

مدیریت موزه

تألیف و ترجمه:

ابوالفضل صادقپور فیروز آباد

سید محمود میر عزیزی

مریم خلیل زاده مقدم

ویراستار:

اعظم خدادادی

سرنشانه	صادق پور فیروزآباد، ابوالفضل، ۱۳۵۸ -
عنوان و نام پدیدآور	مدیریت موزه؛ تألیف و ترجمه ابوالفضل صادق پور فیروزآبادی، سید محمود میرعزیزی، مریم خلیل زاده مقدم؛ ویراستار اعظم خدادادی.
مشخصات نشر	مهاکمه، ۱۳۹۳.
مشخصات ظاهری	۴۰۶ ص: مصور، نمودار.
شابک	۹۷۸-۶۰۰-۷۱۲۷-۲۴-۷
وضعیت فهرست نویسی	فیا
موضوع	موزه‌ها - مدیریت
شناسه افزوده	میرعزیزی، سید محمود، ۱۳۵۹ -
شناسه افزوده	خلیل زاده مقدم، مریم، ۱۳۵۹ -
شناسه افزوده	خدادادی، اعظم، ویراستار
رده بندی کنگره	۴۱۳۹۳ م ۲ ص / AM۱۲۱
رده بندی دیویی	۰۶۹/۵
شماره کتابشناسی ملی	۳۶۸۷۷۲۷

عنوان کتاب: مدیریت موزه

تألیف: ابوالفضل صادق پور فیروزآباد - سید محمود میرعزیزی - مریم خلیل زاده مقدم

ویراستار: اعظم خدادادی

ناشر: مهاکمه

نوبت چاپ: اول، ۱۳۹۳

تیراژ: ۵۰۰ جلد

چاپ و صحافی: گوهراندیشه

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۷۱۲۷-۲۴-۷

قیمت: ۱۹۵۰۰۰ ریال

مراکز پخش: ۱- تهران خیابان انقلاب، خ فخررازی، ترسیده به لیافی نژاد، کوفه لوری، پلاک ۸، ط ۲، تلفن: ۶۶۴۹۷۰۵۰

۰۹۱۲۳۹۷۴۰۲۱-۶۶۴۹۶۱۵۰۹-۶۶۴۸۸۲۰۳

۲- تهران، میدان انقلاب، بین خ ۱۲ فروردین و اردیبهشت، کتابفروشی آگاه تلفن: ۶۶۴۶۷۳۲۳-۶۶۴۶۰۹۳۲

en_mahkame@yahoo.com

www.mahkame.com

پست الکترونیکی:

نمایندگی های شهرستان:

۱- اصفهان: میدان شهدا، خیابان کوه، بعد از چهارراه باهنر، کوی ولیعصر، پلاک ۴۱۹

پخش کیمیا ۰۳۱۳۴۴۸۰۲۸۵-۰۳۱۳۴۴۸۴۰۲۰

۲- اصفهان: چهارباغ عباسی، مجتمع تجاری چهارباغ، طبقه زیرزمین، پلاک ۲۶، تلفن: ۰۳۱۳۴۴۲۸۸۵۶

۳- مشهد: کتابفروشی درخشن: تلفن: ۰۵۱۳۲۲۵۱۹۲۳

۴- شیراز: کتابفروشی خوارزمی، تلفن: ۰۷۱۳۶۴۷۲۷۸۱

۵- رشت: کتابفروشی وارسته، تلفن: ۰۱۳۲۲۲۲۶۴۴

فهرست مطالب

صفحه

عنوان

۲۳	پیشگفتار
۲۵	فصل اول: مدیریت و مفهوم آن
۲۷	بخش ۱: مفهوم مدیریت
۲۷	تعریف مدیریت
۳۱	بخش ۲: نظریه نقش‌های مدیریتی
۳۲	- فراگرد مدیریت
۳۲	- کارکردهای مدیریت
۳۵	فصل دوم: مدیریت در موزه
۳۷	بخش ۱: موزه‌شناسی
۳۸	تعریف موزه
۳۹	عملکرد موزه‌ها
۳۹	سیاست و رسالت موزه
۴۳	بخش ۲: مدیریت و برنامه‌ریزی موزه
۴۵	انواع موزه‌ها بر اساس نحوه اداره کردن
۴۵	ساختار مدیریت موزه
۴۹	برنامه‌ریزی موزه
۵۰	۱- روند برنامه‌ریزی
۵۰	الف) برنامه‌ریزی مالی
۵۰	ب) نیازها و شرکت دادن جامعه
۵۰	ج) برنامه‌ریزی منابع انسانی
۵۰	د) سازمانی / ساختاری
۵۱	ه) ارتباطات / بازاریابی / تبلیغات
۵۱	و) کمک به برنامه‌های ملی
۵۱	ه) ثمر بخشی خدمات
۵۱	۲- مسایل کلیدی در روند برنامه‌ریزی

