Министерство просвещения Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Ульяновский государственный педагогический университет
имени И.Н. Ульянова»
(ФГБОУ ВО «УлГПУ им. И.Н. Ульянова»)

Факультет историко-филологический
Кафедра философии и культурологии

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебно-методической работе
_____ С.Н. Титов
«25» июня 2021 г.

# МАРКЕТИНГ В МУЗЕЯХ

Программа учебной дисциплины

основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы магистратуры по направлению подготовки 51.04.04 Музеология и охрана объектов культурного и природного наследия

направленность (профиль) образовательной программы:
Экскурсионный менеджмент

(заочная форма обучения)

Составитель: Бурдин Е.А., д-р истор. наук, профессор кафедры философии и культурологии

Рассмотрено и утверждено на заседании учёного совета историко-филологического факультета, протокол от «21» июня 2021 г. № 6

Ульяновск, 2021

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 01D77C644FC1E54000000006381D0002
Владелец: Титов Сергей Николаевич
Действителен: с 19.07.2021 до 19.07.2022

**Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина «Маркетинг в музеях» относится к формируемой участниками образовательных отношений части Блока 1. Дисциплины (модули) учебного плана основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы магистратуры по направлению подготовки 51.04.04 Музеология и охрана объектов культурного и природного наследия, направленность (профиль) образовательной программы «Экскурсионный менеджмент», заочной формы обучения.

Дисциплина опирается на теоретические и исторические знания, полученные в рамках общих историко-культурных курсов и спецкурсов магистратуры, логически связана с дисциплинами по менеджменту в сфере культуры, дает возможность существенно расширить знания и умения в сфере маркетинговой деятельности музея.

**1.Перечень планируемых результатов (образовательных результатов) обучения по дисциплине**

**Цельюосвоения дисциплины** является освоение знаний по организации деятельности музея на основе принципов маргетинга.

**Задачей освоения дисциплины**является формирование умений организации деятельности музея на основе принципов маркетинга.

В результате освоения программы магистратуры обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине «Маркетинг в музеях» (в таблице представлено соотнесение образовательных результатов обучения по дисциплине с индикаторами достижения компетенций):

| Компетенция и индикаторы её достижения в дисциплине | Образовательные результаты дисциплины (этапы формирования дисциплины) | | |
|---|---|---|---|
| | знает | умеет | владеет |
| УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий.<br>УК-1.1. Знает методологию и методику системного анализа, критического анализа проблемных ситуаций, стратегического управления.<br>УК-1.2. Умеет обосновывать, формулировать и решать задачи, возникающие в процессе научно-исследовательской, экспертно-консультационной деятельности; | ОР-1. Методологию использования маркетинга в работе музеев. | ОР-2. Использовать методологию современного маркетинга в разработке музейных проектов. | |
| ПК-6. Способностью оценивать условия и прогнозировать | ОР-3. Основные приемы и методы работы с | ОР-4. Оценивать качество и результативность | |

| | | | |
|---|---|---|---|
| последствия принимаемых организационно-управленческих решений.<br>ПК-6.1. Знает закономерности и механизмы управления в сфере культуры и музейного дела.<br>ПК-6.2. Умеет организовать деятельность структурных подразделений в учреждениях сферы культуры, в том числе музеях и учреждениях музейного типа; | персоналом музейного учреждения. | труда персонала музейного учреждения. | |
| ПК-9. Способен к реализации традиционных и инновационных форм работы с музейной аудиторией,<br>ПК-9.1. Знает типы музейной аудитории и методы работы с ней.<br>ПК-9.2. Умеет определять оптимальные формы культурно-образовательной деятельности музея для работы с разными типами музейной аудитории. | ОР-5. Основные методики и виды деятельности, связанные с разработкой и реализацией традиционных и инновационных форм работы с музейной аудиторией. | ОР-6.Находить и анализировать информацию, связанную с культурно-просветительской работой, проектировать цели работы с учетом музейной аудитории на основе деятельностного подхода. | |
| ПК-12. Способен проектировать основные направления музейной деятельности.<br>ПК-12.1. Знает специфику проектно-аналитической работы в различных областях музейной деятельности и особенности управления проектами в музейной сфере.<br>Пк-12.2. Умеет применять методы проектно-аналитической работы в различных областях | ОР-7. Принципы и механизмы, позволяющие проектировать основные направления музейной деятельности. | ОР-8. Создавать комплексные планы проектов в рамках основных направлений музейной сферы. | |

| | | | |
|---|---|---|---|
| музейной деятельности. | | | |

**2. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

| Номер семестра | Учебные занятия | | | | | Экзамен | Форма промежуточной аттестации |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Всего | | Лекции, час | Практические занятия, час | Самостоятельная работа, час | | |
| | Трудоемк. | | | | | | |
| | Зач. ед. | Часы | | | | | |
| 4 | 4 | 144 | 4 | 12 | 119 | 9 | экзамен |
| Итого | 4 | 144 | 4 | 12 | 119 | 9 | экзамен |

