

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/gotovye-raboty/diplomnaya-rabota/241499>

Тип работы: Дипломная работа

Предмет: Гостиничное дело

ОГЛАВЛЕНИЕ

Задание

Реферат

Введение..... 5

1. Теоретические основы внедрения современных методов предоставления услуг на предприятиях социально-культурного сервиса.....

8

1.1.Состояние и перспективы развития музейного дела как сферы социокультурного сервиса в современном обществе.....

8

1.2. Сущность и особенность музейных услуг..... 13

1.3. Специфика и современные методы предоставления музейных услуг.....

18

2. Характеристика Шарьинского краеведческого музея..... 24

2.1. Общая характеристика Шарьинского краеведческого музея..... 24

2.2. Характеристика внешней среды организации..... 27

2.3. Характеристика потребителей и оценка качества услуг..... 35

2.4. SWOT-анализ организации..... 41

3. Разработка современных методов предоставления услуг на примере Шарьинского краеведческого музея

50

3.1. Направления совершенствования методов предоставления услуг.. 50

3.2. Проект музейной экспозиции Шарьинского краеведческого музея с использованием AR-технологий.....

53

Заключение..... 60

Список использованной литературы..... 63

Приложения..... 69

ВВЕДЕНИЕ

В современном мире, особенностями которого является повсеместная информатизация и цифровизация происходят регулярные изменения, претерпевают оптимизацию производственные и рабочие процессы. Сфера культуры не стала исключением, на текущий момент на многих предприятиях социокультурного сервиса внедряются современные технологии, разрабатываются специальные программы с элементами интерактивности и аттрактивности, способствующие не только привлечению, но и вовлечению современного потребителя.

Музеи и музейные комплексы являются основной составляющей социокультурного сервиса, сохраняя и знакомя общество с ценностями отечественной и мировой культуры, музеи выступают в качестве культурно-образовательных центров, воспитывая духовную культуру и нравственность будущих поколений, формируя историческую память и преемственность культурно-исторического развития общества. Однако на

современном этапе, в период всеобщей цифровизации, современному потребителю уже недостаточно обычного знакомства с музейной экспозицией в рамках традиционной экскурсии, чтобы завладеть его вниманием необходимо модернизировать формы музейной деятельности под современный ритм жизни общества.

В современных научных исследованиях много внимания уделяется вопросам качества услуг, предоставляемых музеями и недостаточно – необходимости современных методов предоставления данных услуг. При этом, как справедливо отмечали Воронова Е.В. [11] и Макарова Н.П.[25], лишь комплексность, сочетающая в себе не только уровень качества, но и инновационность в предоставлении услуг смогут вывести музеи на новый, современный уровень и позволят удерживать аудиторию, регулярно пробуждая интерес к музейному предмету.

Вопросами исследования музея как социокультурного феномена занимались Николаева С.Н. [31], Поврозник Н.Г. [33], Столяров Б. А. [44], Т. В. Чумалова [48], которые рассматривали музейную деятельность в качестве науки о процессах изменения внутреннего образа личности специфическими методами и средствами, которые обеспечиваются разнообразными формами музейной деятельности.

Использование экскурсионной музейной деятельности в воспитании социальной ответственности в обществе охарактеризовано в работах Кузнецовой М.В. [23], Шолоховой Л.М. [49].

Исследование взаимодействий музея с обществом и культурой раскрыто в работах Гашук Е.А.[12], Ивановой Н.П.[16], Николаевой С.Н. [31], Поврозник Н.Г.[33]. В то же время отмечено, что использование современных технологий в музейной деятельности носит точечный характер и не имеет повсеместных охватов.

Вышеизложенное определило актуальность настоящего исследования, которая заключается в необходимости внедрения современных методов предоставления услуг, программ и методик работы с посетителями в музейную деятельность.

Объектом исследования в работе является Шарьинский краеведческий музей.

Предметом исследования выступают современные методы предоставления услуг на предприятиях социокультурного сервиса.

Цель работы: исследовать деятельность Шарьинского краеведческого музея и разработать направления совершенствования методов предоставления услуг.

