Программа проведения Стажировки

Задачами Стажировки являются совершенствования знаний и умений в сфере музейного дела, знакомство с новыми направлениями и перспективами развития музеев, знакомство с инновационными технологиями, формами, методами и средствами организации деятельности в Музее. Программа Стажировки имеет модульную систему и формируется по заявке.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Подразделение музея | Содержание программы модуля стажировки |
|  | Дирекция | **Музейный менеджмент: теоретические подходы к музейному менеджменту и организации практики управления**  1. Сетевая коммуникация и вертикальные связи в системе управления учреждений культуры – совместимость и жизнеспособность.  2. Новые команды в традиционных музеях. Системы сетевого и вертикального управления.  3. Стратегические направления развития современного музея: культурное наследие, инклюзия, партиципация, устойчивое развитие.  4. Технологии работы с локальными сообществами: кто к нам приходит и чего ожидает, что мы можем.  5. Опыт создания концепций исторических территорий: исследования, события, экспозиции, экология и многое другое.  6. Проектирование экспозиций нового формата.  7. Креативные формы коммуникации с посетителями на экспозициях музея и территории: эксперименты с дополненной реальностью (VR) и лэнд-артом, сенсорные занятия, «Кабинет натуральной истории». |
|  | Отдел по работе с персоналом | **Организационная структура учреждения культуры**  **на основе направлений деятельности**  1. Принципы формирования штатного расписания музея с учетом распределение функциональных обязанностей и рабочей нагрузки.  2. Построение внутренней системы тренингов, наставничества и адаптации работников в учреждении без привлечения сторонних экспертов. |
|  | Юридический отдел | **Актуальные юридические аспекты**  **деятельности современного музея**  1. Авторские права.  2. Особенности регионального законодательства в области культуры и природоохранных территорий. |
|  | Отдел развития ООПТ и Оранжерейного комплекса | **Содержание и развитие инфраструктуры**  **территории музеев-заповедников**   1. Особенности содержания и обслуживания территорий совмещенного охранного статуса: Особо охраняемая природная территория и Объект культурного наследия. 2. Пейзажный парк к. XVIII –н. XIX вв. как историческое ядро и объект культурного наследия федерального значения. Опыт разработки предмета охраны и границ. 3. Сезонное цветочное оформление на территории. 4. Инфраструктура гостеприимства и рекреации, навигация, организация музейных сервисов и услуг на территории. 5. Событийная программа: фестивали, акции, выставки и прочие мероприятия на территории музея. |
|  | Отдел развития ООПТ и Оранжерейного комплекса | **Оранжерейный комплекс музея-заповедника «Царицыно»**   1. Принципы формирования коллекции исторического ассортимента оранжерейных растений. 2. Особенности ухода и содержания «живой» экспозиции. Сохранение и пополнение коллекции. Возможности экспонирования растительных экспонатов в выставочных проектах. 3. Экскурсионная и образовательная деятельность в векторе экологического просвещения. |
|  | Отдел сохранения объектов культурного наследия и эксплуатации зданий и сооружений | **Сохранение объектов культурного наследия (ОКН)**  1. Проблема определения пообъектного состава музея-заповедника и выявление объектов культурного наследия на примере музея-заповедника «Царицыно».  2. Обеспечение сохранности объектов культурного наследия. |
|  | Дирекция | **Партиципация как часть стратегии развития музея**  Партиципация в музее: ожидания и реальность. На примере кейсов музея-заповедника - «Клуб друзей Царицына», «Серебряное» волонтерство, «Старожилы», «Арт-медиация». |
|  | Отдел развития и реализации проектов (сектор маркетинга) | **Аудитория музея**  Изучение аудитории, выявление потребностей посетителей. Что мы хотим знать о наших посетителях, как использовать эти знания. Кто может помочь в проведении исследований. |
|  | Отдел внешних связей и партнерских программ | **Музейный PR:**   1. Краткий курс музейного PR: что надо знать, если пиаром занимается не пиарщик. 2. Музейный контент: пишем интересно о том, что у вас происходит.   3. СММ в музее:  - лекция и воркшоп по составлению рубрикации, разработке контент-плана;  - СММ в музее своими силами. Как писать не журналисту, снимать не фотографу (+мастер-класс от фотографа как снимать на мобильный телефон).  4. Антикризисный PR и работа с негативной обратной связью.  5. Музейная цифровизация. Как придумать и реализовать новые проекты.  6. Разбор отдельных случаев в музейной практике — на примере отдельных выставочных проектов, описываемых с разных точек зрения (интересная тема, знаменитый куратор, оригинальные экспонаты и так далее)  7. Создание информационных поводов.  8. Ресурсы в PR – кого привлекать, чтобы о ваших проектах знали. |