**3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий.**

***3.1. Указание тем (разделов) и отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий***

| Наименование тем | Количество часов | | |
|---|---|---|---|
| | Лекционные занятия | Практические занятия | Самостоятельная работа |
| Тема 1. Маркетинг как инструмент развития деятельности музея | 2 | 2 | 20 |
| Тема 2. Маркетинговые исследования в сфере музейной деятельности | 2 | 4 | 32 |
| Тема 3. Формирование маркетинговой стратегии в деятельности музея. | | 2 | 37 |
| Тема 4.Система маркетинговых связей. | | 4 | 30 |
| Всего | 4 | 12 | 119 |

***3.2. Краткое описание содержания тем дисциплины***

**Тема 1. Маркетинг как инструмент развития деятельности музея**.

Основные понятия маркетинга: классификация рынков (рынок товаров, услуг, труда). Понятие и специфика маркетинга услуг. Сущность и содержание маркетинга в музейной сфере. Экспертные оценки как источники маркетинговой информации. Методы экспертных оценок (анкетирование и интервьюирование). Система анализа маркетинговой информации.

Использование современной методологии гуманитарного знания в профессиональной деятельности.

**Тема 2.Маркетинговые исследования в сфере музейной деятельности.**

Задачи и главные принципы проведения маркетинговых исследований в сфере музейных услуг. Музей как ранок и его основные признаки. Конъюктурообразующие факторы, влияющие на развитие рынка. Этапы изучения конъюнктуры экскурсионно-туристического рынка. Уровни емкости рынка (возможный и реальный). Конкурентная среда в музейной сфере.

**Тема 3.Формирование маркетинговой стратегии.**

Сегментация рынка. Выбор целевого рынка. Маркетинговые исследования потребительских предпочтений. Позиционирование товара на рынке. Сущность и порядок стратегического маркетингового планирования. Выбор и оценка маркетинговой стратегии. Управление коллективом, владение приемами и методами работы с персоналом, методами оценки качества и результативности труда и персонала

**Тема 4.Система маркетинговых связей**.

Комплекс основных маркетинговых коммуникаций. Основные средства воздействия: реклама, пропаганда, стимулирование сбыта, личная продажа. Реклама как наиболее значимый элемент коммуникационного комплекса. Функции реформирования и убеждения. Паблик рилейшнз и паблисити в рекламных целях. Персональные (прямые) продажи – важная статья маркетингового плана.

## 6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Самостоятельная работа обучающихся является особой формой организации учебного процесса, представляющая собой планируемую, познавательно, организационно и методически направляемую деятельность, ориентированную на достижение конкретного результата, осуществляемую без прямой помощи преподавателя. Самостоятельная работа обучающихся является составной частью учебной работы и имеет целью закрепление и углубление полученных знаний и навыков, поиск и приобретение новых знаний, а также выполнение учебных заданий, подготовку к предстоящим занятиям и промежуточной аттестации. Она предусматривает, как правило, разработку рефератов, написание докладов, выполнение творческих, индивидуальных заданий в соответствии с учебной программой (тематическим планом изучения дисциплины). Тема для такого выступления может быть предложена преподавателем или избрана самим обучающимся, но материал выступления не должен дублировать лекционный материал. Реферативный материал служит дополнительной информацией для работы на практических занятиях. Основная цель данного вида работы состоит в обучении магистрантов методам самостоятельной работы с учебным материалом. Для полноты усвоения тем, вынесенных в практические занятия, требуется работа с первоисточниками. Курс предусматривает самостоятельную работу обучающихся со специальной литературой. Следует отметить, что самостоятельная работа результативна лишь тогда, когда она выполняется систематически, планомерно и целенаправленно.

Общий объем самостоятельной работы студентов по дисциплине включает аудиторную и внеаудиторную самостоятельную работу студентов в течение семестра.

Аудиторная самостоятельная работа осуществляется в форме выполнения оценочных средств по дисциплине, которые включают экспресс-опрос, круглый стол, групповое обсуждение, мозговой штурм, дискуссию.