۵۱.....	۳- ارزیابی برنامه‌ریزی
۵۳.....	بخش ۳: چالش‌های پیش روی موزه‌ها
۵۳.....	۱- مسایل مالی موزه‌ها
۵۴.....	۲- افزایش جذب بازدیدکنندگان موزه
۵۴.....	۳- مالکیت اشیای موزه‌ای
۵۵.....	۴- کنوانسیون‌های بین‌المللی حاکم بر مالکیت فرهنگی
۵۶.....	۵- سرقت و تخریب آثار موزه‌ای
۵۶.....	۶- دارایی‌های فکری
۵۷.....	۷- موزه‌های مجازی و اینترنت
۵۹.....	بخش ۴: مدیریت بحران در موزه
۵۹.....	بحران و مدیریت برنامه آمادگی بحران در موزه
۶۰.....	هدف‌های مدیریت بحران
۶۱.....	گروه واکنش به بحران و مدیریت بحران در موزه‌ها و آرشیوها
۶۳.....	راهبرد مدیریت بحران در موزه‌ها و آرشیوها
۶۳.....	۱- شناسایی و تعیین کلیه خطرات و بحران‌های احتمالی در موزه‌ها و آرشیوها
۶۴.....	۲- ارزیابی میزان بزرگی و اهمیت هر کدام از این خطرات
۶۵.....	۳- شناسایی راهکارهای ممکن برای کاهش خسارات
۶۵.....	۳-۱- سطوح نظارت بر عوامل آسیب‌رسان در مجموعه‌ها
۶۹.....	شیوه‌های بازیافت (نجات) اشیای موزه
۶۹.....	۱- خشک کردن
۶۹.....	۲- مهار کپک (مهار فیزیکی ریزاندامگان)
۷۱.....	فصل سوم: ساختار و آیین نامه موزه
۷۳.....	بخش ۱: اساسنامه مجموعه‌های فرهنگی (موزه‌ها، اماکن و مجموعه‌های تاریخی)
۷۵.....	اساسنامه موزه‌ها
۸۱.....	بخش ۲: اصول اخلاقی موزه
۸۱.....	۱- اصول اخلاقی
۸۳.....	۲- اصول اساسی کنترل موزه
۸۳.....	۱-۲- حداقل استانداردهای موزه
۸۴.....	۲-۲- اساسنامه
۸۴.....	۳-۲- بودجه
۸۴.....	۴-۲- ساختمان و زمین (ملک)

