

**Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования
«Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики»**

НИУ ВШЭ – Пермь

**Концепция образовательной программы
«Экономика впечатлений: музейный, событийный,
туристический менеджмент»
по направлению подготовки
38.04.02 Менеджмент**

1. Общая характеристика образовательной программы

Тип программы: Основная образовательная программа.

Уровень подготовки: магистратура.

Срок обучения: 2 года.

Форма обучения: очная.

Количество мест: 20 бюджетных, 5 платных, 3 платных места для иностранцев.

Ориентированность: академическая программа с большим числом элементов практической ориентации.

Язык обучения: русский с включением дисциплин на английском языке.

Тип диплома: государственный диплом установленного образца об окончании магистратуры.

Руководитель программы: Шестакова Екатерина Николаевна,
ENSHestakova@hse.ru.

Разработчик программы: Шестакова Екатерина Николаевна,
ENSHestakova@hse.ru.

2. Актуальность программы, ее цели и задачи

Актуальность

Одно из актуальных, современных и востребованных направлений международной экономики – это экономика впечатлений. Она рассматривается как новый этап социально-экономического развития после сырьевой экономики и экономики товаров и услуг. Область применения этой концепции весьма широка, но именно в сфере культуры, туризма проявляются ее методологические и инструментальные преимущества.

По мнению экспертов, для современной России опора на рост образования, здравоохранения, экономики впечатлений и цифровых сервисов в ближайшей перспективе является более естественной, чем, например, гонка в сфере высоких технологий. Причина в следующем: развитие экономики впечатлений зависит от платежеспособного спроса населения, а не от перспективы выхода на глобальные рынки. Развитие экономики впечатлений также оказывает позитивное влияние на развитие территорий, повышает инвестиционную привлекательность региона, улучшает социальную среду, образ и репутацию края, актуализирует чувство сопричастности истории и историческое самосознание.

Согласно концепции Б.Д. Пайна II, Д.Х. Гилмора экономика впечатлений нацелена на создание у потребителей, уставших от стандартизированной продукции, незабываемых впечатлений об услуге или товаре, созданных специально для них, соответствующих их внутреннему миру. Экономика впечатлений ориентирована на ощущения потребителя. Важным становится не только процесс получения эмоций, но и то «послевкусие», что они оставляют.

Музейная, событийная и туристическая индустрии являются наиболее яркими элементами экономики впечатлений. Необычные, нестандартные проекты в музейной, событийной и туристической сферах с использованием современных методик, подходов, анимации, интерактивных и мультимедийных средств способны создавать целую палитру ярких впечатлений, привлекающих туристов.

Эти направления в последние годы динамично развиваются как на территории России, так и в частности в Приволжском и Уральском федеральных округах. Создаются новые нестандартные музеи, например, Ельцин-центр, музеи мороженого, шоколада, утюгов, пряников, дымковской игрушки, промыслов, советского быта, ретро-гараж (частный музей автомобилей); открываются мультимедийные исторические парки, например, «Россия-моя история»; возникают новые частные музеи и галереи; компании активно разрабатывают корпоративные музеи (в 2018 г. в Перми был впервые проведен всероссийский конкурс корпоративных музеев России); классические музеи

модернизируют свои экспозиции, делая их более современными и креативными. Согласно отчетам министерства культуры Российской Федерации в 2016 г. посещение музеев выросло более чем на 40% и составило 123,6 млн. чел., возросли и доходы: пятилетний прирост от платных услуг у федеральных музеев составил 125% (10,8 млрд. рублей); было проведено 71000 выставок (подробнее <https://www.mkrf.ru/activities/reports/report2016/>). Важно подчеркнуть и активное развитие цифровых технологий в музейном деле, создание интерактивных выставок, установка сенсорных киосков, развитие в направлении виртуальной и дополненной реальности. Подробнее о развитии цифровых технологий в музеях см. Приложение 1.

Положительная динамика наблюдается и в сфере внутреннего туризма. Разрабатываются интерактивные, анимационные программы, строятся тематические парки («Сказы Бажова», «Заповедник сказок», «Этномир» и др.), создаются межрегиональные маршруты («Великий Чайный путь», «Императорский романовский маршрут», «Красный маршрут», «Маршрутами Великой северной экспедиции» и др.). Интересно, что Пермский край занял 2 место в топ-20 регионов России по количеству инвестиционных проектов в сфере туризма (89 проектов).

Вместе с тем современным и востребованным является событийное направление. Каждый год в России проводится конкурс «Russian event awards», где представлены тысячи самых ярких туристических событий России, прежде всего фестивали и праздники (подробнее см. Приложение 4). Важно отметить, что Пермский край является также одним из центров событийного туризма на Урале и в Поволжье. Наиболее известными в регионе являются международные фестивали: «Дягилевский фестиваль», фестиваль воздухоплавания «Небесная ярмарка», этнофутуристический фестиваль «Камва», новый фестиваль продолжительностью несколько месяцев «Пермский период». На протяжении многих лет в регионе действует проект «59 фестивалей 59 региона», в соответствии с которым наиболее интересные фестивали получают поддержку министерства культуры Пермского края. В 2018 году было заявлено 93 проекта, из них 59 проектов стали победителями конкурса. В Приложении 2 приведена информация о фестивалях Пермского края, предоставленная Министерством физической культуры, спорта и туризма Пермского края. Следует отметить, что активно развивается и событийная сфера библиотек. Популярными и посещаемыми становятся мероприятия в рамках «Библионочь» и др.

Туристическая, событийная и музейная сферы испытывают потребность в сотрудниках, которые обладают междисциплинарными компетенциями как в социокультурной сфере, так и в сфере эффективного управления. При этом подчеркнем, что редко образовательные программы готовят специалистов, способных применять на практике методики и подходы из смежных отраслей, например, из туристической и событийной сфер в музейном направлении. Качество управления и управленческих решений становится залогом успеха как проектной деятельности в сфере культуры, так и стабильной работы культурных институций.

