

Организаторы



МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
МУЗЕЙ МИРОВОГО ОКЕАНА

Генеральный партнер

Panasonic

При реализации проекта используются средства государственной поддержки, выделенные в качестве гранта в соответствии с распоряжением Президента Российской Федерации от 05.04.2016 № 68-рп и на основании конкурса, проведенного Союзом женщин России

«УКРЕПЛЕНИЕ АУДИТОРИИ КОРПОРАТИВНОГО МУЗЕЯ КАК СТИМУЛ РАЗВИТИЯ ОТРАСЛИ»

Третья Международная конференция «Корпоративные музеи сегодня» организована Российским комитетом Международного совета музеев (ИКОМ России) совместно в Музеем Мирового океана (г. Калининград). Она посвящена теме: «Укрепление аудитории корпоративного музея как стимул развития отрасли» и призвана рассмотреть инновационные подходы и успешные практики взаимодействия музеев с посетителем. Конференция объединяет специалистов не только корпоративных, но и ведомственных, государственных и частных музеев, а также представителей государственных органов власти, общественных организаций, независимых экспертов и бизнес-компаний, заинтересованных в развитии музейного дела.

ПРОБЛЕМАТИКА

Корпоративные и ведомственные музеи на сегодняшний день в большинстве своем являются достаточно закрытыми и малоизвестными площадками. Вместе с тем, они обладают уникальными коллекциями, раскрывающими историю самых разных сфер жизни, начиная с этнографических исследований, заканчивая разработками космических технологий. Однако зачастую эти коллекции слабо защищены: не все предметы корпоративных и ведомственных музеев включены в Музейный фонд Российской Федерации, вследствие чего отсутствует государственный контроль за их сохранностью. Так, в условиях экономической нестабильности музей как непрофильный актив может быть закрыт учредителем (корпорацией или предприятием), и тогда эти предметы будут подвержены утрате. Также многие музеи этого типа финансируются в неполном объеме. Как же изменить ситуацию в лучшую сторону? Как повысить статус и привлекательность корпоративных и ведомственных музеев? Важнейшая задача состоит в том, чтобы обеспечить большую открытость этих музеев внешней публике и демонстрировать значимость отрасли и области, которой посвящены эти учреждения.

ВОПРОСЫ ДЛЯ ДИСКУССИИ

- *Как привлекать посетителей в корпоративный музей?*
- *Как можно проводить активную выставочную политику, являясь музеем предприятия с режимом ограниченного доступа?*
- *Может ли стать использование Интернета и социальных медиа дополнительным ресурсом для расширения аудитории корпоративного музея?*
- *Как наиболее эффективно работать с детской и подростковой аудиторией?*
- *Может ли корпоративный музей способствовать профессиональной ориентации и привлечению молодых специалистов в науку и на производство?*
- *Как можно выстраивать работу с сообществом ветеранов отрасли?*
- *Могут ли корпоративные музеи стать посредником между индустрией и обществом?*
- *Каким образом музей формирует бренд территории?*

ПРОГРАММА

14 ДЕКАБРЯ	ЗАЕЗД УЧАСТНИКОВ
15 ДЕКАБРЯ	
09:00 – 10:00	РЕГИСТРАЦИЯ УЧАСТНИКОВ
10:00 – 10:30	<p>ОТКРЫТИЕ КОНФЕРЕНЦИИ И ПРИВЕТСТВЕННЫЕ СЛОВА</p> <p>Сивкова Светлана Геннадьевна, Генеральный директор, Музей Мирового океана, Калининград, Россия</p> <p>Ермак Андрей Викторович, Исполняющий обязанности министра культуры и туризма Калининградской области, Россия</p> <p>Гнедовский Афанасий Михайлович, Исполнительный директор, Российский комитет Международного совета музеев (ИКОМ России)</p>
10:30 – 13:30	<p>ПЛЕНАРНАЯ СЕССИЯ:</p> <p>КОРПОРАТИВНЫЙ МУЗЕЙ: ПРИВЛЕКАЕМ ПОСЕТИТЕЛЕЙ – МЕНЯЕМ «ИМИДЖ ОТРАСЛИ»</p>