|  | Научно-исследовательский отдел | **Экспозиция музея, как результат диалога**  **с местным сообществом**  1. Обсуждение с куратором выбранных тем, целей и задач экспозиции с учетом вектора краеведения (на примере экспозиции «Дачное Царицыно»).  2. Разбор возможных кейсов участников. |
|  | Отдел музейно-образовательных программ и экскурсионного обслуживания | **Проектирование детского образовательного пространства в музее**  1. Разработка стратегии развития детского направления. Разбор кейсов участников.  2. Инфраструктура, политика гостеприимства.  3. Разработка музейно-образовательных программ и мероприятий, в том числе в формате онлайн.  4. Продвижение детских программ.  5. Адаптация выставок и экспозиций, инклюзивный подход.  6. «Детский музей», осмотр экспозиции. Перспективы развития интерактивных экспозиций, выстраивание диалога с посетителями. |
|  | Отдел развития и реализации проектов | **Работа музея с местным и профессиональным сообществами**   1. Как измерять сообщество. Количественные и качественные критерии и метрики. 2. Спорт на территории заповедника:   - специфика сообщества спортсменов-любителей: портрет спортсмена, где их искать, в чем ценность заповедника для этих людей;  - как осуществлять регулярное общение со спортивными сообществами (на примере бегового движения в музее-заповеднике «Царицыно»);  3. Межмузейные и городские экспериментальные проекты в формате «культуры участия»:  - «культурный плоггинг» - серии забегов со сбором мусора по территориям музеев-заповедников, усадеб и исторических парков города; культпоход из музея в районный центр «Эльбрус», фестиваль книжной иллюстрации и тп. |
|  | Экспозиционно-выставочный отдел | **Международное сотрудничество**  1. Международный опыт программ лояльности и опыт создания программы «Друзья Царицына».  2. Разработка международных проектов (на примере «Посольских вечеров в Царицыне»). |
|  | Отдел музейно-образовательных программ и экскурсионного обслуживания | **Межведомственное сотрудничество и взаимодействие**  1. Разработка просветительных проектов для посетителей музея с учетом задач, ресурсов и возможностей различных департаментов социальной сферы:  - проекты ГМЗ «Царицыно» с Департаментами образования и науки, здравоохранения, труда и социальной защиты населения и др.;  2. Музей и школа:  - проекты «Учебный день в музее», «Московская электронная школа», Московский экскурсовод, Олимпиада «Музеи. Парки. Усадьбы», «Наследие и наследники». |
|  | Отдел музейно-образовательных программ и экскурсионного обслуживания | **Формирование доступной среды в музее**  1. Создание и поддержание доступной среды в музее, взаимодействие с целевой аудиторией:  - распределение обязанностей между подразделениями музея по созданию доступной среды. Координационный совет по работе с посетителями с инвалидностью;  - система обучения и мотивации сотрудников.  2. Анкеты, паспорта доступности объектов музея. Поиск партнёров из государственного или некоммерческого сектора для формирования пакета документов. Актуализация и публикация результатов обследований и аудита.  3. Презентация музейно-образовательных программ, экскурсий и событий для посетителей с особыми потребностями (предпрофессиональная подготовка подростков с РАС, урок в музее для ресурсных классов и коррекционных школ, арт-терапевтический проект для наркозависимых людей, «Музейный СтарТрек» для старшего поколения и пр.). |
|  | Отдел информационно-технологического обеспечения и связи (IT-отдел) | **Мультимедийная составляющая в музейных экспозициях. От научных и художественных решений до технического проектирования**  1. Обзор видов задач применения мультимедиа в музее.  2. Классификация мультимедийных технических средств. Особенности подбора техники для музея.  3. Расчёт и планирование при подготовке мультимедийного выставочного проекта. Требования к монтажу мультимедийного оборудования.  4. Разработка мультимедийного контента. Особенности работы с подрядчиками и практика самостоятельного изготовления контента.  5. Практические аспекты реализации мультимедийных проектов на примере действующих экспозиций музея.  6. Взаимоотношение памятников искусств и мультимедийных продуктов. |