Внеаудиторная самостоятельная работа осуществляется в формах:

- подготовки к устным докладам;
- подготовка к презентациям»
- выполнение индивидуальных заданий;

***Вопросы для самостоятельного изучения обучающимися содержания дисциплины (примерные темы обсуждений, мини-выступлений)***

1.Информационное обеспечение систем маркетинга в музеях.
2. Конкурентная карта рынка музейных услуг.
3. Маркетинговая система.
4. Купоны-сертификаты в сфере музейного маркетинга.
5. Конкурентное преимущество (на примере музеев Ульяновска).
6. Разработка нового продукта в сфере музейного маркетинга.
7. Работа с «фокус-группой» в системе музейного маркетинга
8. «Четыре Р» маркетинга в музее.
9 Целевой рынок в музейном маркетинге.
10. Фирменный стиль в музейном маркетинге.
12.Рассмотреть маркетинг как систему приемов и способов, которые обеспечивают исследование потребностей общества.
13. Маркетинг как средство достижения соответствия и равновесия между присущей музею социально-культурной функции и требованиями рынка.
14. Музейный маркетинг как социально-культурная услуга.
15. Основные социальные функции маркетинга.
16. Разностороннее изучение реальных и потенциальных посетителей и установление с ними обратной связи.
17. Проектирование нововведений, которые обеспечили бы удовлетворение потребностей посетителей и одновременно содействовали бы увеличению доходов музея.
18. Анализ эффективности деятельности по продвижению музейных услуг в разработке рекомендаций по совершенствованию этой деятельностью.
19.Фундаментальные основы маркетинга в соотнесении со спецификой музейной деятельности.
20. Логика взаимоотношения музея и рынка.
21. Стимулирующий маркетинг в музеях.

***Примерная тематика контрольных работ (рефератов)***

1. Музей как научный и культурный центр региона.
2. Маркетинговые исследования в системе музейной деятельности (сущность, содержание, задачи).
3. Маркетинг коммуникации в музее.
4. Организационные структуры маркетинга.
5. Паблик рилейшенз — комплексное взаимодействие музея с общественностью.
6. Особенности музейной рекламы.
7. Маркетинг коммерческой деятельности.
8. Формирование маркетинговой стратегии.
9. Социально-экономическая сущность маркетинга.
10. Специфика маркетинга услуг в социально-культурной сфере

***Для самостоятельной подготовки к занятиям по дисциплине рекомендуется использовать учебно-методические материалы:***

1. Зорин А.Н. Интерактивно-тестовый контроль образовательных результатов в преподавании социально-гуманитарных дисциплин: учебно-методические рекомендации. – Ульяновск: УлГПУ, 2017. – 25 с. – URL: http://els.ulspu.ru/?song_lyric=%D0%B8%D0%BD%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%B0%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%BE-%D1%82%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%BE%D0%B2%D1%8B%D0%B9-%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%82%D1%80%D0%BE%D0%BB%D1%8C-%D0%BE%D0%B1%D1%80%D0%B0.

2. Мальцева А.П. Устная работа студентов на семинарских занятиях по социально-гуманитарным дисциплинам. – Ульяновск: УлГПУ, 2017. – 20 с. – URL: http://els.ulspu.ru/?song_lyric=%D1%83%D1%81%D1%82%D0%BD%D0%B0%D1%8F-%D1%80%D0%B0%D0%B1%D0%BE%D1%82%D0%B0-%D1%81%D1%82%D1%83%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%BE%D0%B2-%D0%BD%D0%B0-%D1%81%D0%B5%D0%BC%D0%B8%D0%BD%D0%B0%D1%80%D1%81%D0%BA.

3. Кривошеева И.В. Маркетинг в музеях: методические рекомендации. – Ульяновск: ФГБОУ ВО "УлГПУ им. И. Н. Ульянова", 2016. – 30 с. - URL: http://els.ulspu.ru/?song_lyric=%D0%BC%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3-%D0%B2-%D0%BC%D1%83%D0%B7%D0%B5%D1%8F%D1%85

## 5. Примерные оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

### Организация и проведение аттестации обучающегося

ФГОС ВО в соответствии с принципами Болонского процесса ориентированы преимущественно не на сообщение магистранту комплекса теоретических знаний, но на выработку компетенций – динамического набора знаний, умений, навыков и личностных качеств, которые позволят выпускнику стать конкурентоспособным на рынке труда и успешно профессионально реализовываться.