Одна из главных задач любого музея – это популяризация своих коллекций. Если музей располагается на закрытой территории или на предприятии с ограниченным доступом, то аудитория, которая может посетить экспозиционное пространство музея, оказывается крайне узкой. Однако строгий режим допуска на предприятие не означает, что музей не может расширять аудиторию, заинтересованную в знакомстве с его экспонатами. Добиться увеличения доступности коллекций можно как путем организации выставочных и образовательных проектов вне стен музея, так и путем создания виртуального пространства, представляющего предметы музея, историю его создания и заслуги основателей, а также повествующего о значимости отрасли в жизни общества.

В рамках пленарного заседания прозвучат доклады о роли корпоративных и ведомственных музеев в создании положительного образа компании/ведомства, о взаимодействии с партнерами для привлечения аудитории, а также новых формах работы с посетителями.

15 - 17 декабря 2016 г.

10:30 – 10:40

ВСТУПИТЕЛЬНЫЕ СЛОВА МОДЕРАТОРА

Гнедовский Михаил Борисович

Ведущий аналитик, Московский центр музейного развития, Москва, Россия

ДОКЛАДЧИКИ:

10:40 – 11:10

Стенверс Бьорн

Директор, Ассоциация музеев Амстердама, Нидерланды.

Вызовы корпоративного музея: к кому он обращен и какое послание несет

11:10 – 11:30

Богатырев Сергей Евгеньевич

Директор, Дирекция музейного фонда Российской Федерации, Москва, Россия.

Включение предметов корпоративного музея в Музейный Фонд России и активная интеграция в музейное сообщество

11:30 – 11:50

Тимофеев Александр Павлович

Директор, Арктический Выставочный центр «Атомный ледокол «Ленин», Мурманск, Россия.

Корпоративный музей как региональный бренд, привлекающий новые аудитории

11:50 – 12:20

КОФЕ-БРЕЙК

12:20 – 12:40

Кондратьева Татьяна Валентиновна

Директор, Музей геологии, нефти и газа, Ханты-Мансийск, Россия.

Государственный музей как методический центр для корпоративных музеев

12:40 – 13:00

Никишин Николай Алексеевич

Независимый эксперт в области музейного проектирования, Москва, Россия.

Субъекты, формы и средства музейной коммуникации в пространстве корпоративного социума

13:00 – 13:20

Кузнецова Нина Викторовна

Начальник Управления «Мир шоколада», ООО «Объединенные кондитеры», Москва, Россия.

Музей как эффективный инструмент развития бизнеса корпорации

13:20 – 13:30

ПОДВЕДЕНИЕ ИТОГОВ ПЛЕНАРНОЙ СЕССИИ

13:30 – 15:00	КУЛЬТУРНАЯ ПРОГРАММА: ОБЗОРНАЯ ЭКСКУРСИЯ ПО ЭКСПОЗИЦИЯМ МУЗЕЯ МИРОВОГО ОКЕАНА
15:00 – 16:30	ОБЕД
16:30 – 19:20	СЕКЦИЯ 1: РОЛЬ МУЛЬТИМЕДИА В МУЗЕЙНОЙ ПРАКТИКЕ И КОММУНИКАЦИИ С ПОСЕТИТЕЛЕМ

В связи с бурным развитием цифровых технологий и сети Интернет, у музеев появилась возможность представить материальное и нематериальное наследие в любой точке мира. Как используют этот шанс корпоративные музеи? Секция призвана продемонстрировать примеры успешных сайтов, мультимедиа приложений и программ, пользующихся интересом у публики. Современные технологии сопровождают нас повсюду, и музеи могут обратить это в свою пользу, применяя их для коммуникации с посетителем. Как мультимедиа средства могут преобразить рассказ о науке, технике и образцах культурно-исторического наследия, можно будет узнать из этой тематической дискуссии.