۸۴.....	۲-۵- کارکنان
۸۵.....	۲-۶- نقش آموزشی و اجتماعی موزه
۸۶.....	۲-۷- بازدید از موزه و دسترسی کارکنان آن به اطلاعات در مورد مجموعه‌های موزه
۸۶.....	۲-۸- نمایش‌ها، نمایشگاه‌ها و فعالیت‌های ویژه
۸۶.....	۲-۹- ضمانت و حمایت بازرگانی
۸۶.....	۲-۱۰- فروشگاه‌های موزه و فعالیت‌های بازرگانی
۸۶.....	۲-۱۱- تعهد قانونی
۸۷.....	۳- مالکیت کلکسیون‌های (مجموعه‌های) موزه
۸۷.....	۳-۱- سیاست جمع‌آوری
۸۷.....	۳-۲- مالکیت اشیای قاچاق
۸۸.....	۳-۳- مطالعات تخصصی و جمع‌آوری
۸۸.....	۳-۴- همکاری بین موزه‌ها در سیاست‌های جمع‌آوری
۸۸.....	۳-۵- دریافت‌های مشروط و سایر عوامل ویژه
۸۹.....	۳-۶- عاریه به موزه
۸۹.....	۳-۷- تضاد منافع
۸۹.....	۴- خارج کردن مجموعه
۸۹.....	۴-۱- استنباط کلی از دوام با پایداری مجموعه
۸۹.....	۴-۲- اختیارات قانونی و سایر اختیارات
۹۰.....	۴-۳- سیاست‌ها و روش‌های عدم دستیابی
۹۱.....	۴-۴- بازگردانی یا دارایی فرهنگی
۹۱.....	۴-۵- درآمد حاصل از خروج مجموعه‌های موزه
۹۱.....	۵- اصول کلی رفتار حرفه‌ای
۹۱.....	۵-۱- تعهدات اخلاقی اعضای حرفه موزه
۹۲.....	۵-۲- رفتار شخصی
۹۲.....	۵-۳- علایق شخصی
۹۳.....	۶- مسئولیت شخصی در قبال مجموعه‌ها (کلکسیون‌ها)
۹۳.....	۶-۱- دریافت اشیاء برای مجموعه‌های موزه
۹۳.....	۶-۲- مراقبت از مجموعه‌ها (کلکسیون‌ها)
۹۳.....	۶-۳- محافظت
۹۴.....	۶-۴- اسناد و مدارک مجموعه‌ها
۹۴.....	۶-۵- عدم دستیابی و خارج کردن اشیاء از مجموعه‌ها
۹۴.....	۶-۶- رفاه حیوانات زنده

- ۶-۷- چگونگی نگهداری و مطالعه بقایای انسان و سایر موارد مربوط به تشریفات مذهبی ۹۴
- ۶-۸- مجموعه‌های شخصی ۹۵
- ۷- مسئولیت شخصی در برابر مردم ۹۵
- ۷-۱- حمایت از استانداردهای حرفه‌ای ۹۵
- ۷-۲- روابط با مردم عادی (افراد عادی) ۹۵
- ۷-۳- محرمانه بودن یا رازداری ۹۶
- ۸- مسئولیت شخصی در برابر همکاران و حرفه ۹۶
- ۸-۱- روابط حرفه‌ای ۹۶
- ۸-۲- همکار حرفه‌ای ۹۶
- ۸-۳- معاملات ۹۷
- ۸-۴- سایر تضادهای احتمالی منافع ۹۷
- ۸-۵- تشویق، ارزیابی و اشیاء نامشروع (قاچاق) ۹۸
- ۸-۶- رفتار غیر حرفه‌ای ۹۸
- بخش ۳: ساختار آیین نامه‌ای موزه ۹۹**
- ۲- سیاست‌ها و آیین نامه‌های موزه ۱۰۰
- ۲-۱- نحوه جمع‌آوری اشیاء ۱۰۰
- پژوهش میدانی ۱۰۰
- هدیه ۱۰۱
- خرید ۱۰۲
- ۲-۲- نحوه دریافت شی (تملک) ۱۰۳
- ۲-۳- نحوه واگذاری اشیاء ۱۰۵
- ۲-۴- نحوه امانت دادن ۱۰۶
- ۲-۵- نحوه امانت گرفتن اشیاء ۱۰۹
- ۲-۶- نمایشگاه‌ها و برنامه‌های عمومی ۱۱۱
- ۲-۷- نحوه استفاده از امکانات ۱۱۲
- بخش ۴: استانداردها و اخلاق حرفه‌ای در موزه ۱۱۳**
- ایجاد و نگهداری مجموعه‌ها ۱۱۴
- سیاست فراهم‌آوری منابع ۱۱۴
- حذف اشیاء یا نمونه‌ها از مجموعه‌های موزه ۱۱۵
- مستندنگاری مجموعه‌ها ۱۱۶
- حمایت در برابر سوانح و حفاظت پیشگیرانه ۱۱۶
- حفاظت و مرمت ۱۱۶