В процессе оценки магистранта необходимо используются как традиционные, так и инновационные типы, виды и формы контроля. При этом постепенно традиционные средства совершенствуются в русле компетентностного подхода, а инновационные средства адаптированы для повсеместного применения в российской вузовской практике.

**Цель проведения аттестации** – проверка освоения образовательной программы дисциплины-практикума через сформированность образовательных результатов.

**Промежуточная аттестация** осуществляется в конце семестра (экзамен) и завершает изучение дисциплины; помогает оценить более крупные совокупности знаний и умений, формирование определенных профессиональных компетенций.

| № п/п | **СРЕДСТВА ОЦЕНИВАНИЯ,** используемые для текущего оценивания показателя формирования компетенции | Образовательные результаты дисциплины |
|---|---|---|
| | **Оценочные средства для текущей аттестации**<br>ОС-1. Анализ терминов и понятий в маркетинге (контрольный тест)<br><br>ОС-2. Анализ результатов маркетинговых исследований рынка и конкурентов. Круглый стол (темы обсуждений)<br><br>ОС-3.Групповое обсуждение формирования маркетинговой стратегии<br><br>ОС-4. Опыт осуществления рекламы и персональных продаж (практическое задание – пакет предложений)). | ОР-1. Методологию использования маркетинга в работе музеев.<br>ОР-2. Использовать методологию современного маркетинга в разработке музейных проектов.<br>ОР-3. Основные приемы и методы работы с персоналом музейного учреждения.<br>ОР-4. Оценивать качество и результативность труда персонала музейного учреждения.<br>ОР-5. Основные методики и виды деятельности, связанные с разработкой и реализацией традиционных и инновационных форм работы с музейной аудиторией.<br>ОР-6. Находить и анализировать информацию, связанную с |
| | **Оценочные средства для промежуточной аттестации**<br>ОС-5 Экзамен в форме устного | |

| | | |
|---|---|---|
| | собеседования по вопросам. | культурно-просветительской работой, проектировать цели работы с учетом музейной аудитории на основе деятельностного подхода,<br>ОР-7. Принципы и механизмы, позволяющие проектировать основные направления музейной деятельности.<br>ОР-8. Создавать комплексные планы проектов в рамках основных направлений музейной сферы. |

Описание оценочных средств, процедуры и критерии оценивания индикаторов достижения компетенций на различных этапах их формирования в процессе освоения образовательной программы представлены в Фонде оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине.

***Материалы, используемые для текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине***

Материалы для организации текущей аттестации представлены в п. 5 программы.

***Материалы, используемые для промежуточного контроля успеваемости обучающихся по дисциплине***

**ОС-5 Экзамен в форме устного собеседования по вопросам**

**Примерный перечень вопросов к экзамену**

1. Сущность и значение музейного маркетинга
2. Характерные особенности музейного маркетинга.
3. Источники финансирования музеев.
4. Спонсорство, благотворительность и меценатство в музее.
5. Маркетинговая стратегия и ее особенности.
6. Основные формы рекламной деятельности музеев.
7. Социально-экономическая сущность маркетинга.
8 Специфика маркетинга услуг в социально-культурной сфере.
9. Содержание и особенности музейного маркетинга в условиях современного рынка.
10.Музейный маркетинг: концепции и технологии
11. Музей как научный и культурный центр региона.
12. Маркетинговые исследования в системе музейной деятельности (сущность, содержание, задачи).
13. Маркетинг коммуникации в музее.
14. Основные направления деятельности отдела маркетинга.
15. Паблик рилейшенз — комплексное взаимодействие музея с общественностью.
16. Особенности музейной рекламы.
17. Маркетинг коммерческой деятельности.
18. Формирование маркетинговой стратегии.

В конце изучения дисциплины подводятся итоги работы студентов на лекционных и практических занятиях путем суммирования заработанных баллов в течение семестра

**Критерии оценивания знаний магистрантов по дисциплине**

*Формирование балльно-рейтинговой оценки работы обучающихся*

| | | Посещение лекций | Посещение практических занятий | Работа на практических занятиях | Экзамен |
|---|---|---|---|---|---|
| **4семестр** | Разбалловка по видам работ | 2 х 1=2 балла | 6 х 1=6 баллов | 296 баллов max | 96 баллов |
| | Суммарный макс. балл | 2 балла max | 6 баллов max | 296 баллов max | 400 баллов max |

*Критерии оценивания работы обучающегося по итогам семестра*

По итогам изучения дисциплины обучающийся набирает определённое количество баллов, которое оценивается согласно следующей таблице:

| | Баллы (4 ЗЕ) |
|---|---|
| «отлично» | 361-400 |
| «хорошо» | 281-360 |
| «удовлетворительно» | 201-280 |
| «неудовлетворительно» | менее 200 |

**6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.**

Успешное изучение курса требует от обучающихся посещения лекций, активной работы на лабораторных занятиях, выполнения всех учебных заданий преподавателя, ознакомления с основной и дополнительной литературой.