16:30 – 16:40	ВСТУПИТЕЛЬНЫЕ СЛОВА МОДЕРАТОРА Синицына Ольга Валентиновна <i>Независимый эксперт в области музейного и библиотечного проектирования и международного культурного сотрудничества, член Экспертного совета Фонда Михаила Прохорова, Москва, Россия</i> ДОКЛАДЧИКИ:
16:40 – 17:00	Виссер Джаспер <i>Независимый музейный эксперт, консультант и стратегический дизайнер, Консалтинговое бюро VISSCH+STAM, Амстердам, Нидерланды.</i> Цифровые технологии как средство повествования и способ вовлечения аудитории
17:00 – 17:30	Смирнова Ирина <i>Куратор проектов в области образования и культуры, компания Panasonic, Москва, Россия.</i> Новые технологические решения Panasonic для современного музея

15 - 17 декабря 2016 г.

17:30 – 17:50	<p>Кощеева Елена Львовна Директор, ООО «ЭЛИМУЗ»</p> <p>Лошак Юрий Маркович Генеральный директор, ООО «КАМИС», Санкт-Петербург, Россия.</p> <p>Музейная информационная система и миссия корпоративного музея</p>
17:50 – 18:10	<p>Кубарева Ольга Игоревна Специалист по экспозиционно-выставочной деятельности, Музейно-выставочный центр АО «Апатит», Кировск, Россия.</p> <p>Мультимедийные технологии в корпоративном музее как инструмент работы с посетителями</p>
18:10 – 18:30	<p>Клопова Ирина Владимировна Руководитель проектов, Историко-культурный центр, Государственная корпорация «Росатом», Москва, Россия.</p> <p>Популяризация наследия атомной отрасли</p>
18:30 – 18:50	<p>Кирюхина Ирина Специалист отдела музейных решений, Соболев Леонид Руководитель проектов в сфере культуры, Группа компаний «Аскрин», Санкт-Петербург, Россия.</p> <p>Корпоративные музеи: опыт проектирования и тренды будущего</p>
18:50 – 19:10	<p>Щербаков Сергей Консультант, izi.TRAVEL, Калининград, Россия.</p> <p>Открытые и бесплатные аудиогиды - средство включения корпоративных музеев в туристическое пространство</p>
19:10 – 19:20	<p>ПОДВЕДЕНИЕ ИТОГОВ СЕКЦИИ</p>
20:00	<p>ТОРЖЕСТВЕННЫЙ ПРИЕМ ПО СЛУЧАЮ ОТКРЫТИЯ КОНФЕРЕНЦИИ</p>

16 ДЕКАБРЯ

10:00 – 13:30

СЕКЦИЯ 2:

ПРОЕКТЫ МУЗЕЯ И ИНТЕРЕСЫ ПОСЕТИТЕЛЕЙ

Музей реализует экспозиционно-выставочные и социально-образовательные проекты как внутри, так и вне своих стен. Он сотрудничает с учреждениями культуры, науки и образования. Музейные мероприятия зачастую заимствуют форматы из других областей, таких как театр и кино. В рамках данной секции участникам будет предложено обсудить, как эти музейные проекты во всем их многообразии отвечают потребностям общества. Каким образом музеи могут прививать интерес посетителей, в особенности молодого поколения, к науке, техническому и индустриальному наследию?

10:00 – 10:10

ВСТУПИТЕЛЬНЫЕ СЛОВА МОДЕРАТОРА

Каровская Наталия Стефановна

Директор, Государственный Ростово-Ярославский архитектурно-художественный музей-заповедник, Ростов Великий, Россия.