Задачи исследования:

1. Изучить состояние и перспективы развития музейного дела как сферы социокультурного сервиса в современном обществе.
2. Рассмотреть сущность и особенность музейных услуг.
3. Выявить специфику и современные методы предоставления музейных услуг.
4. Проанализировать деятельность Шарьинского краеведческого музея.
5. Разработать направления совершенствования методов предоставления услуг для Шарьинского краеведческого музея.

В работе использованы следующие методы исследования:

- теоретические (анализ, сравнение, изучение учебно-методической литературы по теме исследования).
- общенаучные (метод наблюдения, моделирования, описания).
- методы количественной и качественной обработки данных.

Информационной базой исследования послужили официальные статистические данные Федеральной службы государственной статистики, инструктивные и методические материалы Правительства РФ, научные публикации по исследуемой тематике.

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ВНЕДРЕНИЯ СОВРЕМЕННЫХ МЕТОДОВ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ УСЛУГ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОГО СЕРВИСА

1.1. Состояние и перспективы развития музейного дела как сферы социокультурного сервиса в современном обществе

В настоящее время, в связи с ориентацией на всеобщую гуманизацию, музейное дело становится неотъемлемой частью общего образования, основная цель которого заключается в формировании духовной культуры личности и ее сопричастности к сохранности окружающего мира. Музейное дело в рамках социокультурного сервиса в современном обществе подразумевает формирование у социума взглядов и убеждений, способствующих бережному отношению к ценностям отечественной и мировой культуры, воспитанию нравственной культуры, воспитание навыков и умений, которые необходимы для жизни в социуме, к готовности действовать и жить в динамично меняющихся условиях, учиться предвидеть возможные последствия совершаемых действий.

Рассматривая музей в качестве учреждения социокультурного сервиса, возникает необходимость в определении понятия «музейное дело». Понятие «музейное дело» впервые было введено в научную среду в начале XX века в Германии ученым А. Лихтварком. Ученый трактовали музейное дело как практическую деятельность, ориентированную на работу с обществом, рассматривая посетителей музеев как участников культурного диалога. А. Лихтварк и его последователи определили и обосновали посредническую деятельность сотрудника музея (экскурсовода), который помогает посетителю музея в общении с представленными музейными предметами и произведениями искусства, основываясь на визуализации и формируя необходимое представление о музейном экспонате и отношении к окружающему миру [31, с. 145].

В дальнейшем, в 60-е годы XX века, музейное дело признается специальной музееведческой научной отраслью и официально оформляется ведущими мировыми экспертами-музеологами. Просветительская и культурно-образовательная деятельность музеев носила практический характер, что явилось причиной прикладных исследований в данной области, способствующих стремительному развитию музейного дела [15, с. 42].

В России музейное дело стало рассматриваться в 70-х годах XX века. В данный период отечественные искусствоведы и музееведы пришли к общему мнению о необходимости создания системы музейной деятельности, которая находится на стыке нескольких гуманитарных наук и имеет практическую значимость в образовательно-воспитательном процессе, культурной и просветительской деятельности, направленной на социум.

Б. Столяров [44, с.76], изучая музейное дело, отмечал, что оно включает в себя социокультурную деятельность по передаче культурного опыта и научных знаний посредством педагогического процесса в условиях музейной среды.

А.В. Бакушинский [4, с. 89], анализируя социокультурную деятельность, осуществляемую музеем, отмечал необходимость учета возрастной специфики посетителя, который выступает в первую очередь партнером, а не объектом воздействия. На основании данного заключения ученый считал, что экскурсоводы музея оказывают большое влияние на культурное развитие личности индивида. В связи с данным аспектом, Бакушинским были установлены три неотъемлемых условия в работе экскурсоводов музея:

1. Знать особенности возрастной психологии при работе с аудиторией.
2. Умение лично прочувствовать музейный предмет.
3. Владеть достоверными знаниями об историческом происхождении музейного предмета [4, с. 48].

Таким образом, можно сделать вывод, что музей представляет собой культурно-образовательное и научно-исследовательское учреждение, а музейное дело направлено на сохранение и использование архитектурных, исторических, культурных и природных ценностей, памятников материальной и духовной культуры, посредством которых происходит приобщение человека к достоянию мирового историко-культурного наследия.