Цель (миссия) ОП

Основная цель магистерской программы – сформировать у выпускников программы актуальные профессиональные компетенции, повышающие их конкурентоспособность на рынке труда в сфере экономики впечатлений, а именно в музейной, событийной и туристической сферах.

Освоение новых подходов и технологий в сфере экономики впечатлений будет востребовано магистрантами, планирующими строить свою карьеру в туристическом бизнесе, в сфере музейного и событийного менеджмента, в предпринимательской деятельности, в органах государственного или муниципального управления. Особое внимание уделяется изучению отечественных и зарубежных культурных, туристических, событийных и музейных практик и управленческих технологий.

Задача магистратуры – подготовить специалистов, которые обладают комплексными знаниями по экономике впечатлений в музейной, событийной и туристической сферах, занимаются аналитикой, используют современные подходы к работе с историко-культурным наследием и музейными артефактами, способны разрабатывать историко-культурные туры, организовывать и проводить фестивали, историко-культурные мероприятия и вести музейную работу. Магистратура делает акцент на подготовке универсальных специалистов, которые могут работать в трех сферах: музейной, событийной и туристической и, что особенно значимо, могут применять подходы смежных сфер. Именно межотраслевой принцип подготовки и умение оперировать методикой различных сфер поможет сделать выпускников востребованными на рынке труда.

Краткая характеристика ОП

Магистерская программа «Экономика впечатлений: музейный, событийный, туристический менеджмент» открывается в Пермском крае впервые. Программы по «Экономике впечатлений» открыты в НИУ ВШЭ в Москве и Санкт-Петербурге.

В Перми акцент будет сделан не только на туристическую индустрию, но и на событийный и музейный менеджмент. При этом применяется комплексный подход, призванный сформировать у студентов понимание специфики работы в трех сферах и возможность свободно оперировать инструментарием каждой из них применительно к другой.

Открытие новой магистерской программы «Экономика впечатлений: музейный, событийный, туристический менеджмент» в Пермском кампусе соответствует современным международным тенденциям (существует более 100 магистерских программ по музейному менеджменту по всему миру, сотни магистерских программ по туризму), при этом в России программы с уклоном на музейный менеджмент есть только в Москве, Санкт-Петербурге, Томске, Ижевске.

Важно подчеркнуть, что программа Пермского кампуса планирует активно сотрудничать с кампусами в Санкт-Петербурге и Москве не только в сфере мобильности студентов, организации совместных практик, но и приглашения преподавателей.

Программа выстроена с учетом лучших традиций отечественного университетского образования и ориентирована на международные стандарты подготовки магистров.

Обучение на программе «Экономика впечатлений: музейный, событийный, туристический менеджмент» позволяет соединить экономические, менеджерские и культурные практики, дает возможность применить системный и универсальный подход к менеджменту и предпринимательству в областях, основой которых является творческая составляющая.

На магистерской программе предусмотрено два ключевых направления:

- **Исследовательский трек** – ориентация образовательного процесса на получение разнообразных навыков и компетенций в сфере исследований экономики впечатлений, культурного, туристического, событийного, музейного менеджмента – управления в туристической, событийной и музейной сферах и культурных проектов;
- **Прикладной трек** – ориентация образовательного процесса на овладение магистрантами ключевыми навыками и компетенциями в практических, прикладных туристических, событийных и музейных проектах, которые могут быть затем применены к музейным, событийным, культурным сферам и сферам маркетинга, рекламы, PR и другим практикам.

Для развития этих ключевых направлений в магистерской программе реализуется три блока дисциплин:

- 1) блок курсов, ориентированных на изучение теоретических основ менеджмента, в особенности менеджмента в туристической, событийной и музейной сфере;

- 2) блок практико-ориентированных и историко-культурных курсов, направленных на развитие навыков разработки и реализации туристических, событийных и музейных проектов на всех этапах, исследовательской коммуникации, управления и координации процессов, презентации практических и академических результатов и т.д.;
- 3) научно-исследовательский семинар, в рамках которого студентам предлагаются исследовательские и практико-ориентированные спецкурсы, проекты и мастер-классы, направленные на формирование компетенций в области экономики впечатлений.

3. Целевая аудитория ОП: критерии набора студентов, величина предполагаемого потока

Целевой аудиторией программы являются выпускники, имеющие менеджериальное, экономическое, географическое, историческое, культурологическое, искусствоведческое, музеологическое или другое образование.

На программу принимаются лица, имеющие высшее образование (диплом бакалавра или специалиста) и выдержавшие конкурсные испытания, свидетельствующие о способности абитуриента к приобретению знаний и навыков в рамках магистерской программы. В качестве конкурсного испытания выступает портфолио абитуриента. При оценке портфолио внимание уделяется наличию опыта работы в данной сфере, научных публикаций и пр.

Порядок конкурсного отбора определяется Правилами приема в федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» для поступающих на обучение по образовательным программам высшего образования – программам магистратуры.

План набора – 20 бюджетных студентов и 5 коммерческих.

4. Международный и отечественный опыт в избранной сфере, особенности проекта в свете этого опыта

Потребность в специалистах по менеджменту в туристической, событийной и музейной сферах высока как в России, так и в зарубежных странах.

В последние годы музейная сфера и внутренний туризм в России динамично развиваются. Количество музеев России, включая филиалы с 2008 г. по 2016 г. увеличилось с 2495 до 2742, а число музейных экскурсий возросло с 1787 тыс. до 2164 тыс., число экскурсионных посещений с 33 тыс. до 44,4 тыс. (данные ГИВЦ Минкультуры РФ, подробнее <https://www.mkrf.ru/activities/reports/report2016/>).

Активно развивается и туристическая сфера (направление внутренний туризм). Согласно отчетам министерства культуры Российской Федерации за 2012-2016 гг. внутренний туристический поток в России увеличился на 41% и составил 54,29 млн. поездок (по сравнению с 2015 г. прирост составил 10%). Объем экскурсионного потока – 141,44 млн. поездок, увеличившись на 9,8% с 128,80 млн. в 2015 г. Количество туристических компаний, внесенных в единый федеральный реестр туроператоров увеличилось за 2 года на 10% (с 4110 до 4561), при этом число туроператоров, занимающихся внутренним туризмом, увеличилось на 318 компаний (на 17%). Отметим, что экскурсионными поездками занимаются также туристические компании, не являющиеся туроператорами. В Приволжском и Уральском округах количество организаций, предоставляющих экскурсионные услуги, за период 2015-2016 гг. увеличилось на 24% (с 279 до 346) и 19,5% (с 149 до 178) соответственно.

