

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/kurovaya-rabota/437120>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Реклама и PR

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 3

ГЛАВА 1. МУЗЕЙ КАК СОЦИАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ 5

1.1 Понятие и история развития музейной деятельности 5

1.2 Потребители музейных услуг 8

ГЛАВА 2 ИССЛЕДОВАНИЕ ПРОДВИЖЕНИЯ МУЗЕЕВ 10

2.1 Методы продвижения музея 10

2.2 Анализ продвижения музея на примере государственного музея-заповедника М. А. Шолохова 14

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 23

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ 25

ГЛАВА 1. МУЗЕЙ КАК СОЦИАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ

1.1 Понятие и история развития музейной деятельности

Музей - это учреждение, которое собирает, изучает, хранит и экспонирует предметы-памятники естественной истории, материальной и духовной культуры, а также проводит просветительскую деятельность. Термин "музей" происходит от греческого слова "mouseion", что переводится как "храм муз". В древности также существовала практика сбора и хранения отдельных предметов, преимущественно принадлежащих правителям, общинам и богатым людям.

В древнегреческой культуре термин "музей" обозначал храм муз - музы сопровождали бога Аполлона и покровительствовали различным видам искусства. Такой подход к коллекционированию был характерен для многих регионов мира, включая Китай, Иран, Индию, Османскую империю и другие. В период Ренессанса в Италии (XIV-XVI века) начали появляться музеи, которые в то время назывались "студьоло". В XVI веке в Германии музеи назывались "кунсткамера" или "вундеркамера", а во Франции - "кабинет", "статуарий" или "антикварий". Первый археологический музей в закрытом помещении был основан в Венеции в 1523 году. Коллекционирование постепенно стало распространенным явлением в различных европейских странах благодаря влиянию религиозного движения Реформации.

В эпоху Просвещения появились первые публичные музеи, одним из первых из которых был капитулийский музей в Риме, основанный папой Климентом XII в 1734 году. Во Франции в конце XVIII века частные коллекции в провинции были преобразованы в музеи. Коллекции Габсбургов превосходили собрания других правящих домов Центральной Европы.

В Речи Посполитой план создания польского "публичного музея" был разработан советником короля М. Мнишеком в 1775 году. Первым национальным публичным музеем в мире стал Британский музей, который был открыт для свободного посещения в 1759 году. В Голландии пользовались популярностью анатомические и зоологические коллекции и музеи. В конце XVIII и начале XIX века возникла необходимость в отдельном здании для музеев.

В Париже в период с 1793 по 1795 годы были открыты музей искусств во дворце Лувр, музей естественной истории, консерватория искусств и ремесел, а также музей артиллерии. Первым специализированным историческим музеем в мире стал музей французских памятников. В это время публичные музеи во Франции были переданы под управление государства.

Во второй половине XIX - начале XX века технический прогресс оказал значительное влияние на развитие музейной сферы в Европе и Северной Америке. В 1851 году в Лондоне была организована крупная выставка промышленности, которая проходила в специально построенном хрустальном дворце. В тот же период во Франции был устроен этнографический музей для Всемирной выставки 1878 года. В США, после закрытия Филадельфийской выставки, посвященной столетию войны за независимость в 1876 году, в мемориальном павильоне был открыт художественный музей.

Влияние всемирных выставок способствовало появлению нового типа музеев - художественно-

промышленных. С середины XIX века начали развиваться специализированные художественные музеи современного искусства, а также национальные музеи. Первый национальный музей Италии был открыт во Флоренции в 1865 году. Второй половине XIX века в Европе стали популярны этнографические музеи. Музеи под открытым небом, вроде первого скансена, открытого в Стокгольме в 1891 году, стали особым типом этнографических музеев, где демонстрировались старинные постройки со всего скандинавского полуострова. Развитие музейной деятельности во второй половине XIX - начале XX века способствовало формированию профессии музейного специалиста.

После завершения Первой мировой войны оживление музейной сферы наступило с организацией международного музейного ведомства при Лиге Наций. Однако в разных странах музейное дело развивалось по-разному в зависимости от политической обстановки. Например, в Италии и Германии музеи стали инструментом фашистских режимов, в то время как в странах с либеральными политическими устремлениями развитие музейного дела шло по традиционному пути. После Второй мировой войны музеи и культурные памятники начали входить в компетенцию отдела культурного наследия ЮНЕСКО, базирующегося в Париже, который издавал ежеквартальный журнал "Музей".