Запись **лекции** – одна из форм активной самостоятельной работы обучающихся, требующая навыков и умения кратко, схематично, последовательно и логично фиксировать основные положения, выводы, обобщения, формулировки. В конце лекции преподаватель оставляет время (5 минут) для того, чтобы обучающиеся имели возможность задать уточняющие вопросы по изучаемому материалу. Из-за недостаточного количества аудиторных часов некоторые темы не удается осветить в полном объеме, поэтому преподаватель, по своему усмотрению, некоторые вопросы выносит на самостоятельную работу магистрантов, рекомендуя ту или иную литературу. Кроме этого, для лучшего освоения материала и систематизации знаний по дисциплине, необходимо постоянно разбирать материалы лекций по конспектам и учебным пособиям. В случае необходимости обращаться к преподавателю за консультацией.

**Практическое занятие** включает в себя два вида работ: подготовку сообщения и участие в обсуждении проблемы, затронутой сообщением. Основной вид работы на занятии – участие в обсуждении проблемы.

Правила поведения на практических занятиях:

1. Необходимо являться с запасом сформулированных идей.

2. Выступления должны быть по возможности компактными и в то же время вразумительными. Старайтесь не перебивать говорящего, это некорректно; замечания, возражения и дополнения следуют обычно по окончании текущего выступления.

На практическом занятии идёт проверка степени проникновения в суть материала, обсуждаемой проблемы. Поэтому беседа будет идти не по содержанию прочитанных работ; преподаватель будет ставить проблемные вопросы.

По окончании практического занятия к нему следует обратиться ещё раз, повторив сделанные выводы, проследив логику их построения, отметив положения, лежащие в их основе – для этого в течение занятия следует делать небольшие пометки. Таким образом, практическое занятие не пройдёт даром, закрепление результатов занятия ведёт к лучшему усвоению материала изученной темы и лучшей ориентации в структуре курса. Вышеприведённая процедура должна практиковаться регулярно – стабильная и прилежная работа в течение семестра будет залогом успеха на сессии.

**Планы практических занятий:**

**Практическое занятие № 1. Маркетинг как инструмент развития деятельности музея**.

Вопросы:

1. Анализ плана маркетинга.
2. Маркетинг-контроллинг.
3. Онлайн маркетинг.
4. Опрос-метод как инструмент маркетинга

Задания к занятию:

1. Найти литературу и материалы из других источников по теме практического занятия.

2. Подготовить доклады (рефераты) и презентации.

План работы на занятии:

1. Организационный момент.
2. Контроль знаний (заслушивание докладов, просмотр презентаций и т.д.);
3. Подведение итогов.
4. Задание для внеаудиторной работы.

**Практическое занятие № 2. Основные элементы маркетинга**.

Вопросы:

1.Четыре «Р» маркетинга - музейный продукт, цена, место, продвижение.

2. Три основные составляющие маркетинга:

- задачи практического маркетинга,
- управление маркетинговой деятельность,
- информационное обеспечение деятельности и управления.

Задания к занятию:

1. Найти литературу и материалы из других источников по теме практического занятия.

2. Подготовить доклады (рефераты) и презентации.

План работы на занятии:

1. Организационный момент.
2. Контроль знаний (заслушивание докладов, просмотр презентаций и т.д.);
3. Подведение итогов.
4. Задание для внеаудиторной работы.

**Практическое занятие № 3. Формирование маркетинговой стратегии.**

Вопросы:

1. Выбор целевого рынка.
2. Маркетинговые исследования потребительских предпочтений. Позиционирование товара на рынке.
3. Сущность и порядок стратегического маркетингового планирования.
4. Выбор и оценка маркетинговой стратегии

Задания к занятию:

1. Найти литературу и материалы из других источников по теме практического занятия.

2. Подготовить доклады (рефераты) и презентации.

План работы на занятии:

1. Организационный момент.
2. Контроль знаний (заслушивание докладов, просмотр презентаций и т.д.);
3. Подведение итогов.
4. Задание для внеаудиторной работы.