На современном этапе расширение содержания музейной деятельности является необходимостью, обусловленной ориентацией на современного потребителя, для которого осознание и интерес к экспозиции выступает в разрезе не только коммуникационной системы, существующей в музее, но и в рамках подачи информации, которая должна отличаться легкостью, доступностью и аттрактивностью. Настоящие реалии приводят к необходимости расширения функциональных систем музея и увеличению кадрового состава среди специалистов, включающихся в музейную работу, так как развитие музейного дела как сферы

социокультурного сервиса в современном обществе подразумевает деятельность в музейном пространстве не только экскурсоводов, но и психологов, социологов, специалистов по сервису, дизайнеров и IT-специалистов. Вовлечение данного круга специалистов в процесс формирования музейного предмета и интерпретацию музейных коллекций для посетителей, а также в непосредственную работу с аудиторией будет способствовать повышению эффективности коммуникационных процессов музея, чем при включении в данные процессы только экскурсоводов, что по-прежнему практикуется в большей части региональных музеев [7, с.18].

В своих исследованиях, посвященных состоянию и перспективам развития музейного дела, Воронова Е.В. [11, с.45] отмечает, что необходимость выхода за рамки узкопрофессионального подхода, который существует в музеях с советских времен, обусловлена необходимостью развития социокультурного сервиса, которое возможно исключительно при интеграции реальных фактов музейной деятельности с позицией, представленной в ряде современных технологий и дисциплин. В результате разнонаправленности и перехода к современным технологиям разработки музейного дела, будут укрепляться связи между музейной культурой и обществом, отчужденность социума от музеев значительно снизится и музеи перейдут от системы, интегрирующейся в культурно-историческую среду в систему, ее формирующую, в результате посетитель сможет перейти от пассивного отторжения музея к активному взаимодействию с ним [11, с.46].

В свою очередь, известные исследователи музейного дела Гашук Е.А. [12, с.76] в своих работах акцентирует внимание на пересмотре вопросов, касающихся структуры социокультурных функций музейного дела, а также характера форм их реализации и способов, определяющих их структурирование. Ученый считает, что основным критерием, определяющим целесообразность музейного дела выступает удовлетворение потребностей общества в рамках музейного пространства, которое создается в целях сохранения культурно-исторического наследия и памяти традиций и национальных обычаев страны. Поэтому социокультурные функции музейного дела могут быть определены исключительно посредством взаимодействия с посетителями, которые активно принимают участие в музейной деятельности. Также необходимо подробное изучение отношения посетителей к музею, как к общественному институту, а не просто в изучении и анализе повседневных рабочих задач музея.

Следует отметить, что социокультурные функции музеев не связаны с их повседневными целями и задачами, а четко ограничены пониманием общества о музее и его функциональном назначении. В связи с этим, главной социокультурной функцией музея выступает удовлетворение культурного интереса посетителей, входящих в разные социокультурные группы, посредством музейных предметов, экспозиций, программ и других музейных продуктов. В рамках данного определения, традиционные музейные функции, включающие образовательно-воспитательную функцию, функцию документирования и функцию организации досуга, в современных реалиях выступают как основные задачи музеев по отношению к обществу и пути реализации главной социокультурной функции.

Важно отметить, что одна из основных ролей по развитию музейного дела как сферы социокультурного сервиса в современном обществе принадлежит сервисной деятельности, которая направлена на решение первостепенной задачи в музейном пространстве – коммуникационном взаимодействии с обществом. Обладая необходимыми знаниями в области сервисной деятельности, специалист музея сможет провести исследования, касающиеся целевой аудитории музея и определить основные запросы и интересы посетителей, а также вычленив негативные моменты, которые необходимо проработать в целях повышения уровня качества обслуживания. Однако в современных реалиях музейным специалистам не хватает уровня знаний и компетенций для осуществления данной деятельности, большинство сотрудников работают в музеях более 10-ти лет и используют методики и приемы, полученные советской школой музейного дела. Данный аспект серьезно усложняет коммуникационные процессы и создает субъективное впечатление о музее у современных посетителей.