Прирост численности занятых в туристической отрасли в 2016 г. составил 4,9%, достигнув показателя 780,70 тыс. чел. При этом наибольшая численность занятых в туризме характерна для Центрального и Приволжского федеральных округов, которые суммарно обеспечили около 49,7%, из них Приволжский – 18,5%. При этом доля специалистов с профильным образованием по туризму невелика – 20-25%. Суммарный объем платных услуг туристической отрасли в России увеличился на 9,5% (на 94,67 млрд. руб., составив 1091,07 млрд. руб., Подробнее <https://www.mkrf.ru/upload/iblock/04b/04bd48fb6556951e98afce0f42a3553.pdf>).

Вместе с тем в России наблюдается настоящий фестивальный бум. Каждый регион стремится создать свои брендовые фестивали. Ключевым становится вопрос событийного менеджмента. Как грамотно, качественно организовать и провести фестиваль на международном уровне, каким образом продвигать фестиваль – это главные вопросы, которые стоят перед event-менеджерами. Пермский регион имеет практический опыт успешного проведения международных фестивалей, например, международного Дягилевского фестиваля или фестиваля воздухоплавания «Небесная ярмарка». При этом количество фестивалей как в России, так и в Приволжском и Уральском округах активно возрастает и вместе с тем возрастает потребность в качественных, креативных, универсальных специалистах, которые готовы и могут сотрудничать с туроператорами, привлекая туристов на фестивали и обеспечивая увеличение посещаемости фестивалей, и которые готовы работать с музеями, понимая, что посещение музеев может стать значимым дополнением фестивальной программы или даже частью программы, как например, концерты в доме-музее Дягилевых в дни Дягилевского фестиваля.

5. Характеристика сегмента рынка образовательных услуг, основные внешние и внутренние конкуренты

Преимущества данной магистерской программы:

- А) **Актуальность** – данное направление отвечает современным тенденциям в туристической, событийной и музейных сферах. Во время обучения в магистратуре студенты знакомятся с современными подходами, технологиями (мультимедийными, цифровыми, интерактивными), концепциями в сфере историко-культурных, событийных, туристических проектов и музейной сфере. Акцент делается и на изучение зарубежных методик и технологий наравне с российскими. Программа направлена на изучение технологий будущего, которые помогут специалистам быть актуальными и востребованы в дальнейшем.
- Б) **Востребованность** – потребность в подобных специалистах высокая, кроме того в соответствии с новыми профессиональными стандартами музейные сотрудники обязаны иметь образование по музейному делу. Причем больше всего руководство музеев интересуется музейный менеджмент, ощущается нехватка знаний и компетенций именно в этом направлении. Как показал опыт сотрудничества НИУ ВШЭ – Пермь и музеев Пермского края, и соседних регионов, музеи нуждаются в качественных специалистах. Вместе с тем высокую потребность в качественных специалистах испытывают туристические компании. Наибольшей степенью доходов отличаются менеджеры фестивалей и крупных событийных мероприятий. Количество фестивалей возрастает, при этом усиливая потребность в данных специалистах.
- В) **Практико-ориентированность** – магистранты получают возможность воплощать проекты на реальных музейных, событийных и туристических кейсах. Уже во время обучения у студентов появляется возможность установить контакты с потенциальными работодателями. Помимо региональных партнеров программы: туристических компаний (ТФ «Белый камень», ТА «Краснов», ТА «Биармия тур», ТА «Welcome to Ural» Турфирма

«КуМир»); музеев (Пермский краеведческий музей, включая все филиалы, Пермская художественная галерея, Музей современного искусства «Пермь», корпоративные музеи); оргкомитетов фестивалей (Дягилевского фестиваля, «Небесная ярмарка Урала», «КАМБА»), планируется сотрудничество с крупнейшими музеями и туристическими компаниями Приволжского и Уральского федерального округа, а также других регионов. В перспективе создание совместных проектов с музеями зарубежных стран, например, музеями деревянного зодчества и промышленными музеями.

- Г) Международное сотрудничество и академическая мобильность:** важно подчеркнуть, что обучение на магистерской программе и стажировки студентов не ограничиваются только территорией Приволжского и Уральских округов.

Студенты смогут участвовать в программе академической мобильности в НИУ ВШЭ – Санкт-Петербург по программе «Экономика впечатлений: менеджмент в индустрии гостеприимства и туризме» (в частности, проходить обучение во время англоязычного семестра петербургской программы), а также смогут проходить практику и стажировки в крупнейших музеях и что особенно значимо в оргкомитетах международных фестивалей Санкт-Петербурга.

Также достигнуты договоренности о музейной практике в Москве и академическом обмене с НИУ ВШЭ – Москва по новой магистерской программе совместно с музеем «Гараж».

При этом студенты Москвы и Санкт-Петербурга также смогут проходить практику в Пермском крае, например, в музее современного искусства «Пермь» или в оргкомитете фестиваля воздухоплавания «Небесная ярмарка», международного Дягилевского фестиваля.

Важно, что академический обмен планируется и среди преподавателей, например, студенты пермского кампуса смогут прослушать курсы лекций ведущих преподавателей Москвы и Санкт-Петербурга.

В перспективе планируются стажировки в музеях, туристических компаниях и оргкомитетах фестивалей за рубежом, а не только на территории России. Подчеркнем, что преподаватели магистерской программы проходили ряд стажировки за границей и имеют широкие связи в профессиональной сфере по всему миру. Например, Ю.В. Глазырина многократно проходила стажировки за рубежом (Лондон, Оксфорд, Скарборо, Нью-Йорк, Бостон, Париж, Доль и другие города); М.И. Лямина – в Амстердаме и других городах Европы.