Сегодня в мировом культурном пространстве сложилась сложная и разветвленная система музеев, которая призвана формировать и организовывать отношения между современным человеком и культурным наследием человечества.

Музеи могут быть классифицированы по своему общественному назначению. Некоторые музеи являются научно-исследовательскими и проводят экскурсии, лекции, консультации, занятия, беседы, тематические вечера, концерты и другие мероприятия. В музеях-просветителях, которые являются наиболее распространенными, хранятся памятники материальной, духовной культуры, природные объекты, историко-краеведческие и художественные ценности. Также существуют учебные музеи, которые создаются для обучения студентов и школьников по определенной тематике и занимают несколько комнат под руководством двух или трех педагогов.

Музеи бывают разных типов: художественные, музеи-заповедники, архитектурные, краеведческие, мемориальные, исторические, литературные, музыкальные, театральные и науки-техники. Они также могут быть классифицированы по нескольким критериям.

Во-первых, по профилю: исторические, литературные, естественно-научные, отраслевые и т.д.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

- 1.Абанкина, Т. В. Влияние информационных технологий на некоммерческий маркетинг. – М.: АНОК «Музей будущего», 2021. – 101 с.
- 2.Барма, О. А., Голубович, А. Ю. Позиционирование и продвижение продуктов и услуг региональных музеев посредством web-сайтов // Вісник Маріупольського державного університету. – 2023. – № 5. – С. 128-139.
3. Гаврилов Ю.А., Шевченко А.Г. Деятельность музеев. - М.: Наука, 2020. -130с.
- 4.Гук Д.Ю. Музей в современном информационном пространстве: потенциал социальных сетей // Евразийский союз ученых. - 2022. - № 12. - С. 1-10.
- 5.Емелева, Т. В. Особенности продвижения музеев федерального и регионального значения // Молодой ученый. — 2021. — № 23 (365). — С. 453-454.
6. Калинина А.В. Маркетинг в музее. Основные этапы разработки и осуществления маркетинговой политики // Справочник руководителя Учреждения Культуры. - 2023. - №2. - С.60-67.
7. Калинина Л.Л. Музей и СМИ // Справочник руководителя Учреждения Культуры. - 2023. - №2. - С.65-72.
- 8.Макушева, О. Н. Особенности музейного маркетинга // Молодой ученый. — 2019. — № 24 (262). — С. 394–396.
- 9.Макушева, О. Н. Специфика деятельности отдела рекламы в коммерческой и некоммерческой сферах // Молодой ученый. — 2019. — № 52 (290). — С. 435–437.
- 10.Маркидан, В. П. Музейный маркетинг во время пандемии: новые тенденции и тренды // Молодой ученый. — 2021. — № 30 (372). — С. 87-88.
- 11.Милинчук, Е. С. Роль цифровых технологий в продвижении музейного продукта // Дыльновские чтения: Материалы VI Всероссийской научно-практической конференции, Саратов, 12 февраля 2022 г. – Саратов: Издательство «Саратов- ский источник», 2022. – С. 90–95.
- 12.Музей и новые технологии / сост. и науч. ред. Н. А. Никишин. – М.: Прогресс-Традиция, 2021. – 216 с.
- 13.Петринич, Е. Ю. Современные технологии в развитии музейного маркетинга // Молодой ученый. — 2022. — № 22 (260). — С. 616-617.
14. Пеш Д. Маркетинг в музеях? // Мир музея. - 2023. - №5. - С.66-68.

- 15.Пшеничных, Ю. А. Анализ динамики и тенденций развития современного международного туристского рынка // Вестник университета. – 2021. – № 1. – С. 53–61.
- 16.Рыгалова, М. В. Веб-сайты как средство презентации // Ученые записки. – 2021. – № 3 (17). – С. 22–25.
17. Соболева Е. Музейный маркетинг, спонсорство и паблик рилейшнз: опыт немецких музеев // Мир музея. - 2020. - №4. - С.65.
- 18.Шекова Е. Л. Особенности маркетинга в сфере культуры (на примере музеев) // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 6 Экономика. - 2021 - № 2 - С. 71–86.
- 19.Официальный сайт государственного музея-заповедника М. А. Шолохова – <http://sholokhov.ru>

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/kursovaya-rabota/437120>