**Практическое занятие № 4. Система маркетинговых связей**.

Вопросы:

1. Комплекс основных маркетинговых коммуникаций

2. Реклама как наиболее значимый элемент коммуникационного комплекса.
3. Паблик рилейшнз и паблисити.
4. Персональные продажи – важная статья маркетингового плана.

Задания к занятию:

1. Найти литературу и материалы из других источников по теме практического занятия.

2. Подготовить доклады (рефераты) и презентации.

План работы на занятии:

1. Организационный момент.
2. Контроль знаний (заслушивание докладов, просмотр презентаций и т.д.);
3. Подведение итогов.
4. Задание для внеаудиторной работы.

**7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, интернет-ресурсов, необходимых для освоения дисциплины**

**Основная литература**

1. Абабков Ю.Н. Маркетинг в туризме: учебник. – М.: ИНФРА-М, 2020. – 214 с. – URL: http://znanium.com/go.php?id=1072121.

2. Морозов Ю.В. Основы маркетинга: учебное пособие. – М.: Дашков и К°, 2018. – 148 с. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573185.

3. Юмашева И.А. Маркетинг туризма. – Москва|Берлин: Директ-Медиа, 2020. – 210 с. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=577860.

**Дополнительная литература**

1. Егоров Ю.Н. Основы маркетинга: учебник. – М.: ИНФРА-М, 2015. – 292 с. - URL: http://znanium.com/go.php?id=472903.

2. Переверзев М.П. Менеджмент в сфере культуры и искусства: учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2021. – 192 с. – URL: http://znanium.com/catalog/document?id=361221.

3. Реброва Н.П. Маркетинговые исследования: теоретические и практические аспекты: учебное пособие. – М.: Прометей, 2020. – 159 с. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=612089.

***Электронные библиотечные системы (ЭБС), с которыми сотрудничает «УлГПУ им. И.Н. Ульянова»***

| № | Название ЭБС | №, дата договора | Срок использования | Количество пользователей |
|---|---|---|---|---|
| 1 | «ЭБС ZNANIUM.COM» | Договор № 990 от 24.04.2020 | с 01.06.2020 по 31.05.2021 | 8 000 |
| 2 | ЭБС «Университетская библиотека онлайн» (+коллекция Мультимедиа-Аудиокниги для инклюзивного образования) | Договор № 1638 от 23.09.2020 | с 22.11.2020 по 21.11.2021 | 8 000 |
| 3 | ООО «ИВИС» | Договор № 500 от 19.02.2020 | с 19.02.2020 до 19.02.2021 | 100% |
| 4 | ЭБС «ЭБС ЮРАЙТ» Коллекция «Легендарные книги» | Договор № 2816 от 27.11.2019 | с 13.12.2019 по 13.12.2020 с последующей пролонгацией на каждый последующий | 100% |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | | год | |
| 5 | ЭБС Лань» коллекция «Искусствоведение-Издательство Планета музыки» (+произведения для лиц с проблемами зрения) | Договор № 758 от 20.03.2020 | с 20.03.20 по 20.03.21 | 100% |
| 6 | ООО «Издательство Лань» Сетевой педагогический университет | Договор № ЭБ СПУ 1678 от 31.05.2018 | с 31.05.18 до 31.12.2021 с последующей пролонгацией на каждый последующий год | 100% |
| 7 | Национальная электронная библиотека | Договор № 101/НЭБ/6623 от 25.02.2020 | С 25.02.20 по 25.02.25 с последующей пролонгацией на следующие 5 лет | 100% |
| 8 | ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа» ЭБС IPRbooks Доступ к произведениям НОП «Открытое педагогическое образование» (научно-образовательной платформы ЭБС) | Соглашение № 7398/20 от 12.11.2020 | С 12.11.2020 по 12.11.2020 с последующей пролонгацией на следующие 5 лет | 100% |

***Интернет-ресурсы***

- Особенности использования средств маркетинга в экскурсионной деятельности [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://sibac.info/studconf/science/xxv/81172.
- Экскурсионная деятельность [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://svastour.ru/articles/puteshestviya/vidy-turov/ekskursionnaya-deyatelnost.html
- Экскурсионная деятельность [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://vokrug-sveta.com.ua/kifiyak-ekskyrsionnaya-deyateljnostj.html.

**8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)**

* Архиватор 7-Zip,
* Антивирус Dr.WebDesktopSecuritySuite, лицензия LBW-BC-24M-351-A1, договор №0368100013820000060 от 25.01.2021 г., действующая лицензия,
* Операционная система WindowsPro 7 RUSUpgrdOLPNLAcdmc,
* Офисныйпакетпрограмм Microsoft Office Professional 2013 OLP NL Academic,
* Программа для просмотра файлов формата DjVuWinDjView,
* Программа для просмотра файлов формата PDF Adobe Reader XI,
* Браузер GoogleChrome.