Кроме того, НИУ ВШЭ – Пермь имеет партнерские отношения с университетами Дарем, Глазго. На международной партнерской неделе в Санкт-Петербурге готовность к созданию и развитию партнерских отношений по магистерской программе озвучили университеты Universita Degli Studi di Torino, Wittenborg, Universita Degli Studi di Bergamo. Сейчас ведутся переговоры о подписании соглашений об обмене студентами.

- Д) Междисциплинарность:** программа органично сочетает в себе экономико-менеджерские дисциплины, цифровые технологии и специально-исторические дисциплины, что позволяет решить поставленную перед магистратурой задачу.

- Е) Межотраслевой характер программы:** подразумевает подготовку по сути универсальных специалистов: музейных специалистов к ведению событийной деятельности; участие специалистов событийной и музейной сфер в создании турпродуктов и т.п. Подчеркнем, что программ, которые готовили бы универсальных специалистов, обладающих методикой, инструментарием работы в смежных сферах, крайне мало.

- Ж) Интерактивность и геймификация:** использование активных и интерактивных методов обучения и современных информационных технологий. Интерактивные семинары, игровые тренинги, деловые и ролевые игры делают эту программу, действительно, современной и востребованной. Студентам в рамках нескольких курсов будет предложено разработать собственные интерактивные проекты по презентации фестивалей или историко-культурного наследия, например, разработать квесты для музеев по новой экспозиции или создать видеоролики о фестивальных мероприятиях, новых турах или достопримечательностях.
- З) Мультимедийность (изучение цифровых технологий)** в музейной, событийной и туристической индустрии. В магистратуре студенты изучат современные цифровые технологии в музейном деле и туристическом бизнесе, например, в музейном деле VR и AR технологии, цифровые методики в каталогизации данных, подходы к созданию сайтов для музеев, туркомпаний. Подробнее см. Приложение 1.
- И) Англоязычность (частично)** – часть дисциплин читается на английском языке, что позволит пройти обучение по ряду курсов, в том числе, иностранным студентам. Кроме того, английский язык является необходимым при работе в профессиональной сфере, например, с зарубежными партнерами или при организации международных фестивалей, поэтому знание профессиональной лексики на английском языке может пригодиться студентам в дальнейшей работе.

6. «Портрет выпускника» ОП, анализ востребованности и возможностей трудоустройства выпускников

Планируемые образовательные результаты, формируемые при освоении ОП

Обучаясь на ОП «Экономика впечатлений: музейный, событийный, туристический менеджмент», студенты формируют и развивают следующие **типы компетенций**:

- Научно-исследовательские, преподавательские – изучение процессов и закономерностей в деятельности и управлении музеев, культурных событий, туристических и музейных проектов; анализ рынка и проектной деятельности; изучение данных, относящихся к культурным тенденциям и направлениям в музейном деле, туризме, анализ этих данных.
- Управленческие и предпринимательские – связанные с реализацией деятельности в музейной и культурной сфере, музейном менеджменте, организацией и проведением историко-культурных мероприятий, событий и туров и пр.; умение выстраивать эффективную систему управления культурным, музейным, событийным, туристическим проектом и системно подходить к решению управленческих задач; знание современных методологий управления проектами и т.д.
- Консультационные – формирование проектов консультационных работ в сфере музейный, событийный, туристический менеджмент.

Коды компетенций и их наименование в соответствии с образовательным стандартом по направлению подготовки: 38.04.02 Менеджмент уровень: магистратура от 22.12.2017 г. № 13 приведены в аннотациях учебных курсов.

Полученные знания и выработанные навыки позволяют выпускникам магистерской программы стать высококвалифицированными специалистами-практиками, способными самостоятельно разрабатывать, планировать и реализовывать туристические, музейные исследования и культурные проекты, заниматься управлением в туристическом бизнесе и музейных сферах.

Характеристика профессиональной деятельности выпускника ОП

Программа реализуется в рамках направления подготовки 38.04.02 Менеджмент, задачей которого является подготовка выпускников к научно-исследовательской, аналитической, культурно-просветительской и предпринимательской деятельности.

Помимо традиционных сфер деятельности в научных организациях, музеях, образовательных учреждениях, органах государственной власти и местного самоуправления, СМИ, историко-культурном и познавательном туризме, аналитической и экспертной деятельности, выпускники программы будут востребованы:

- при разработке и внедрении концепций туристических, событийных, музейных мероприятий и выставок,
- при выполнении междисциплинарных исследований,
- для обеспечения менеджмента историко-культурных и социально-культурных проектов.

Сфера применения знаний и умений, полученных на магистерской программе и возможные места трудоустройства выпускников:

- государственные, ведомственные, корпоративные и частные музеи;
- музейно-выставочные и культурные центры;
- художественные галереи;
- туристические компании (в качестве специалиста по историко-культурному и познавательному туризму);
- компании событийной индустрии (оргкомитеты фестивалей и пр.);
- органы управления объектами культурного наследия;
- органы государственного и муниципального управления;
- зарубежные и ведущие российские исследовательские университеты;
- организации некоммерческого сектора;
- театры;
- издательства, интернет-порталы;
- благотворительные фонды;
- арт-фонды;
- предприятия культурных и креативных индустрий;
- СМИ и пр.

7. Структура учебного плана

Перечислим ключевые дисциплины, изучаемые слушателями магистерской программы «Экономика впечатлений: музейный, событийный и туристический менеджмент».

На первом году обучения:

Теория организации и организационное поведение.

Маркетинг.

Методология научных исследований в музейном, событийном, туристическом менеджменте.

Стратегии в музейном, событийном, туристическом менеджменте.

Теория, история и инновации в экономике впечатлений.

Экономика культуры.

Маркетинг в индустрии впечатлений.

История мировой культуры.

Цифровые и мультимедийные технологии в музейном деле и историко-культурном, событийном туризме.

На втором году обучения:

Основы туроператорской деятельности.

Событийный менеджмент.