На основании вышеизложенного можно сделать вывод, что современное состояние музейного дела в социокультурном пространстве требует модернизации с учетом развития общества. В целях развития музейного дела как сферы социокультурного сервиса в современном обществе необходимо пересмотреть технологию организации и ведения музейной деятельности, акцентируя внимание на реализации социокультурных функций, которые направлены на изучение и привлечение целевой аудитории посредством внедрения современных технологий демонстрации музейных предметов, экспозиций, разработки интерактивных программ, способствующих вызвать интерес к музею у современного посетителя как к социокультурному пространству, в котором собраны уникальные предметы и ценности отечественной и мировой культуры. Особое внимание при этом необходимо уделить особенностям предоставления

музейных услуг, в основе которых должна быть учтена специфика современных коммуникаций в музейном пространстве.

1.2. Сущность и особенность музейных услуг

Как было отмечено в п.1.1 настоящей работы, музей представляет собой учреждение социального, культурного и исторического значения, функции которого направлены на приобретение, сбережение и демонстрацию экспонатов культурно-исторического значения, деятельность которого направлена на оказание услуг социокультурных услуг обществу.

С целью определения сущности и особенности музейных услуг, рассмотрим понятие музейные услуги. В научной литературе музейные услуги рассматриваются в зависимости от подходов к сущности музеев. Так, Гетманская Е. В. [13, с. 45] характеризует музейные услуги как результат деятельности музейных организаций, направленной на удовлетворение потребностей целевой аудитории в социокультурном развитии.

В свою очередь, Лукашева Т. Я. [24, с. 29] определяет музейные услуги как результат деятельности музейных организаций, которые задействуют материальные и нематериальные активы в виде экспозиций и предметов, способствующих удовлетворению социокультурных потребностей посетителей.

С данным определением соглашается Б.А. Столяров [44, с.77], определяя музейные услуги как конечный продукт деятельности музейных организаций, представленный в виде различных по своему характеру и предназначению экспозиций (больших, камерных, постоянных, временных, стационарных, передвижных). В то же время, Сафонов А.А. [40, с.31] определяет музейные услуги как результат деятельности музейных организаций, который представлен музейными экспозициями и организацией индивидуальных и групповых услуг.

В своих исследованиях музейной среды, Николаева С.Н. [31, с. 146] определяет музейные услуги как организацию широкого спектра информационных услуг исторического, культурного, научного формата, представленного потребителю в виде экспозиции, выставки, экскурсионной программы, мастер-класса. Следует отметить, что данное определение рассматривает музейные услуги современного характера, так как мастер-классы в качестве услуг музея появились сравнительно в недавнее время.

Трактовку музейных услуг, затрагивающую современное музейное пространство, можно встретить в работах Пиотровского М. [32, с. 226]: комплекс социокультурных продуктов, предоставляемых музеями в виде интерактивных экспозиций, мастер-классов, технических, исторических, этнических экспозиций, дополненных групповыми и индивидуальными экскурсиями.

Практически идентичную характеристику музейных услуг в своих исследованиях дает Сапанжа О.С. [38, с.1120]: конечный продукт музейных организаций, выполняющий социокультурные функции, представленный в виде исторических, культурных, биологических, научных экспозиций, дополненный современными интерактивными экскурсиями группового и индивидуального характера.

Таким образом, с учетом интеграции представленных понятий, можно сделать вывод, что музейные услуги представляют собой результат деятельности музейных организаций, представленный в виде различных по своему характеру и предназначению экспозиций, мастер-классов и музейных программ, сопровождаемых индивидуальной или групповой экскурсией.

Следует отметить, что музейные услуги имеют свою классификацию (рисунок 1).