۱۱۷.....	بخش ۵: استانداردهای موزه‌ای
۱۱۸.....	الف) استانداردهای موجود
۱۱۹.....	ب) خلاصه دانش موجود درباره بهداشت و ایمنی
۱۱۹.....	ج) گزیده‌ای از روش‌های ارزیابی برای مجموعه‌های موزه‌ای
۱۱۹.....	د) تضمین کیفیت
۱۲۰.....	ه) طرح ثبتی
۱۲۳.....	فصل چهارم: موزه و اقتصاد
۱۲۵.....	بخش ۱: بازاریابی در موزه
۱۲۸.....	آمیخته (مخلوط) بازاریابی
۱۲۹.....	معرفی و جهت‌گیری بازاریابی
۱۳۰.....	نقش یک بازاریاب
۱۳۱.....	مفهوم بازاریابی
۱۳۳.....	بازاریابی استراتژیک
۱۳۴.....	۱- ترفیع (تبلیغ و ترویج)
۱۳۵.....	الف) ارتباطات
۱۳۵.....	ب) آرم موزه
۱۳۶.....	ج) بروشورها و پوسترها
۱۳۶.....	د) گروه‌های متخصص
۱۳۷.....	۲- محصول (فرآورده)
۱۳۷.....	۳- قیمت (بها)
۱۳۸.....	۴- مکان
۱۳۸.....	۵- افراد
۱۳۹.....	برنامه‌ریزی راهبردی بازار
۱۴۰.....	۱- رسالت و دیدگاه موزه
۱۴۰.....	۲- تجزیه و تحلیل وضعیت
۱۴۱.....	۳- اهداف کوتاه مدت موزه
۱۴۲.....	۴- تقسیم‌بندی بازار
۱۴۲.....	۵- فعالیت‌های ترویجی
۱۴۲.....	۵-۱- ارزیابی
۱۴۳.....	۵-۲- ارزیابی بازدید
۱۴۴.....	انواع تقسیم‌بندی بازار موزه‌ها

بخش‌بندی اثربخش بازار.....	۱۴۸
بازاریابی انواع مخاطبان مورد نظر در موزه‌ها.....	۱۴۸
۱- خانواده‌ها.....	۱۴۸
۲- صنعت مسافرت.....	۱۴۹
۳- زائران.....	۱۴۹
۴- مراکز آموزشی (مدارس و دانشگاه‌ها).....	۱۵۰
۵- بانیان.....	۱۵۰
بخش ۲: طرح بازاریابی موزه.....	۱۵۱
بازاریابی و روابط عمومی.....	۱۵۱
موزه و کسب درآمد.....	۱۵۱
تأمین منابع مالی موزه‌ها.....	۱۵۲
طرح‌ها و برنامه‌های موزه جهت بازاریابی.....	۱۵۴
بخش ۳: مطالعات بازار.....	۱۶۱
موزه‌ها و بازاریابی.....	۱۶۱
دستیابی به مخاطبان متنوع و گسترده.....	۱۶۲
افزایش ظرفیت و توسعه نمایشگاه‌ها و برنامه‌ها.....	۱۶۳
همکاری موزه‌ها با سازمان‌های دیگر.....	۱۶۴
بازاریابی برای موزه.....	۱۶۵
- مجموعه (گنجینه موزه).....	۱۶۵
- ساختمان موزه.....	۱۶۶
- کادر اداری موزه.....	۱۶۶
- عملکردهای سازمانی.....	۱۶۶
- مردم.....	۱۶۶
شناخت بازدیدکنندگان.....	۱۶۸
مطالعات پیمایشی موزه.....	۱۶۹
پژوهش بازاریابی در موزه.....	۱۷۰
شناخت رقبا.....	۱۷۱
رقابت موزه‌ها با سایر مراکز (فروشگاه‌ها، سینماها و...).....	۱۷۱
رابطه مجموعه (گنجینه موزه) با بازاریابی در موزه.....	۱۷۶
شرایط و مقررات مالی.....	۱۷۶
مدیریت مالی.....	۱۷۷
اخلاقیات و مدیریت مالی موزه.....	۱۸۰