Историко-культурное наследие: проблемы сохранения и презентации.

История культуры России и Урала.

Потребительское поведение в культурном туризме: практика и теория.

Арт-менеджмент.

Управление туристическими и культурными проектами.

Логистика в туристической деятельности.

Научно-исследовательский семинар «Актуальные и инновационные направления исследований в туристическом, событийном и музейном менеджменте».

Часть дисциплин на программе читаются на английском языке. Также студентам предлагаются дисциплины на английском языке из курса МАГО-ЛЕГО, например, курс «Межкультурные коммуникации».

Кроме того, часть дисциплин будут изучаться студентами в формате онлайн курса, например, нами был разработан онлайн курс «История и культура Урала», также в формате онлайн курса будет изучаться «Логистика в туристической деятельности».

8. Концепция научно-исследовательского семинара

Главными принципами организации проектной и исследовательской работы являются практико-ориентированность и использование современных подходов. Планируется активная разработка проектов с пермскими и в перспективе с музеями других регионов, туристическими компаниями.

Планируемые направления проектной работы:

1. Проект «Живая история» в музеях России и в частности Пермского края – реконструкция традиций, обрядов, праздников в музейных программах и туристических продуктах. Яркий пример – «Живая история» в музее «Хохловка».
2. Дистанционные виртуальные проекты, например, по созданию виртуальных музеев и видеосюжетов про достопримечательности России.
3. Международные дистанционные проекты туристической, музейной, событийной направленности с участием студентов пермского, московского, питерского кампусов НИУ ВШЭ и зарубежных вузов.
4. Проект по включению студентов в организацию и проведение фестивалей, например, по подготовке Дягилевского фестиваля, фестиваля «Небесная ярмарка Урала», этнофутуристического фестиваля «Камва» и др.
5. Управление выставочной деятельностью.
6. Управление туристическими историко-культурными проектами.
7. Разработка концепций создания и обновления экспозиций для корпоративных музеев предприятий России и в частности Пермского края.
8. Разработка концепций и сценариев музейных, событийных и туристических мероприятий, например, «Ночи музеев» и «Ночи искусств».
9. Мультимедийный портал – разработка разделов, связанных с обзором музеев, культурных мероприятий, проектов российских регионов.
10. Проекты по созданию сайтов музеев, фестивалей и культурных учреждений, фестивалей.
11. Проекты по развитию и продвижению частных музеев России.
12. Проекты по межкультурному сотрудничеству музеев деревянного зодчества России и Европы и разработке молодежных проектов на территории музеев.

Примеры проектов представлены в Приложении 3.

Научно-исследовательский семинар на программе «Экономика впечатлений: музейный, событийный, туристический менеджмент» является одной из основных активных форм обучения. Целью семинара является развитие навыков научно-

исследовательской и практической работы, включая навыки сбора, систематизации, анализа информации, представления результатов исследования, навыки разработки культурных, событийных проектов и создания концепций музеев. Научно-исследовательский семинар способствует постановке и уточнению цели магистерской диссертации, определению подходов к ее достижению, а также направлен на подготовку обучающихся к самостоятельной деятельности, включающей аналитические и презентационные компоненты, в том числе проведение презентаций, пресс-конференций, круглых столов для различных целевых аудиторий по итогам проектов.

В рамках научно-исследовательского семинара будет также сделан акцент на проведение аналитических исследований, связанных с музейным, событийным, туристическим менеджментом, например, планируется проведение исследований по посещаемости фестивалей и культурных мероприятий.

Отдельный блок исследований, который также будет проводиться в рамках научно-исследовательского семинара, – это исследования с применением цифровых технологий в экономике впечатлений. Например, студенты смогут применять методы картирования и др.

Занятия по научно-исследовательскому семинару проводятся в течение двух лет обучения (начиная со второго модуля первого года). Работа формируется по двум направлениям деятельности: 1. Подготовка магистерской диссертации; 2. Мастер-классы, спецкурсы и пр. В результате первого курса обучающиеся овладевают методами поиска и отбора информации и выбора аналитического аппарата. С этой целью в учебный процесс включены профориентационные мастер-классы представителей музейной сферы, культурных учреждений и бизнес-сообщества, направленные на обозначение текущих тенденций в музейной, туристической сферах и сфере управления культурными проектами, а также лекции приглашенных специалистов, освещающие новые направления исследований в музейном менеджменте. Также особая роль отводится групповым и проектным подходам к проведению занятий.

Указанные формы способствуют выполнению по итогам первого года обучения курсовой работы, а также формированию у обучающихся представления о возможных направлениях исследования в рамках написания магистерской диссертации. На втором году обучения используются аналогичные формы научно-исследовательского семинара. Однако приоритетную роль играет индивидуальная работа студентов с руководителями их магистерских диссертаций. В ходе проведения научно-исследовательского семинара определяется тема магистерской диссертации, формулируется цель исследования, определяются задачи и способы их достижения, формируется план диссертации, находящие отражение в активной самостоятельной исследовательской работе. Научно-исследовательский семинар будет иметь, в том числе, проектную основу, включая реализацию проектов группами магистрантов на различных объектах исследования.

9. Характеристика кадрового потенциала, собственного и привлекаемого со стороны, а также имеющихся и требуемых для реализации ОП ресурсов

Краткое резюме потенциального академического руководителя образовательной программы

Шестакова Екатерина Николаевна – кандидат исторических наук, заместитель декана по проектной деятельности социально-гуманитарного факультета НИУ ВШЭ – Пермь, исполнительный директор Туроператора «Белый камень». Опыт работы в туристической сфере – 17 лет, опыт управления историко-культурными, туристическими проектами – 13 лет. Свободное владение английским языком (IELTS 7,5). Опыт чтения лекций на английском языке – 17 лет, в том числе для гостей из разных стран. В 2017 г. руководитель проектов социально-гуманитарного факультета НИУ ВШЭ – Пермь,

куратор сотрудничества НИУ ВШЭ – Пермь с крупнейшими музеями и туроператорами Пермского края. Автор более 50 публикаций по историко-культурному туризму, исторической географии, историческому самосознанию, в том числе на английском языке, например, в журнале European Royal History Journal. Стажировка в Великобритании.