ДОКЛАДЧИКИ:

10:10 – 10:30

Ильина Елена Васильевна

Заместитель директора по науке

Смирных Лариса Леонидовна

Заместитель директора по хранению, Нижнетагильский музей изобразительных искусств, Нижний Тагил, Россия

Музейный предмет как объект проектной деятельности. Три проекта – три взгляда

10:30 – 10:50

Денисова Юлия Владимировна

Начальник, Музейно-выставочный центр ПАО «Уралкалий», Березники, Россия.

Музей калия в новом измерении

10:50 – 11:10

Чечевин Глеб Борисович

Директор, Музей истории сберегательного дела Поволжского банка ПАО Сбербанк, Самара, Россия.

Из опыта работы с новой аудиторией посетителей: на основе выставки «Секретные советские художники» и городского аудиогuida для путешественников

15 - 17 декабря 2016 г.

11:10 – 11:30	<p>Полищук Татьяна Павловна Начальник службы профориентационной и просветительской работы, ГУП «Водоканал Санкт-Петербурга», Информационно-образовательный центр, Музейный комплекс «Вселенная воды», Санкт-Петербург, Россия. Информационно-образовательный центр ГУП «Водоканал Санкт-Петербурга» - 14 лет в диалоге с городом</p>
11:30 – 12:00	<p>КОФЕ БРЕЙК</p>
12:00 – 12:20	<p>Хенкель Матиас Член Совета директоров, Центр по развитию Аудитории Свободного университета Берлина, Директор, Консалтинговое агентство «Embassy of Culture». Музейная матрица: импульс к развитию музеев, ориентированных на посетителя</p>
12:20 – 12:40	<p>Кузнецов Михаил Иванович Директор, Некоммерческое партнерство «Союз развития наукоградов России», Москва, Россия. Молодежные образовательно-исследовательские экспедиции в корпоративные музеи наукоградов</p>
12:40 – 13:00	<p>Климентов Вячеслав Львович Заместитель директора по научной работе, Мемориальный музей космонавтики, Москва, Россия. Возможности современного корпоративного музея в профориентации школьников. Из опыта образовательных практик Мемориального музея Космонавтики</p>
13:00 – 13:20	<p>Каровская Наталия Стефановна Директор, Государственный Ростово-Ярославский архитектурно-художественный музей-заповедник, Ростов Великий, Россия. «Музейная академия» как образовательный проект «Ростовского Кремля»: успехи и неожиданные перспективы.</p>
13:20 – 13:30	<p>ПОДВЕДЕНИЕ ИТОГОВ СЕКЦИИ</p>
13:30 – 15:00	<p>КУЛЬТУРНАЯ ПРОГРАММА. ОБЗОРНАЯ ЭКСКУРСИЯ ПО ЭКСПОЗИЦИЯМ МУЗЕЯ МИРОВОГО ОКЕАНА</p>

15:00 – 16:30	ОБЕД
16:30 – 19:00	ПРАКТИЧЕСКИЙ СЕМИНАР: МУЗЕЙ И БРЕНДИНГ ТЕРРИТОРИИ

Музеи сохраняют культурное наследие и тем самым обладают потенциалом формировать историческую память и идентичность группы людей и региона. Одновременно, музей в целом или те ценности, материальные или нематериальные, которые он хранит, могут стать основой для создания бренда территории или индустрии. Можно ли предопределить, что в будущем станет брендом, или это происходит стихийно? На основе чего можно создать бренд? Как используется бренд для развития территории, в том числе и в экономической сфере? В рамках данной секции, участники не только ответят на эти вопросы, но и попробуют составить план брендинга территории и определить роль музея в этом процессе.