بخش ۴: مدیریت دانش مشتری در موزه‌ها.....	۱۸۳
مدیریت دانش مشتری	۱۸۳
انواع کاربرامشتری و انواع دانش مرتبط با آن‌ها	۱۸۶
- دانش برای مشتری	۱۸۷
- دانش درباره مشتری	۱۸۷
- دانش از مشتری	۱۸۸
- دانش با مشتری	۱۸۸
ویژگی‌های یک موزه مشتری محور	۱۸۹
فصل پنجم: مدیریت منابع انسانی موزه	۱۹۱
بخش ۱: مدیریت منابع انسانی در موزه	۱۹۳
مدیریت منابع انسانی	۱۹۳
ساختار پرسنلی موزه	۱۹۷
چارچوب مشترک در موزه‌ها	۱۹۷
نیروی انسانی موزه	۲۰۳
- مدیریت موزه	۲۰۴
- موزه‌دار آموزش‌گر	۲۰۷
- موزه‌دار پژوهش‌گر	۲۰۷
- موزه‌دار حفاظت‌گر	۲۰۷
- موزه‌دار گزینش‌گر آثار	۲۰۷
- مستندنگار	۲۰۷
بخش ۲: ساختار و فرهنگ سازمانی	۲۰۹
منابع انسانی	۲۱۰
- هیأت مدیره موزه	۲۱۱
- مدیران موزه	۲۱۱
- کارکنان موزه	۲۱۲
- داوطلبان موزه	۲۱۳
بخش ۳: موزه‌ها و کارکردهای آن	۲۱۵
ارزیابی عملکرد در موزه‌ها	۲۱۵
عملکرد و کارکرد موزه‌ها	۲۱۷
نقش و عملکرد اجتماعی موزه	۲۱۸
موزه: روان شناسی، ادراک و رفتار	۲۱۹

۲۲۰	۱- روان‌شناسی مخاطب موزه
۲۲۰	۲- رابطه موزه و فضا
۲۲۱	۳- محرک‌های روانی و واکنش‌های مرتبط با حرکت
۲۲۱	۴- تشخیص و مکان حرکت
۲۲۲	۵- مسیر حرکت در موزه
۲۲۳	۶- رابطه فضا و شیء
۲۲۴	ساختار علمی مجموعه موزه
۲۲۴	برنامه‌ریزی مجموعه
۲۲۴	برنامه‌ریزی، هدف و توسعه در موزه‌ها
۲۲۵	- رهنمودهای عملی
۲۲۵	- برنامه‌ریزی و هدف
۲۲۶	۱- شناختن موزه خودتان
۲۲۶	۲- کلکسیون‌ها
۲۲۷	۳- کنترل تغییرات
۲۲۷	۴- بازدیدکنندگان
۲۲۸	۵- دوستان و شبکه‌ها
۲۲۸	سیستم مدیریت محتوای موزه
۲۳۱	فصل ششم: معرفی و آموزش در موزه
۲۳۳	بخش ۱: معرفی
۲۳۴	معرفی از طریق نمایشگاه‌ها
۲۳۵	۱- بمب‌های قدرتمند
۲۳۵	۲- تعاملی یا مشارکتی
۲۳۵	۳- مردم و موزه‌ها
۲۳۶	۴- هدف قرار دادن مخاطبین
۲۳۷	۵- انگیزه‌ها
۲۳۹	بخش ۲: آموزش
۲۳۹	۱- روان‌شناسی یادگیری از طریق موزه
۲۴۰	۲- برنامه‌ریزی آموزشی
۲۴۱	روش‌های انتقال اطلاعات به مخاطبین موزه
۲۴۲	۳- آموزش تأثیرگذار در موزه
۲۴۴	۴- توسعه نقش آموزشی موزه