Кадровая база магистратуры

Магистерская программа будет реализовываться преподавателями факультета экономики, менеджмента и бизнес-информатики и социально-гуманитарного факультета НИУ ВШЭ – Пермь в тесном сотрудничестве с другими кампусами НИУ ВШЭ.

Дополнительно предполагается привлечение к преподаванию в рамках отдельных спецкурсов и мастер-классов специалистов, музейных сотрудников, руководителей отделов музеев партнеров и других специалистов, среди них:

- директоров туристических компаний;
- кураторов художественных и культурных мероприятий и т.д.;
- организаторов культурных событий;
- менеджеров государственных учреждений культуры (музеи, библиотеки, академические театры);
- издателей, продюсеров,
- организаторов, event-менеджеров фестивалей и др.

Ведущие преподаватели

Преподаватели программы – ведущие специалисты-практики в сфере менеджмента культурных проектов, музейного дела, событийного и историко-культурного туризма, поэтому у студентов появляется возможность уже в процессе обучения вступить в тесный контакт со специалистами и создавать возможности для своего карьерного роста.

- **Боровская Ирина Леонидовна** – к.э.н., доцент департамента менеджмента НИУ ВШЭ – Санкт-Петербург;
- **Быкова Анна Андреевна** – к.э.н., доцент департамента экономики и финансов НИУ ВШЭ – Пермь, научный сотрудник международной лаборатория экономики нематериальных активов НИУ ВШЭ – Пермь, прошла ряд стажировок в Америке, Европе;
- **Гагарина Динара Амировна** – к.п.н., доцент кафедры гуманитарных дисциплин НИУ ВШЭ – Пермь, специализация: цифровые технологии в культурных и исторических исследованиях, цифровая история;
- **Гергерт Дмитрий Владимирович** – к.э.н., доцент департамента менеджмента НИУ ВШЭ – Пермь, декан факультета экономики, менеджмента и бизнес-информатики НИУ ВШЭ – Пермь, академический руководитель образовательной программы «Управление проектами: проектный анализ, инвестиции, технологии реализации»;
- **Емельянов Андрей Михайлович** - к.э.н., зам. декана факультета экономики, менеджмента и бизнес-информатики НИУ ВШЭ – Пермь;
- **Ожегов Евгений Максимович** – к.э.н., доцент департамента экономики и финансов НИУ ВШЭ – Пермь, научный сотрудник международной лаборатория экономики нематериальных активов НИУ ВШЭ – Пермь, академический руководитель образовательной программы бакалавриата «Экономика», специализация: интеллектуальный анализ данных;
- **Скиперских Александр Владимирович** – профессор кафедры гуманитарных дисциплин НИУ ВШЭ – Пермь, д.полит.н., лауреат международного конкурса «Лучшая научная книга в гуманитарной сфере»;
- **Чашухин Александр Валерьевич** – к.и.н., доцент кафедры гуманитарных дисциплин НИУ ВШЭ – Пермь, специализация: история и культура России, социология;

- **Шадрина Елена Витальевна** – к.э.н, доцент департамента менеджмента НИУ ВШЭ – Пермь, руководитель международного отдела НИУ ВШЭ – Пермь, в 2017 г. окончила программу «Art-management» в Университете Боккони;
- **Шафранская Ирина Николаевна** – к.э.н, доцент департамента менеджмента НИУ ВШЭ – Пермь, академический руководитель образовательной программы: Smart-маркетинг: данные, аналитика, инсайты, прошла ряд стажировок в Америке и Европе;
- **Шестакова Екатерина Николаевна** – к.и.н., зам. декана по проектной деятельности социально-гуманитарного факультета НИУ ВШЭ –Пермь, исполнительный директор Туроператора «Белый камень». Опыт работы в сфере туризма – 17 лет, опыт разработки и руководства культурными, в том числе музейными проектами – 13 лет.

Специалисты-практики:

- **Шаталов Геннадий Васильевич** – председатель Правления ФРОС Region PR, основатель Национальной премии в области событийного туризма Russian Event Awards, Всероссийской туристской премии «Маршрут года», Всероссийского фестиваля-конкурса «Туристический сувенир» и Всероссийского конкурса журналистов и блогеров «МедиаТур», генеральный продюсер конкурса кино о туризме и путешествиях «Россия вдохновляет»;
- **Старцева Ольга Витальевна** – заместитель директора по науке Пермской художественной галереи, историк, искусствовед;
- **Вострикова Татьяна Петровна** – заместитель директора по развитию Пермского краеведческого музея, куратор проекта «Детский музейный центр», историк;
- **Афанасьева Наталья Валерьевна** – заведующая отделом передвижных выставок Пермского краеведческого музея, культуролог;
- **Глазырина Юлия Владимировна** – заведующая отделом природы Пермского краеведческого музея, куратор Музея пермских древностей (диплом магистра Манчестерского университета с отличием, специальность "Менеджмент в сфере культуры", специализация "Менеджмент музеев и галерей", диплом о проф. переподготовке в Московской высшей школе социальных и экономических наук (Шанинка) по программе "Менеджмент в сфере культуры" (Российская академия народного хозяйства и государственной службы));
- **Захаренко Григорий Николаевич** – к.э.н., директор туристической компании, опыт работы в музейной сфере более 10 лет, опыт работы в туристической сфере – 10 лет.
- **Лямина Мария Игоревна** – event-manager в Пермском театре оперы и балета, работала продюсером в компании «Remote Perm», PR-менеджером в «Музее советского наива», на фестивалях «СловоNova», «Фестиваль театра для детей "Большая перемена"», «Международный фестиваль-школа "Territoria" в Перми», «Текстура», координатором Совета фестиваля, координатором специальной программы в компании «Фестиваль "Текстура"», администратор площадок в компании «Фестиваль "Новая драма"», также работала в компании «Театр "Сцена-Молот"», «Museums of Amsterdam», «Extreme Ireland / Irish Day Tours», училась в HvA – Hogeschool van Amsterdam.