	РУКОВОДИТЕЛЬ Прянишников Николай Евгеньевич <i>Старший преподаватель факультета «Управление социокультурными проектами», Московская высшая школа социальных и экономических наук, Москва, Россия</i>
16:30 – 16:50	ДОКЛАДЧИКИ: Трепалова Анна Евгеньевна <i>Директор, Музейный комплекс «Северская домна», ПАО «Северский трубный завод», Полевской, Россия.</i> Северская домна: индустриальное наследие Урала как фундамент корпоративной культуры XXI века.
16:50 – 17:10	Прянишников Николай Евгеньевич Введение в практическую работу
17:10 - 19:00	ВЫПОЛНЕНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ РАБОТЫ ПО ГРУППАМ
19:00 – 19:30	ПОДВЕДЕНИЕ ИТОГОВ КОНФЕРЕНЦИИ

17 ДЕКАБРЯ	
	КУЛЬТУРНАЯ ПРОГРАММА. ЭКСКУРСИЯ В СВЕТЛОГОРСК И ПОСЕЛОК «ЯНТАРНЫЙ»
09:30	ОТЪЕЗД В СВЕТЛОГОРСК ОТ ГОСТИНИЦЫ «ИБИС» С ПОСЕЩЕНИЕМ КОРОЛЕВСКИХ ВОРОТ
11:00 – 12.00	Посещение карьера поселка Янтарный
12:30	Прибытие в Светлогорск
12:30 – 13:30	ОБЕД (1-ая группа) Экскурсия (2-я группа) по Морскому выставочному центру Музея Мирового океана
13:30 – 14:30	ОБЕД (2-ая группа) Экскурсия (1-я группа) по Морскому выставочному центру Музея Мирового океана
14.30 – 16.00	Прогулка по Светлогорску
16:00	Отправление участников в аэропорт (для улетающих 17 декабря) или обратно в Калининград (для улетающих 18 декабря)
17:00	Посещение Музея янтаря в Калининграде

DECEMBER 17	
<p>CULTURAL PROGRAMME: TRIP TO SVETLOGORSK AND THE "AMBER" VILLAGE</p> <p>DEPARTURE TO SVETLOGORSK FROM THE HOTEL «IBIS» WITH A STOP AT THE KING'S GATE</p> <p>Visiting an open-pit mine of the "Amber" village</p> <p>Arrival to Svetlogorsk</p>	<p>09:30</p> <p>11:00 – 12.00</p> <p>12:30</p>
<p>LUNCH (1 group) Tour (2 group) of the Marine Exhibition Center of the Museum of the World Ocean</p>	<p>12:30 – 13:30</p>
<p>LUNCH (2 group) Tour (1 group) of the Marine Exhibition Center of the Museum of the World Ocean</p>	<p>13:30 – 14:30</p>
<p>Walking trip around Svetlogorsk</p> <p>Departure of the participants to the airport (for those leaving on December 17) or back to Kaliningrad (for those leaving on December 18)</p> <p>Visiting the Amber Museum in Kaliningrad</p>	<p>14:30 – 16.00</p> <p>16:00</p> <p>17:00</p>

LUNCH	15:00 – 16:30
WORKSHOP: MUSEUMS AND REGIONAL BRANDING	16:30 – 19:00
<p>Museums preserve heritage, thus, they have a potential to form the historical memory and the identity of communities and regions. At the same time, the museum itself and those tangibles and intangibles values that it preserves can become a basis for the formation of a regional or industry brand. Is it possible to predetermine what exactly is going to become a brand in the future or it occurs in a spontaneous way? How can the brand influence the regional development and economic growth? In this section, participants will answer not only these questions but also will try to organize a plan of regional branding with consideration of the museum role in this process.</p>	
<p>LEADER: Nicholay Pryanishnikov Senior lecturer at the Department of the «Management of Cultural Projects», Moscow School of Social and Economic Sciences, Moscow, Russia</p> <p>SPEAKERS: Anna Trepalova Director of the Museum complex «Severskaya Domna», OJSC «Seversky Pipe Plant», Polevskoy, Russia. Severskaya Domna: The Ural industrial heritage as the base of the corporate culture of the XXI century Nicholay Pryanishnikov Introduction to the group work</p>	<p>16:30 – 16:50</p> <p>16:50 – 17:10</p>
PRACTICAL WORKSHOP IN GROUPS	17:10 - 19:00
SUMMARY OF THE CONFERENCE	19:00 – 19:30