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аксенова П.В. Музейная экскурсия как форма воспитания дошкольников / П.В. Аксенова // Самарская Лука. – 2018 - №6. – С. 10.
2. Алексина Е.Ю. Роль музея в воспитании молодого поколения / Е. Ю. Алексина // География и экология в школе XXI века. – 2018 - № 4 – С. 8-10.
3. Артемов Е.Г. Музейно-педагогические технологии / Е.Г. Артемов. – М.: КНОРУС, 2018. – 32 с.
4. Бакушинский А.В. Избранные искусствоведческие труды / А.В. Бакушинский. – М.: Гриф УМО ВО, 2020. – 345 с.
5. Блаженкова Ю.П. Современные интерактивные технологии в культурно-просветительской деятельности музея / Ю.П. Блаженкова // Культура и образование. – 2018. – № 5. – С. 90-98.
6. Будагян Р.Р. Современные технологии в деятельности музея / Р.Р. Будагян // Культура и цифровизация. –

2019. - № 9. - 45-53.

7. Бычкунова Е.Б. Методические рекомендации по формированию практических навыков учащихся в курсе эколого-географического краеведения с учетом ФГОС: методическое пособие / Е.Б. Бычкунова. – Саратов: Новая книга, 2017. – 188 с.
8. Ванслова Е.Г. Анализ влияния факторов внешней среды на деятельность культурного учреждения / Е.Г. Ванслова // Экономика и жизнь. – 2018. – № 4. – С. 125 -130.
9. Ванслова Е.Г. Музейная педагогика и культура / Е.Г. Ванслова // Мир музея. – 2005. - № 8. – С. 46.
10. Владимиров В.И. Школьные музеи и преподавание регионального компонента / В.И. Владимиров // Преподавание истории в школе. – 2020 - № 2 – С. 64-66.
11. Воронова Е.В. Музейная дело: практики, методические рекомендации / Е. В. Воронова // Социология. – 2019. – № 6. – С. 45-48.
12. Гашук Е.А. Музейный туризм / Е.А. Гашук // Экономические науки. – 2018. – № 5. – С. 76-82.
13. Гетманская Е. В. Основы музейного туризма в России / Е.В. Гетманская // Внешкольник. – 2017 – №1 – С. 45-46.
14. Главный информационно-вычислительный центр Министерства культуры РФ [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.givc.ru/index/>
15. Ершова Д.Е. Новая музейная коммуникация в пространстве сетевой культуры / Д.Е. Ершова // Сфера культуры. – 2019. – № 2. – С. 42-52.
16. Иванова Н.П. Музейная педагогика / Н.П. Иванова. – М.: Гриф, УМО ВО, 2020. – 223 с.
17. Иванова С.В. Пути развития музейного дела / С.В. Иванова // Фундаментальные исследования. – 2020. № 5. – С. 72-79.
18. Иванова С.В. Внедрение современных технологий в социокультурное пространство музея / С.В. Иванова // Науковедение. – 2018. – № 2. – С. 90-99.
19. Калачев М.А. Высокие технологии в современных музеях / М.А. Калачев // Экономика и предпринимательство. – 2019. – № 7. – 32-42.
20. Колесникова М.Е. Музейное дело в Костромской области: страницы истории / М.Е. Колесникова // Исторические науки. – 2019. – № 5. – С.13-16.
21. Копелянская Н. Музей как пространство образования: игра, диалог, культура участия / Н. Копелянская // Экономика и предпринимательство. – 2019. – № 5. – С. 55-60.
22. Котс А.Ф. Собрание сочинений. Том 1. Массовый музей и массовый зритель / А.Ф. Котс. – М.: Государственный Дарвинский Музей, 2018. – 217 с.
23. Кузнецова М.В. Роль музеев в развитии внутреннего туризма РФ / М.В. Кузнецова // Молодой ученый. – 2017. – № 10. – С. 1045-1050.
24. Лукашева Т. Я. Музейный туризм – средство формирования духовных ценностей экскурсантов / Т. Я. Лукашева // Начальная школа. – 2018. – № 9. – С. 29-31.
25. Макаров Д.В. Внедрение новых технологий и методов в культуру работы музея / Д.В. Макаров // Современная наука, 2019. – № 2. – С. 33-38.
26. Милованов К.Ю. Тенденции применения цифровых технологий как фактор развития музеев / К.Ю. Милованов // Экономические науки. – 2019. – № 8. – С. 22-27.
27. Митриковская М.С. Музейная туризм как фактор развития территорий / М.С. Митриковская // Молодой ученый. – 2020. – № 9. – С. 1154-1157.
28. Михайлова О.В. Формы и методы краеведческой работы в музее / О.В. Михайлова // Одаренный ребенок. – 2019 – № 2 – С. 59-63.
29. Мясцова В.И. Краеведческий материал как средство художественно-творческого развития человека / В.И. Мясцова // Начальная школа. – 2020 – № 7 – С. 83-86.
30. Некрасова-Каратеева О. Л. Детское творчество в музее / О. Л. Некрасова-Каратеева. – М.: КНОРУС, 2018 – 207 с.
31. Николаева С.Н. Музейный предмет как объект культуры: актуальные проблемы интерпретации / С.Н. Николаева // Туризм и сервис. – 2019. – № 2. – С 145-151.
32. Пиотровский М. Философия музея, основные аспекты / М. Пиотровский // Наука. – 2019. – № 1. – С. 225-228.
33. Поврозник Н.Г. Виртуальный музей: Сохранение и репрезентация историко-культурного наследия // Н.Г. Поврозник. – Культура и образование. – 2019. – № 8. – С. 77-83.
34. Сайт Шарьинского краеведческого музея. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://museum.ru/M582>