Приложение 1. Направление научно-практических исследований «Цифровые технологии в музейном деле (сенсорные киоски, мультимедийные системы, каталогизация, виртуальные музеи и пр.) Изучение музейных коллекций»

Практики использования IT-технологии в музейном деле и в частности музеефикации получают широкое распространение. В региональных музеях появляются digital-субпространства, где представлена информация о постоянной и временной экспозициях, фондах и запасниках музея, истории создания музея и формирования его коллекций. Использование цифровых технологий происходит в нескольких направлениях:

- Научное (музеефикация и экспертиза, установление подлинности музейного предмета и полностью возможной информации о нем);
- Репрезентативное (цифровые технологии как медиатор в освоении представленной информации об экспозиции);
- кураторское, когда технологии задействованы как неотъемлемая часть выставки, что пользуется спросом в современном искусстве;
- каталогизация и учет музейных фондов.

В научной деятельности digital-технологии и интернет позволяют добиться серьезных успехов. Так, реконструируются (в том числе при помощи 3-d моделей) утраченные или поврежденные предметы с предельной точностью (Научно-реставрационный центр им. Грабаря использует программное обеспечение для реставрации; Национальная галерея Канады отреставрировала картину Моне посредством цифровых технологий), создаются цифровые модели исчезнувших видов животных и (музей Дарвина, Палеонтологический музей, Москва).

Следует отметить роль цифровых технологий, программного обеспечения и интернета в каталогизации. Автоматизированные информационные системы используются для совершенствования учетной деятельности музея, каталогизации, работы с фондами, а также обеспечения широкого и удобного доступа всех заинтересованных лиц к информации о коллекции музеев. В российских музеях наиболее часто используется Комплексная автоматизированная музейная информационная система «КАМИС», которая может быть адаптирована и настроена под конкретный музей. Информация о 1665 российских музеях собрана в Государственном каталоге Музейного фонда Российской Федерации, где пользователи могут посмотреть и юридические данные о музее, и каталог экспонатов. В Государственном каталоге Музейного фонда можно осуществлять «сплошной» поиск сразу по всем музеям в каталоге.

Возможности цифровых технологий в каталогизации используются для музеев и проектов разного подчинения, типа и размера. Интересны в этой связи примеры различных инициативных проектов. Так, проект «Прожито» позволяет собрать и систематизировать огромное количество источников личного происхождения (дневники) в виртуальной среде, доступной из любой точки мира.

Технологии репрезентации представляют собой более массовый пласт. Наблюдается тенденция к расширению пула возможностей взаимодействия с пространством – развитие интерактивности. Широко используются мультимедийные системы (к примеру, «Гараж» в 2016 году в одном из своих пространств использовал мультимедийную систему, которая представляла собой платформу с датчиками движения и экран – всё для возможности изучения Солнечной системы мановением руки), сенсорные экраны, подключенные к единой базе данных об экспозиции.

Долгое время существуют виртуальные туры по музейным пространствам, но в последнее время VR-технологии дают иной уровень погружения. Они используются как на дому (более реалистичные прогулки по виртуальному пространству музея), так и в музеях (дополнение реальной картинке). Популярны технологии дополненной реальности AR. В качестве примера, Британский музей использует своё AR-приложение в обучении детей, а музей Гетти (Лос-Анджелес) использует похожую технологию, где человек через

скачанное на компьютер или телефон приложение может привести на свою веб-камеру (или камеру телефона) любой плоский предмет для просмотра и вращения 3d-моделей экспонатов вроде письменного кабинета 17 века. У Музея Бруклина есть популярное приложение iVeapon, которое позволяет посетителю взаимодействовать с музейными экспертами, узнать о предметах искусства и посоветоваться, на что ему обратить внимание в соответствии с его личным запросом.

ГИС-системы также нашли своё применение. Существует практика расположения музейных экспонатов на интерактивной карте, на которой посетитель может увидеть весь географический охват экспозиции и узнать, в частности, где какой экспонат находился и находится в музее.

Можно сказать, что прослеживается мощная тенденция «экранизации» - музеи устанавливают огромные экраны, которые реагируют либо сенсорно, либо к ним подсоединены датчики движения или отслеживание по камере. Пространства ArtPlay и Мультимедиа Арт Музей (Москва) часто используют такие технологии. Мановением руки посетитель может изменить двухметровую цифровую реплику картины Ван Гога или Моне, добавив анимацию ветра или лучей солнца.

В кураторских практиках часто используют 3-d моделирование и печать. Музей де-Янг, Сан-Франциско, совместно с Google распечатали макет часов 18 века. Также кураторы отслеживают маршруты и формы перемещения посетителей по выставкам с помощью цифровых технологий для более тщательного планирования пространства и маркетинговой информации. Используются датчики движения, технологии отслеживания по wi-fi.

Также цифровые технологии используются при консервации и обеспечения безопасности.

Приложение 2. Посещаемость некоторых фестивалей на территории Пермского края в 2015 году и 9 месяцев 2016 г. по данным мониторинга Министерства физической культуры, спорта и туризма Пермского края