<p>CULTURAL PROGRAMME: TOUR OF THE MUSEUM OF THE WORLD OCEAN</p>	<p>13:30 – 15:00</p>
<p>SUMMARY OF THE SECTION</p>	<p>13:20 – 13:30</p>
<p><i>«Museum Academy» as an educational project of «Rostov Kremlin»: achievements and unexpected perspectives</i> Director of the State Museum Preserve «Rostov Kremlin». Natalia Karovskaya</p>	<p>13:00 – 13:20</p>
<p><i>The opportunities of the modern corporate museum in students' career-guidance. The educational practices of Cosmonautics, Moscow, Russia.</i> Deputy Director of research of the Memorial Museum Vyacheslav Klimentov</p>	<p>12:40 – 13:00</p>
<p><i>Youth educational and research expeditions to corporate museums of the «science cities»</i> in Russia», Moscow, Russia. Director of the Nonprofit partnership «The Union of science cities Mikhail Kuznetsov</p>	<p>12:20 – 12:40</p>
<p><i>Museum Matrix: a tool to push up museums in the age of audience orientation</i> Berlin and Embassy of Culture, Berlin, Germany. Director of the Center for audience development, Freie Universität Matthias Henkel</p>	<p>12:00 – 12:20</p>
<p>COFFEE-BREAK</p>	<p>11:30 – 12:00</p>
<p><i>The information-educational center of the state unitary enterprise «Vodokanal of St. Petersburg» - 14 year of dialogue with the city</i> «The Universe of Water», Saint-Petersburg, Russia. Informational-educational center, Museum complex work, State unitary enterprise «Vodokanal of St. Petersburg», Chief of the Department for career guidance and educational Tatyana Polishuk</p>	<p>11:10 – 11:30</p>

DECEMBER 16	
THEMATIC SECTION 2:	10:00 – 13:30
<p>The museum implements exhibition and socio-educational projects both inside and outside its walls. It can be made in cooperation with cultural organizations and science institutions as well. Frequently, museum activities borrow some forms from other areas such as theatre and movie. In the framework of this section, participants will discuss how do these museum projects in their whole diversity meet the needs of the society. How can museums generate the visitor interests to the science, technological and industrial heritage, especially the interests of a younger generation?</p>	
<p style="text-align: center;">OPENING REMARKS BY THE MODERATOR</p> <p>Natalia Karovskaya Director of the State Museum Preserve «Rostov Kremlin», Rostov the Great, Russia</p> <p style="text-align: center;">SPEAKERS:</p> <p>Elena Ilyina Deputy Director of research</p> <p>Larisa Smirnyh Deputy Director for storage, Nizhny Tagil Museum of Fine Arts, Nizhny Tagil, Russia.</p> <p>The museum object as a target for the project activity. Three projects – three views</p> <p>Julia Denisova Chief of the Museum and exhibition center of PJSC «Uralkali», Berezniki, Russia.</p> <p>Museum of potassium in the new dimension</p> <p>Gleb Chechevin Director of the Museum of the thrift industry's history of the Volga Bank JSC «Sberbank», Samara, Russia.</p> <p>«The secret soviet artists» and the city audio guide for travelers Experience with a new audience: based on the exhibition</p>	<p>10:00 – 10:10</p> <p>10:10 – 10:30</p> <p>10:30 – 10:50</p> <p>10:50 – 11:10</p>