|  | Отдел информационно-технологического обеспечения и связи (IT-отдел) | **Производство медиаконтента в музее, организация прямых эфиров, видеосъёмок, онлайн-конференций**  1. Классификация типов контента. Подготовка технического задания на производство.  2. Обзор средств производства медиаконтента. Рекомендации по подбору аппаратуры для реализации различных задач.  3. Практика проведения прямых эфиров. Обзор оборудования, программных решений и платформ для прямого вещания.  4. Поиск и организация студийного пространства, лектория для онлайн-конференций. |
|  | Отдел развития и реализации проектов | **Гостеприимный музей**   1. Инклюзивная работа:   - понимание инклюзии в широком смысле;  - разнообразие потребностей посетителя, которые современный музей должен учитывать.  2. Подготовка «первой линии»:  - примеры стандартов, применяемые в работе «первой линии»;  - способы организации и проведения тренингов для сотрудников «первой линии»;  - основные напряженности, возникающие у работников «первой линии», пути их преодоления;  - воркшоп по разработке стандартов.  3. Практики музея по организации системы внутреннего гостеприимства.  4. Внешнее гостеприимство:  - программы музея, направленные на коммуникацию с посетителем;  - примеры выстраивания алгоритма гостеприимного мероприятия.  5. Как измерить гостеприимство? Критерии, компетенции и навыки. |
|  | Отдел развития и реализации проектов | **Волонтёры в музее**   1. Документальное оформление работы с волонтерами (положение, договоры, регламенты, личные книжки волонтёра). 2. Особенности организации событийного волонтерства. 3. Содержательное волонтерство и индивидуальные волонтерские траектории. 4. Мотивация волонтеров. |
|  | Отдел развития и реализации проектов | **События, как часть музейной деятельности**  1. Фестиваль, как часть выставочной деятельности музея (на примере фестивалей «Дачное Царицыно», «День истории Царицына», «Фестиваль исторических садов»).  2. Параллельная программа выставочного проекта: разнообразие событий и их продвижение (на примере выставки «Под маской Венеции»).  3. Сохранение и интерпретация исторического и культурного наследия в формате специального мероприятия (на примере съемки фильма-оперы «Аннета и Любен»).  4. Партнерские мероприятия, повышающие имидж и способствующие привлечению аудитории от разового события до фестиваля (на примере сотрудничества с Российским национальным оркестром).  5. Музей как площадка коммерческой деятельности.  - приоритеты в выборе партнеров, возможности и ограничения;  - организация регулярных коммерческих проектов (концепция, вариативность договоров, финансовая модель, продвижение, продажа билетов, администрирование проекта, обратная связь с аудиторией). Разбор кейса музея. |
|  | Отдел реализации печатной и сувенирной продукции | **Организация музейного магазина - от концепции до воплощения на основе изучения опыта мировых музеев**  1. Определение стратегии наполнения музейного магазина (выбор тем, приоритеты) на основе стратегии развития музея. Сувенирная продукция как дополнительный инструмент маркетинга (сопровождение выставочных проектов), кейсы создания сувенирных линеек - цикл от отбора экспонатов выставочных проектов для создания эскизов для коллекции до производства продукта.  2. Дизайн сувенирной продукции - различные инструменты (собственными силами, привлечение дизайнеров), координация рабочей группы в создании сувенирной линейки и музейного магазина на примере выставки «Путешествие из Петергофа в Царицыно».  3. Организация договорной работы, отчетность. |
|  | Отдел развития и реализации проектов (сектор маркетинга) | **Работа со спонсорами различных проектов музея**   1. Поиск и привлечение потенциальных партнеров на основе анализа рынка. Ключевой момент – работа по принципу «win win». 2. Формирование коммерческого предложения с учётом индивидуальных особенностей партнёра.   3. Ценообразование рекламных услуг: стандартный пакет или специальное предложение.  4. Заключение спонсорского договора – специального, финансового, информационного. На примере реализованных проектов с компаниями: «Bosco di Ciliegi», «Aqua di Parma», «BLAVATNIK FAMILY FOUNDATION», Гранд Сервис Экспресс». Выстраивание системы контроля за выполнением договорных обязательств. |