

Питання для підготовки до модульного контролю з дисципліни

«Музейний маркетинг»

1. Музейний маркетинг як навчальна дисципліна.
2. Стан розвитку музейного маркетингу в Україні.
3. Джерельна база та історіографія музейного маркетингу.
4. Особливості маркетингу соціокультурній сфері.
5. Мета, завдання та роль маркетингу в організації діяльності музейної установи.
6. Поняття про основні напрями музейної діяльності.
7. Організація роботи структурних підрозділів музею.
8. Організація діяльності відділів менеджмента і маркетинга (груп) в сучасних музеях.
9. Сутність та співвідношення понять «маркетинг» та «музейний маркетинг».
10. Основні дефініції музейного маркетингу та їх зміст.
11. «Маркетинг-мікс» та його застосування в музейній справі
12. Особливості застосування «маркетинг-міксу» в музейній справі.
13. Місія музею: визначення, завдання та роль у музейному маркетингу.
14. Зміна місії музею: причини та особливості формування.
15. Формування цілей як складова стратегічного маркетингу в музеї.
16. Вивчення зовнішнього середовища музейної установи як інструмент побудови стратегічного маркетингового плану.
17. Вивчення внутрішнього середовища в музеї.
18. Стратегічне планування в музеї.
19. Складові маркетингового планування в музеї.
20. Основні види музейних послуг та пропозицій.
21. Людські ресурси музею: музейна рада, директор музею, менеджери, куратори відділів, працівники музею, волонтери.
22. Сегментаційний маркетинг в музейній діяльності.
23. Визначення цільових груп на специфічних сегментах ринку (таргетування).
24. Бюджет музею. Його формування та складові.
25. Залучення фінансових ресурсів, як складова стратегічного маркетингового плану музею.
26. Фандрейзинг в музейному стратегічному плануванні.
27. Фандрейзинг в музейній сфері та його роль в маркетингових стратегіях.
28. Діяльність музейних маркетологів по формуванню груп підтримки музею, встановлення з ними довготривалих відносин.
29. Ціноутворення на музейні продукти та послуги. Стратегії ціноутворення.
30. Цінова політика музейної установи та етапи її реалізації.
31. Джерела прибутків музеїв. Міжнародний досвід та українські реалії.

32. Маркетингові дослідження: види, методи та технології проведення.
33. Імідж музею та шляхи його формування.
34. Музейний брендинг і бренди.
35. Ребрендинг музею та шляхи його проведення.
36. Бренд-бук музею. Роль його розробки у формуванні іміджу музею.
37. Дистрибуція музейних пропозицій. Поняття, значення та основні канали.
38. Електронна дистрибуція музейних послуг.
39. Електронна комерція музейних установ.
40. Соціокультурна комунікація музейних установ.
41. Організація діяльності музеїв в соціальних мережах.
42. Основні інструменти електронної комунікації музейних установ.
43. Музейний вебсайт: сучасні вимоги, структура та інформаційний контент.
44. Використання цифрових технологій для забезпечення зберігання музейних предметів та доступу до них.
45. Участь України в міжнародних музейних організаціях та проєктах.
Інтеграція України у міжнародну музейну систему.