WELCOME RECEPTION	20:00
SUMMARY OF THE SECTION	19:10 – 19:20
<p><i>Inclusion into the touristic field</i> <i>Free public audio guides – means of corporate museums</i> Consultant, izi.TRAVEL, Kaliningrad, Russia.</p>	19:50 – 19:10
<p><i>of the future</i> <i>Corporate museums: experience in museum design and trends</i> Chief of projects in the sphere of culture, Group of companies “Ascreen”, Saint-Petersburg, Russia.</p>	18:30 – 18:50
<p><i>Promoting the heritage of the nuclear industry</i> Project coordinator at the Historico-Cultural Center, State corporation «Rosatom», Moscow, Russia.</p>	18:10 – 18:30
<p><i>for the visitor engagement</i> <i>Multimedia technology in the corporate museum as a tool</i> Expert in exposition and exhibition activities of the Museum and Exhibition Center of JSC «Apati», Kirovsk, Russia.</p>	17:50 – 18:10
<p><i>Museum information system and the corporate museum mission</i> Director General of LLC “KAMIS”, Saint-Petersburg, Russia.</p>	17:30 – 17:50
<p>Director of LLC «ELMUZ»</p>	17:30 – 17:50

13:30 – 15:00	CULTURAL PROGRAM: TOUR OF THE MUSEUM OF THE WORLD OCEAN
15:00 – 16:30	LUNCH
16:30 – 19:20	THEMATIC SECTION I: THE ROLE OF MEDIA IN MUSEUM PRACTICE AND COMMUNICATION WITH VISITORS

As the development of digital technology and the Internet is growing rapidly, museums have received the opportunity to present their tangible and intangible heritage anywhere in the world. So, how do the corporate museums use this chance? The section is aimed at demonstrating examples of successful websites, multimedia applications and programs, which cause the public interest. Modern technology accompanies us everywhere, and museums can turn it into an advantage, particularly by using technologies for communication with the audience. Thus, during this section, participants will also focus on how media can enrich the narratives about science, industries, historical and cultural heritage.

16:30 – 16:40	OPENING REMARKS BY THE MODERATOR
	Olga Sinityna Independent expert in the field of museum and library project development and international cooperation, member of the Advisory Board of Mikhail Prokhorov Foundation, Moscow, Russia
	SPEAKERS:
16:40 – 17:00	Jasper Visser Senior partner of the VISSCH+STAM Strategic Services, Amsterdam, Netherlands.
	Digital technologies for storytelling and audience engagement
17:00 – 17:30	Irina Smirnova Curator of the projects in the field of education and culture, Panasonic company, Moscow, Russia. New technological solutions of Panasonic for the modern museum

<p>OPENING REMARKS BY THE MODERATOR</p> <p>Mikhail Gnedovsky <i>Leading analyst of the Moscow Center for Museum Development, Moscow, Russia</i></p>	<p>10:30 – 10:40</p>
<p>SPEAKERS:</p> <p>Bjorn Stenvers <i>Director of the Amsterdam Museums Foundation (SAM), Amsterdam, Netherlands.</i></p> <p>Challenges of a corporate museum: what story to tell to who</p>	<p>10:40 – 11:10</p>
<p>Sergey Bogatyrev <i>Chief of the Directorate of the Museum Fund of the Russian Federation, Moscow, Russia.</i></p> <p>Inclusion of the corporate museums' objects in the Museum Fund of Russia and active integration into the museum community</p>	<p>11:10 – 11:30</p>
<p>Alexander Timofeev <i>Director of the Arctic Exhibition Center «Atomic ice breaker «Lenin», Murmansk, Russia.</i></p> <p>Corporate museum as a regional brand attracting new audience</p>	<p>11:30 – 11:50</p>
<p>COFFEE BREAK</p>	<p>11:50 – 12:20</p>
<p>Tatiana Kondratyeva <i>Director of the Museum of geology, oil and gas, Khanty-Mansyisk, Russia.</i></p> <p>A state museum as a methodical center for corporate museums</p>	<p>12:20 – 12:40</p>
<p>Nikolai Nikishin <i>Independent expert in museum project development, Moscow, Russia.</i></p> <p>Subjects, forms and means of museum communication in the corporate society space</p>	<p>12:40 – 13:00</p>
<p>Nina Kuznetsova <i>Head of the Department «World of chocolate», LLC «United confectioners», Moscow, Russia.</i></p> <p>The museum as an effective tool for the corporation business development</p>	<p>13:00 – 13:20</p>
<p>SUMMARY OF THE PLENARY SESSION</p>	<p>13:20 – 13:30</p>

