

семестра, на каждом занятии, а также желание оказаться в конце семестра как можно выше в общем рейтинге.

## **ТЕХНОЛОГИИ ПРЕПОДАВАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ «МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ В МУЗЕЕ» БУДУЩИМ МУЗЕЙНЫМ СПЕЦИАЛИСТАМ**

Ю.В. Колпакова  
Псковский государственный университет

Обучение музейным специальностям ведется на историческом факультете Псковского государственного университета с 2004 года. В 2009 году состоялся первый выпуск специальности «Музейное дело и охрана памятников», в настоящее время на дневном отделении ведется подготовка бакалавров по направлению «Музеология и охрана объектов культурного и природного значения».

Дисциплина «Менеджмент и маркетинг в музее» преподается на 5 курсе ОЗО в объеме 20 аудиторных часов, формой контроля по курсу является экзамен. Единого учебника непосредственно по данной дисциплине нет, специализированная учебная литературы представлена довольно скудно. Пособие Лорд Б. и Лорд Г.Д. «Менеджмент в музейном деле» не доступно студентам в достаточном количестве.

Основным пособием по курсу является сборник «Музеи; Маркетинг; Менеджмент» (М., 2001), изданный русско-английским авторским коллективом и доступный студентам благодаря сети Интернет. Статьи сборника удачно дополняют лекционный материал и служат материалом для изучения на практических занятиях.

На ОЗО исторического факультета ПсковГУ для сдачи экзамена, проводящегося непосредственно по окончании курса, студентам предлагается самостоятельно разработать и представить стратегический маркетинговый план музея. Итоговая работа должна иметь максимально прикладной характер.

При выборе музея для экзаменационного проекта студенты-заочники, работающие по специальности, получают возможность сразу применить полученные знания в собственной работе, разрабатывая план собственного музея. Студентам при этом предлагается не ограничивать себя неверием в возможность реализации принципиально новых подходов в музее и предлагать, в том числе, и самые революционные решения.

Студенты, не работающие пока в музеях, обычно выбирают для проекта музей населенного пункта, в котором проживают, благодаря чему глубже знакомятся со спецификой регионального музейного пространства. Для выполнения задания в большинстве случаев требуется посещение музейного учреждения, изучение его уставных и текущих документов, результатов

проводившихся там социологических исследований, беседа с работниками музея. Фактически, для разработки проекта студенту необходимо собрать полноценный кейс материалов о музее.

Кроме того, эти особенности подготовки к экзамену позволяют сразу перейти к актуализации полученных в ходе лекционных и практических занятий знаний и способствуют формированию профессиональных компетенций музейного специалиста. Прослушав вводные лекции по теории музейного менеджмента и маркетинга, студенты знакомятся с работами предшественников, изучают структуру, варианты успешных проектных решений, возможности и направления для применения творческих идей. Затем, в ходе практических занятий студенты получают представление о том, как формулируется миссия музея, как проводится анализ музейной среды (ПЭСТ-анализ), а также сильных и слабых сторон музея (СВОД-анализ), каковы способы изучения музейной аудитории, выявления целевых сегментов рынка, привлечения посетителей и сторонников, какие виды коммерческой деятельности в современной России доступны музеям. Студенты знакомятся с примерами формулировок краткосрочной стратегии решения наиболее актуальных для музея задач с использованием выявленных ресурсов, учатся расстановке приоритетов в решении проблем музея, определению методов мониторинга хода и результатов осуществления стратегического плана.

Важно, чтобы студенты умели наметить конкретные задачи для «своего музея», такие как установление конкурентоспособной цены на билет или разработка эффективного графика рекламных мероприятий для разных сегментов аудитории.

Защита проектов происходит в присутствии всей группы, поощряется обмен мнениями и внесение дополнений в стратегические планы в ходе их защиты. Фактически, проводится «workshop», занятие в форме творческой лаборатории.

Несмотря на то, что описанный способ организации экзаменационного контроля по курсу формально является лишь одной из образовательных технологий, имеющей значение лишь внутри процесса обучения и формирования компетенций будущего музейного специалиста, на практике влияние его распространяется гораздо шире. Решения, предлагаемые студентами в своих учебных проектах, в том или ином виде со временем находят реальное воплощение в спектре деятельности музейных учреждений Псковской области.