35. Сайт Галичинского краеведческого музея [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://kosmuseum.ru/filials/galichskiy-kraevedcheskiy-muzej/>
36. Сайт Кологривского краеведческого музея им. Г.А. Ладыженского [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://kosmuseum.ru/filials/kologrivskiy-kraevedcheskiy-muzej-im-g-a-ladyzhenskogo/>
37. Сайт исследовательской компании Mediascope [Электронный ресурс]. – <https://mediascope.net/>
38. Сапанжа О.С. Стратегии коммуникационных процессов современного музея / О.С. Сапанжа // Молодой ученый. – 2020. – № 7. – С. 1120-1127.
39. Саркисова Е.П. Музейное пространство в реальных и виртуальных коммуникативных полях / Е.П. Саркисова // Сфера культуры. – 2021. – № 1. – С. 98-104.
40. Сафонов А.А. Музееведение в России / А.А. Сафонов // Экономика и предпринимательство. – 2020. – № 7. – С. 30-37.
41. Соколова М.В. Педагогика дополнительного образования. Краеведческие музеи / М.В. Соколова // Образование, наука, культура. – 2020. – № 2. – С. 245-250.
42. Соколова М.В. Новейшие технологии в музейном пространстве / М.В. Соколова / Экономика. – 2020. – №4. – С.15-21.
43. Степанов М.А. Внедрение технологий дополненной реальности в музеях / М.А. Степанов // Культура и цифровизация. – 2020. – № 2. – С. 54-59.
44. Столяров Б.А. Музейный туризм. История, теория, практика / Б.А. Столяров // Высшая школа – 2019. – № 6. – С. 76-82.
45. Столяров Б. А. Мир музея: образовательная программа: методические рекомендации / Б. А. Столяров. – Мин-во культуры РФ, ФГУК «Государственный Русский музей». – СПб.: ГРМ, 2019. – 480 с.
46. Троянская С.Л. Внедрение новых технологий в пространство музея / С.Л. Троянская // Туризм и сервис. – 2019. – № 5. – С. 131-133.
47. Фроденталь Г. Музей – народное образование – школа / Г. Фроденталь. – М.: Атриум, 2019. – 345 с.
48. Чумалова Т. В. Инновации в современном музее, от теории к практике / Т. В. Чумалова // Музей и общество. – 2019. – № 6. – С. 30-34.
49. Шолохова Л.М. Основы музейного дела. Теория и практика / Л.М. Шолохова / Современные проблемы науки и образования. – 2019. – № 5. – С.18-22.
50. Шляхтина Л.М. Музейный предмет как объект культуры: актуальные проблемы интерпретации / Л.М. Шляхтина // Рубежи памяти. – 2020. – № 6. – С. 178-190.

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/gotovye-raboty/diplomnaya-rabota/241499>