PROGRAMME

DECEMBER 14		ARRIVAL OF PARTICIPANTS
DECEMBER 15		REGISTRATION
09:00 – 10:00		
10:00 – 10:30	OPENING AND WELCOME SPEECHES	<p>Svetlana Sivkova, Director General of the Museum of the World Ocean, Kaliningrad, Russia</p> <p>Andrey Ermak, Acting Minister of Culture and Tourism of the Kaliningrad Region, Russia</p> <p>Afnasy Gnedovsky, Executive Director of the Russian Committee of the International Council of Museums (ICOM Russia)</p>
10:30 – 13:30	PLENARY SESSION:	CORPORATE MUSEUM: ATTRACTING VISITORS – CHANGING THE “IMAGE OF AN INDUSTRY”

One of the most important aims of the museum is the popularization of its collection. In case the museum is situated in closed area or in an enterprise with a limited access, the audience that is capable to visit museum exhibition space turns out to be extremely slight. However, enterprise's high security does not mean that museums are unable to expand their audience which is interested in acquaintance with exhibits. It is possible to increase the collection availability by means of exhibition and educational projects organized out of the museums area and creation of virtual space which represents museum's objects, reveals its history and founders merits as well as tells about the value of this particular industry in society.

In the framework of the conference, speakers will discuss the significance of corporate and departmental museums for creating enterprise's positive image, think about cooperation with partners for attracting a larger audience and explore new forms of interaction with audience.

«AUDIENCE STRENGTHENING OF THE CORPORATE MUSEUM AS AN INCENTIVE TO THE INDUSTRY'S DEVELOPMENT»

The Third International Conference "Corporate Museums Today" is organized by the Russian Committee of the International Council of Museums (ICOM Russia) in cooperation with the World Ocean Museum (Kalingrad). It is devoted to the theme: «Audience Strengthening of the Corporate Museum as an Incentive to the Industry's Development» and aimed at examining innovative approaches and successful practices of museum interaction with the visitor. The conference brings together experts from corporate, but also from departmental, state and private museums, as well as representatives of public authorities, civil society organizations, independent experts and business companies interested in the development of museums.

AGENDA

Nowadays corporate and departmental museums for the most part are closed and little-known platforms that possess unique collections revealing the history of various spheres of life, from ethnographical investigations to space technology elaborations. However, due to the lack of governmental control, not all of the corporate and departmental museum's objects are properly protected. Thus, museums as a non-specialized asset in conditions of economic instability tend to be closed by their founders, and, as result, their collections might be lost. Furthermore, the majority of museums are not fully subsidized. So how we suppose to change the situation to the better? How to raise the status and attractiveness of corporate and departmental museums? The most important task is to ensure a greater openness of these museums to an external audience and demonstrate the significance of the proper corporation or sector by means of museum activity.

ISSUES FOR DISCUSSIONS

- How to attract visitors in the corporate museums?
- How to carry out an effective exhibition policy as an enterprise's museum with a limited access mode?
- Is there opportunity of corporate museums audience expansion using the internet and social media as an extra resource?
- How to work more effectively with children and teen audience?
- Can a corporate museum serve for a vocational guidance and attract young professionals to work in science and production?
- How to line up a working process with an industry senior community?
- Is there opportunity for corporate museums being a mediator between the industry and the audience?
- How can the museum form a brand of the territory or the region?

All these and following questions will be discussed in the framework of the conference.

The project is implemented with the state support funds allocated as a grant in accordance with the order of the President of the Russian Federation from 05.04.2016 № 68-рп and on the basis of competition held by the Russian Union of Women

Panasonic

General Partner



International
Council
of Museums
Icom
Россия

Organizers