**9. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

| **Наименование** | **Оснащенность** | **Перечень лицензионного** |
|---|---|---|

| специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы | специальных помещений и помещений для самостоятельной работы | программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа |
|---|---|---|
| ул. Корюкина, дом 2/9.<br>Аудитория № 21<br>Аудитория для лекционных и практических занятий. | 1. Стол ученический 2-местный – 28 шт.<br>2. Стул ученический – 55 шт.<br>3. Экран настенный 213*213 – 1 шт. (инв. № BA0000000045)<br>4. Доска ученическая – 1 шт. | |
| ул. Корюкина, дом 2/9.<br>Аудитория № 22<br>Аудитория для лекционных и практических занятий | 1. Стол ученический 2-местный – 28 шт.<br>2. Стул ученический – 55 шт.<br>3. Доска ученическая – 1 шт. | |
| ул. Корюкина, дом 2/9.<br>Аудитория № 23<br>Аудитория для практических занятий | 1. Стол ученический 2-местный – 13 шт.<br>2. Стул ученический – 26 шт.<br>3. Шкаф четырехстворчатый – 2 шт.<br>4. Шкаф двухстворчатый – 2 шт.<br>5. Доска ученическая – 1 шт. | |
| ул. Корюкина, дом 2/9.<br>Аудитория № 24<br>Компьютерный класс<br>Аудитория для практических занятий. | 1. Стол ученический 2-местный – 10 шт.<br>2. Стул ученический – 20 шт. | |
| ул. Корюкина, дом 2/9.<br>Аудитория № 25<br>Аудитория для практических занятий | 1. Стол ученический 2-местный – 13 шт.<br>2. Стул ученический – 26 шт.<br>3. Доска ученическая – 1 шт. | |
| ул. Корюкина, дом 2/9.<br>Аудитория № 27<br>Аудитория для лекционных и практических занятий | 1. Мультимедийный класс в составе: интерактивная система SMART Boaro SB685. Ноутбук HP Pavilion g6-2364/мышь. кабель. коммутатор-D-Link–1 шт. (инв. № BA0000005368).<br>2. Стол ученический 2-местный – 28 шт.<br>3. Стул ученический – 55 шт. | * Архиватор 7-Zip, открытое программное обеспечение, бесплатная лицензия, пролонгировано.<br>* Антивирус ESET EndpointAntivirusfor Windows, лицензия EAV-0120085134, контракт №1110 от 15.12.2014 г., действующая лицензия.<br>* Операционная система Windows Pro 7 RUS Upgrd OLP NL Acdmc, OpenLicense: 47357816, Гражданско-правовой договор № 0368100013813000050-0003977-01 от 02.10.2013 г., действующая лицензия.<br>* Офисный пакет программ Microsoft Office Professional 2013 OLP NL Academic, OpenLicense: 62135981, |

| | | |
|---|---|---|
| | | договор № 799 от 25.09.2013 г., действующая лицензия.<br>* Программа для просмотра файлов формата DjVuWinDjView, открытое программное обеспечение, бесплатная лицензия, пролонгировано.<br>* Программа для просмотра файлов формата PDF Adobe Reader XI, открытое программное обеспечение, бесплатная лицензия, пролонгировано.<br>* Браузер Google Chrome, открытое программное обеспечение, бесплатная лицензия, пролонгировано. |
| ул. Корюкина, дом 2/9.<br>Аудитория № 28<br>Аудитория для практических занятий | 1. Лингафонный кабинет Диалог (инв. № 3417192)<br>2. Стол ученический – 13 шт.<br>3. Стул ученический – 26 шт.<br>4. Шкаф четырехстворчатый – 1 шт.<br>5. Доска ученическая – 1 шт. | |