Туристское событие	Посещаемость в 2015 году	Посещаемость в 2016 году (9 мес.)	Источник данных
Фестиваль «Пермский калейдоскоп»	332 698	187 525	КГАУ «Центр по реализации проектов в сфере культуры»
Фестиваль современных этнических культур «Камва»	Более 16 000	17200	Министерство культуры ПК http://mk.permkrai.ru/press-centr/news/20405/?sphrase_id=8727
Международный фестиваль документального кино «Флаэртиана»	10886	10898	МКФ "Флаэртиана"
Международный «Дягилевский фестиваль»	14 240	16 771	Анастасия Колчанова Директор по развитию Пермского театра оперы и балета им. П.И. Чайковского
Авиационный фестиваль «Крылья Пармы»	51 000	25 000	КГАУ «Центр по реализации проектов в сфере культуры»
Международный фестиваль воздухоплателей «Небесная ярмарка»	54 543	54 640	КГАУ «Центр по реализации проектов в сфере культуры»
Международный фестиваль колокольных звонов и духовной музыки «Звоны России»	1 150	1 150	КГАУ «Центр по реализации проектов в сфере культуры»
Международный театральный фестиваль Мартина МакДонаха	–	3 513	КГАУ «Центр по реализации проектов в сфере культуры»
Фестиваль «Зов Пармы»	16700	15 000	Отдел культуры Администрация Чердынского района
Фестиваль «Большие маневры на Хохловских холмах»	6 500 (учтены в посещаемости АЭМ "Хохловка")	4524 (учтены в посещаемости АЭМ "Хохловка")	отдел культурно-образовательной работы Пермский краеведческий музей
Фестиваль уличных театров PERMINTERFEST	45 235	56 313	КГАУ «Центр по реализации проектов в сфере культуры»
Межрегиональный фестиваль кузнечного искусства «Огни Гефеста»	4 114	4 067	КГАУ «Центр по реализации проектов в сфере культуры»
ИТОГО	433283	300190	

Таким образом, посещаемость представленных событийных мероприятий составила 433,3 тыс. посетителей в 2015 году, и 300,2 тыс. посетителей в 2016 г. (за 9 месяцев).

Приложение 3. Примеры проектов, которые уже реализованы или планируется реализовывать в ближайшее время на территории Пермского края

1. «Живая история» («living history») – проект по разработке и управлению историко-культурными мероприятиями, включающими реконструкцию традиций, обычаев, обрядов, праздников, народных игр. Проект на территории Пермского края успешно реализуется совместно с Пермским краеведческим музеем на территории архитектурно-этнографического музея «Хохловка». В проведение программ бывает максимально задействовано до 40 студентов-историков НИУ ВШЭ-Пермь. Постоянно участвуют в проекте – 15 студентов-историков. На программах за 2017 г. побывало несколько тыс. туристов из Пермского края, российских регионов и зарубежных стран. Проведенные историко-культурные мероприятия получили много положительных отзывов. В 2018 г. другие музеи Пермского края, например, Чусовской этнопарк стали обращаться с предложениями о сотрудничестве по этому проекту.
2. «Корпоративные музеи» – проекты по созданию, развитию и продвижению корпоративных музеев, например, музея энергетики (компания «Т+»), музея «ОДК «СТАР» и «Авиадвигатель». Данные музеи уже созданы, но они открыты к сотрудничеству.
3. Изучение историко-культурного наследия, в том числе объектов религиозного туризма, исторической памяти, исторического самосознания на территории Чердынского, Соликамского районов. Проведение экспедиции на север Прикамья, к древним столицам Земли Пермской запланирован на август 2018 г.
4. Экологический и историко-культурный – разработка и продвижение комплексных туров в заповедник «Басеги» (совместно с администрацией заповедника).
5. Разработка историко-культурных туров в центры развития и сохранения ремесел Приволжского и Уральских регионов. Например, Кунгурский района – гончарный и камнерезный промысел, Красный Ясыл – камнерезный промысел по обработке селенита и др.
6. Событийный менеджмент – внедрение современных инновационных технологий в создание и продвижение фестивалей и других событийных мероприятий на примере фестиваля «Небесная ярмарка Урала». Организация круглого стола по событийному туризму в рамках информационного тура для туроператоров России.
7. Проекты со значимым цифровым компонентом. Это будет деятельность двух типов:
 - вовлечение студентов в исследовательские, популяризаторские, просветительские и образовательные проекты, в том числе сетевые, реализуемые НИУ ВШЭ – Пермь, музеями и другими организациями. В этом случае студенты могут:
 - выполнять работу по сбору, подготовке и вводу данных в информационные системы и каталоги,
 - заниматься разными видами оцифровки и ее составных частей (фотографирования, обработки изображений, OCR и редактирования текстов и т.п.),
 - создавать отдельные элементы цифрового контента,
 - выполнять собственные подпроекты и минипроекты на базе создаваемых ресурсов и проектов,
 - участвовать в сопровождении цифровых или мультимедийных проектов в ходе их запуска, тестирования и эксплуатации в качестве модераторов, экскурсоводов, SMM-менеджеров и т.п. в зависимости от типа проекта;

- разработка собственных индивидуальных и коллективных студенческих проектов в рамках учебной дисциплины (или группы дисциплин). В этом случае студенты реализуют полный цикл проекта – от разработки его концепции и обоснования актуальности до презентации «готового» продукта и результатов его апробации. Примерами типов проектов являются:
 - создание электронных каталогов объектов историко-культурного наследия, календарей мероприятий,
 - разработка сайтов выставок, учреждений, проектов, мероприятий,
 - разработка виртуальных туров и экспозиций,
 - организация мероприятий и их сопровождение,
 - исследовательские проекты, в т.ч. связанные с анализом объектов историко-культурного наследия средствами ИТ.

Проектная работа направлена на формирование общих и профессиональных компетенций студентов, повышение практической направленности учебного процесса, а также на апробацию цифровых технологий и знаний в этой области в «реальных» задачах музейного, событийного, туристического менеджмента.

Наличие соглашений о сотрудничестве с учреждениями культуры Пермского края (Театр оперы и балета, Театр «Театр», Пермский краеведческий музей, Пермская художественная галерея, Музей современного искусства PERMM и др.) позволяет вовлекать студентов в реализуемые этими организациями проекты и выполнять студенческие проекты на основе коллекций перечисленных учреждений и их пространства.

Приложение 4. Динамика заявок, поданных на национальную премию в области событийного туризма Russian Event Awards (2012-2017 гг.)

№	Год проведения	Количество поданных заявок	Количество городов участников	Место проведения финала	Количество очных участников финала
1	2012	114	39	Воронеж	120
2	2013	232	93	Владимир, Суздаль	180
3	2014	498	196 (72 региона России)	Киров	230
4	2015	688	353 (69 регионов)	Казань	540
5	2016	702	68 регионов	Ярославль	630
6	2017	639	65 регионов	Липецк	980