международного законодательства, правила сохранения культурного наследия в условиях войн и природных катастроф.

Принципы выделения и правила использования участков Всемирного наследия. Конвенции ЮНЕСКО об археологическом наследии. Конвенция о нематериальных ценностях.

Участки Всемирного наследия в России: проблемы и опыт.

СЕМИНАРСКИЕ ЗАНЯТИЯ

Тема 4. Основы российского законодательства в области охраны памятников.

1. Государственное регулирование в сфере охраны историко-культурного наследия. Административная схема.
2. Международная практика и отечественное законодательство в сфере охраны и использования культурного наследия.

Тема 5. Виды менеджмента

1. Информационное обеспечение управления ИКН.
2. Политика культурных программ в современной России.
3. Особенности планирования и управления музеями и НПЦ охраны памятников региона в современных условиях.
4. «Культурный потенциал» территории Сибири.
5. Эволюция технологий менеджмента в сфере культуры за рубежом.
6. Модели приоритетов в технологиях организационного и финансового обеспечения деятельности в сфере охраны культурного наследия.

Тема 10. Международная практика охраны и использования историко-культурного наследия

1. Всемирное наследие в странах Европы (организация, основные объекты)
2. Всемирное наследие в странах Африки (организация, основные объекты)

3. Всемирное наследие в странах Азии (организация, основные объекты)

ПРАКТИЧЕСКИЕ РАБОТЫ

Задание 1

Тема 4. Основы российского законодательства в области охраны памятников

Подтема: Административно-организационный механизм менеджмента

Содержание: разработать проект Положения ведомственного музея

Форма выполнения: проект «Положение о музее»

Требования: Положение должно включать в себя общие позиции, цели и предмет деятельности, фонды хранения, имущество и финансовые средства, организационную деятельность, контроль и ревизия, управление музеем, заключительные положения.

Примечание: возможно использование проектов Устава для музеев или музеев-заповедников, рекомендуемых в качестве образца Министерством культуры РФ (см. законодательные, нормативные и информационные материалы к семинару-совещанию «Основные аспекты планирования работы и управления музеем в современных условиях», вып. IV. СПб., 2001).

Задание 2

Тема 7. Маркетинг. Особенности маркетинга в непрофитной сфере.

Подтема: Понятие ценообразования и ценовой политики

Содержание: Составление сметно-финансового расчета стоимости археологических работ на основе существующих расценок.

Форма выполнения: Сметно-финансовый расчет.

Примечания: использование утвержденных расценок СНАИНИР-93, СЦНПР-91, р.1, 6, 8, 11.

Задание 3а¹

Тема 8: Реклама.

Подтема: Виды рекламы

Содержание: разработать рекламу новой выставки (афиши), археологического объекта для туристического показа (буклет) с конкретным художественным и информационным наполнением.

Форма выполнения: проект рекламы (афиши, буклета), компьютерный набор

Задание 3б

Тема 9: Технологии PR.

Подтема: Паблицити.

Содержание: составить информационное сообщение для СМИ.

Форма выполнения: составление бэкграундера, пресс-релиза, медиа-кит (пресс-пакет).

Требования: печатный материал, содержащий четкую формулировку идеи, с определенной смысловой нагрузкой.

Примечание: рекомендуется использование публикаций: Дарит О. Э. Паблик рилейшнз в музее: техника успеха // Новые технологии в музейном деле. М., 1998; Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики. М., 1995; Алешина И. А. Паблик рилейшенз для менеджеров и маркетеров. М., 1997.

¹

на выбор: вариант «а» или вариант «б»

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.

Студенты, не выполняющие планы семинарских занятий могут выбрать темы рефератов.

ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ

1. Особенности менеджмента в сфере культуры.
2. Эволюция технологии российского менеджмента.
3. Программы в сфере культуры как метод управления.
4. Фандрейзинг.
5. Культура и маркетинг.
6. Организация плановой деятельности в музеях.
7. Методы планирования и отчетности.
8. Технологии контроля.
9. Системы работы с персоналом в музеях.
10. Управление сопротивлением.
11. Лидерство и стили руководства.
12. Виды и методы стимулирования деятельности.
13. Мотивация (содержание, виды, проблема успеха, условия).
14. Культура фирмы.
15. Инновационный менеджмент в музеях Европы.
16. Инновационный менеджмент в музеях современной России.
17. Виды и особенности маркетинга в музеях.
18. Технологии PR и их роль в развитии музеев.
19. Реклама и ее виды в музеях и научном туризме.
20. Информационный менеджмент в музеях и сфере охраны памятников.
21. Менеджмент музеев и галерей.

ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ

1. Культурологические основания профессиограммы современного менеджера
2. Особенности менеджмента в сфере культуры
3. Музей – культурное наследие – культурный туризм. Культура и бизнес
4. Понятие, сущность, цели, значение, основные функции менеджмента
5. Основные технологии менеджмента
6. Правовое поле. Признаки юридического лица
7. Юридические основы российского бизнеса и законодательство в области музейного дела и охраны памятников
8. Особенности управления в музеях и сфере охраны памятников
9. Инновационный менеджмент
10. Стратегический менеджмент
11. Финансовый менеджмент. Политика фандрейзинга
12. Информационный менеджмент
13. Менеджмент выставок и галерей.
14. Менеджмент и реставрация
15. Маркетинг. Особенности маркетинга в непрофитной сфере
16. Реклама и ее роль в музейной практике
17. Технологии PR и их особенности в сфере управления ИКН
18. Музейная сеть, система территориального управления культурным наследием

19. Особенности современного планирования деятельности и в области охраны памятников
20. Управление персоналом
21. Организация охранно-спасательных археологических работ
22. Внутри музейная нормативно-правовая база
23. Лидерство и стили руководства
24. Социально-психологические аспекты менеджмента.
25. Корпоративная культура и ее роль в формировании имиджа организации
26. Международная практика сохранения историко-культурного наследия
27. Историко-культурное наследие народов Европы
28. Историко-культурное наследие народов Центральной Азии и Китая
29. Историко-культурное наследие стран юго-восточной Азии
30. Историко-культурное наследие стран переднего Востока и северной Африки

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная

- Бодди Д. П.* Основы менеджмента. СПб.: Питер, 1999.
- Дафт Р. Л.* Менеджмент. СПб.: Питер, 2000.
- Законодательство в сфере культуры.* Сборник законов, подзаконных и нормативных актов. М., 2001.
- Зеленина Л. Э., Тульчинский Г. Л.* Программно-целевое планирование деятельности учреждений культуры. М., 1987.
- Инструкция* о порядке учета, обеспечения сохранности, содержания, использования и реставрации недвижимых памятников истории и культуры (утв. приказом Минкультуры СССР от 13 мая 1986 г. N 203) (с изменениями от 25 марта 1994 г.)
- Кодекс профессиональной этики (ИКОМ).* Париж, 1989.
- Лбова Л. В., Скляревский М. Я.* Менеджмент историко-культурного наследия: государственное регулирование в области охраны археологического наследия.: Учеб.-метод. пособие. Новосибирск, 2007. 86с.
- Менеджмент* (современный российский менеджмент). М., 1999.504 с.
- Психология менеджмента.* СПб., 2000.

Дополнительная

- Баркан Д. И.* Маркетинг для всех. СПб., 1992.
- Годунова Л. И.* Органы управления музейным делом в СССР 1917 – 1941 гг. // Музейное дело в СССР. Музейное строительство в СССР. М., 1989. С.13–42.
- Годунова Л. И.* Организация управления музейными делами в СССР // Проблемы теории, истории и методики музейной работы. М., 1995.
- Дин Д.* Выставка в музее: теория и практика. Л.: Рутледж, 1997. 178 с.
- Егоршин А. П.* Управление персоналом. М., 1997.
- Информационный менеджмент в музеях.* М., 1998, 290 с.
- Кин С.* Менеджмент и реставрация в музеях. Париж, 1996. 265 с.
- Культура и власть.* Материалы российско-американского семинара - СПб., 1994. –102 с.

- Котлер Ф.* Маркетинг и менеджмент. М., 2000.
- Культурная политика России. История и современность.* М., 1998.
- Музеи в период перемен. СПб.: Контрфорс, 1997. 162 с.
- Музеи и новые технологии. М., 1999. 216 с.
- Музеи, культурное наследие и культурный туризм. М., 2001. 106 с.
- Новаторов В. А. Маркетинг культурных услуг. Омск: ОГУ, 1992. 126 с.
- Обеспечение сохранности археологических памятников в зонах строительных работ: Метод. рук-во. Составлено Ю. А. Красновым. М., Изд-во ИА РАН, 1989.
- Основные аспекты планирования работы и управления музеем в современных условиях. СПб., 2001. Вып. 1–4.
- Свинин В. В.* Музееведение. Материалы к учебному курсу. Иркутск. 2000. Вып. 1. 127с.
- Теоболд М. М.* Организация работы музейного магазина. Нью-Йорк: Альта Мира Пресс, 1996. 260 с.
- Тихонов В .В.* Проблемы эффективности работы музеев России в современных условиях. Иркутск, 2002. 32 с.
- Уилл Л.* Музеи как информационные центры // Museum. 1994. № 181. С. 20–25.
- Управление некоммерческими организациями.* М., 1994. 171 с.
- Управление персоналом.* М., 1998.
- Файоль А., Эмерсон Г., Тейлор Ф., Форд Г.* Управление – это наука и искусство. М., 1992.
- Фатхудинов Р. А.* Инновационный менеджмент. М.: Интер-синтез, 2000.
- Юрьева Т. В.* Некоммерческие организации. Экономика и управление. М., 1998.

Интернет-ресурсы

- <http://www.bc.kiev.ua/british/library/enterprise/management/>
- <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B5%D0%BD%D0%B5%D0%B4%D0%B6%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82>
- http://www.bvahan.com/museologypro/muzeevedenie.asp?li2=1&c_text=67
- <http://xn----8sba6aijnqooir9k.xn--p1ai/>
- <http://whc.unesco.org/>
- <http://www.museum.ru/>
- <http://www.museum.ru/web/>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

лекции читаются в мультимедиаформате, поэтому необходимо обеспечение мультимедиа оборудованием. Материалы докладов студентов по теме 10 так же представляются в электронном виде.