| | | |
|---|---|---|
| ул. Корюкина, дом 2/9.<br>Аудитория № 26<br>Компьютерный класс.<br>Аудитория для лекционных и практических занятий. | Стулья – 50 шт., парты – 25 шт., шкаф книжный со стеклом – 2 шт., меловая доска – 1 шт., доска белая магнитная WBASO912 – 1 шт., моноблок Lenovo – 8 шт., компьютер в сборе Intel – 1 шт., проектор NEC M361X – 1 шт. | * Архиватор 7-Zip, открытое программное обеспечение, бесплатная лицензия, пролонгировано.<br>* Антивирус ESET EndpointAntivirusfor Windows, лицензия EAV-0120085134, контракт №1110 от 15.12.2014 г., действующая лицензия.<br>* Операционная система Windows Pro 7 RUS Upgrd OLP NL Acdmc, OpenLicense: 47357816, Гражданско-правовой договор № 0368100013813000050-0003977-01 от 02.10.2013 г., действующая лицензия.<br>* Офисный пакет программ Microsoft Office Professional 2013 OLP NL Academic, OpenLicense: 62135981, договор № 799 от 25.09.2013 г., действующая лицензия.<br>* Программа для просмотра файлов формата DjVuWinDjView, открытое |

| | | |
|---|---|---|
| | | программное обеспечение, бесплатная лицензия, пролонгировано.<br>* Программа для просмотра файлов формата PDF Adobe Reader XI, открытое программное обеспечение, бесплатная лицензия, пролонгировано.<br>* Браузер Google Chrome, открытое программное обеспечение, бесплатная лицензия, пролонгировано. |
| ул. Корюкина, дом 2/9.<br>Аудитория № 29<br>Аудитория для практических занятий | 1. Стол ученический 2-местный – 13 шт.<br>2. Стул ученический – 26 шт.<br>3. Доска ученическая – 1 шт. | |
| Пл. 100-летия со дня рождения В.И. Ленина, 4<br>Библиотека УлГПУ<br>Помещение для самостоятельной работы | Ноутбук Lenovo IdeaPad B590 Intel Pentium Dual-Core B960 2.2Ггц 4G/500G/DVD-RW15.6*/Windows 7 Home - 7шт;<br>Ноутбук 15,6 ACER Packard Bell EasyNote ENTE11HC-B9604G50MNKS-8шт;<br>Стол-18 шт;<br>Стол преподавателя-1шт;<br>Библиотечная кафедра-1шт;<br>Книжный стеллаж-1шт;<br>Шкаф-стеллаж комбинированный -5шт;<br>Стул Джуно-52шт;<br>Стойка для рекламных материалов напольная сетчатая на 9 лотков-3шт;<br>Тюль -8шт;<br>Шторы коричневые-15шт;<br>Шкаф пожарный ШПК-002-1шт;<br>Колонны-15шт;<br>Арк.стекло-24шт. | **Ноутбук ACER Packard Bell EasyNote ENTE11HC-B9604G50MNKS**<br>**Лицензионные программы**<br>* Архиватор 7-Zip, открытое программное обеспечение, бесплатная лицензия, пролонгировано.<br>* Антивирус ESET EndpointAntivirusfor Windows, лицензия EAV-0120085134, контракт №260916-ЛД от 12.12.2016 г., действующая лицензия.<br>* Операционная система Windows 8 OEM, договор №220 от 18.03.2013 г., действующая лицензия.<br>* Офисный пакет программ OfficeProPlus 2013 RUS OLP NL Acdmc,<br>Open License: 62176011, договор №220 от 18.03.2013 г., действующая лицензия.<br>* Программа для просмотра файлов формата DjVuWinDjView, открытое программное обеспечение, бесплатная лицензия, пролонгировано.<br>* Программа для просмотра файлов формата PDF Adobe Reader XI, открытое программное обеспечение, бесплатная лицензия, пролонгировано. |

| | | |
|---|---|---|
| | | * Браузер Google Chrome, открытое программное обеспечение, бесплатная лицензия, пролонгировано.<br>**Ноутбуки Lenovo IdeaPad B590**<br>**Лицензионные программы**<br>* Архиватор 7-Zip, открытое программное обеспечение, бесплатная<br>лицензия, пролонгировано.<br>* Антивирус ESET EndpointAntivirusfor Windows, лицензия EAV-0120085134, контракт №260916-ЛД от 12.12.2016 г., действующая лицензия.<br>* Операционная система Windows 7 Pro, договор №0368100013813000050-0003977-01от 02.10.2013 г., действующая лицензия.<br>* Офисный пакет программ OfficeProPlus 2013 RUS OLP NL Acdmc,<br>Open License: 62176011, договор №220 от 18.03.2013 г., действующая лицензия.<br>* Программа для просмотра файлов формата DjVuWinDjView, открытое программное обеспечение, бесплатная лицензия, пролонгировано.<br>* Программа для просмотра файлов формата PDF Adobe Reader XI, открытое программное обеспечение, бесплатная лицензия, пролонгировано.<br>* Браузер Google Chrome, открытое программное обеспечение, бесплатная лицензия, пролонгировано. |