بخش ۳: مدیریت آموزش و پرورش در موزه	۲۴۷
مجموعه‌ها و آموزش و پرورش	۲۴۷
میراث و مدیریت آموزش و پرورش در موزه	۲۴۷
آموزش و پرورش در موزه و جامعه	۲۴۸
روش‌های آموزشی و یادگیری در آموزش و پرورش در موزه	۲۵۱
۱- برچسب‌های نمایش کلی و توضیح زیرنویس انفرادی	۲۵۱
۲- بازدیدهای با راهنما و تبادل نظر آموزشی	۲۵۱
۳- رسانه‌های سمعی و بصری موزه	۲۵۲
لمس کردن اشیاء موزه‌ای	۲۵۴
ایجاد کارگاه‌های عملی در موزه	۲۵۶
- سرگرمی و بازی‌های آموزنده	۲۵۷
بسته لوازم آموزشی	۲۵۹
سفرهای میدانی / اکتشافی	۲۵۹
فعالیت‌ها و برنامه‌های همکاری خارج از موزه	۲۶۰
آموزش غیررسمی	۲۶۳
رویدادها و فعالیت‌ها در وقت آزاد	۲۶۳
یادگیری غیررسمی در موزه‌ها	۲۶۴
ارزیابی نمایشگاه و پژوهش در مورد بازدیدکنندگان	۲۶۶
کلکسیون‌ها و نمایشگاه‌ها	۲۶۸
فصل هفتم: مدیریت مجموعه‌ها	۲۷۳
بخش ۱: جایگاه مدیریت در مجموعه‌ها	۲۷۵
سیاست‌نامه مدیریت مجموعه‌ها	۲۷۶
- ثبت	۲۷۶
- تملک و الحاق به مجموعه	۲۷۷
- حذف و خارج کردن اشیاء از مجموعه	۲۷۷
- امانت	۲۷۸
الف) امانت گرفتن	۲۷۸
ب) امانت دادن	۲۷۸
- پژوهش در مجموعه‌ها	۲۷۹
اهمیت و دلایل پژوهش برای موزه‌ها	۲۷۹
الف) پژوهش توسط کارکنان موزه	۲۸۰

۲۸۰	ب) پژوهش توسط پژوهش‌گران خارج از موزه.....
۲۸۱	فهرست‌برداری، علامت و شماره گذاری اشیای موزه‌ای.....
۲۸۲	مستند نگاری از اشیای موزه‌ای.....
۲۸۳	- عکاسی.....
۲۸۴	حفاظت مجموعه و آمادگی در برابر خطر در موزه‌ها.....
۲۸۶	- حفاظت از مجموعه‌ها هنگام جابجایی و انتقال.....
۲۸۸	- حفاظت از گالری‌ها و اتاق‌های نمایش اشیاء و نمایشگاه‌ها.....
۲۹۱	بخش ۲: امنیت و حفاظت در موزه.....
۲۹۱	الف) عوامل انسانی.....
۲۹۱	- پرسنل امنیتی.....
۲۹۲	ب) عوامل غیر انسانی.....
۲۹۲	۱- موانع فیزیکی.....
۲۹۳	۲- علائم و تابلوها.....
۲۹۵	۳- کنترل دسترسی مجموعه‌های موزه.....
۲۹۶	۴- کنترل محیطی.....
۲۹۷	۵- سیستم‌های حفاظتی و هشدار دهنده‌ها.....
۲۹۷	۶- طرح و برنامه‌های امنیتی.....
۳۰۱	بخش ۳: مدیریت اشیاء در موزه.....
۳۰۱	روش‌های گردآوری منابع موزه‌ها.....
۳۰۱	الف) گردآوری منابع موزه‌ای به روش‌های غیر مستقیم.....
۳۰۱	- اهدا.....
۳۰۲	- خرید.....
۳۰۳	- قرض گرفتن.....
۳۰۴	- انتقال.....
۳۰۴	ب) گردآوری منابع موزه‌ای به روش مستقیم.....
۳۰۶	- پژوهش میدانی.....
۳۰۶	- پژوهش‌های باستان‌شناختی.....
۳۰۹	بخش ۴: مخزن در موزه‌ها.....
۳۰۹	ظرفیت مخزن.....
۳۱۰	- کمبود فضا و راه‌های بهبود و گسترش ظرفیت مخازن.....
۳۱۰	تجهیزات مخازن.....

۳۱۱.....	برنامه‌ریزی جهت توسعه و افزایش ظرفیت مخزن موزه‌ها.....
۳۱۳.....	نحوه چیدمان اشیاء در مخزن.....
۳۱۴.....	- حفاظت از مخزن مجموعه‌ها.....
۳۱۷.....	بخش ۵: کارکردهای مدیریت اشیاء در موزه.....
۳۲۵.....	فصل هشتم: مدیریت و برنامه‌ریزی راهبردی موزه.....
۳۲۷.....	بخش ۱: مدیریت راهبردی موزه و ضرورت آن.....
۳۲۷.....	مفهوم مدیریت راهبردی.....
۳۲۷.....	ضرورت‌های استفاده از مدیریت راهبردی.....
۳۲۸.....	مراحل مدیریت راهبردی.....
۳۲۸.....	الف) تدوین راهبرد.....
۳۲۸.....	ب) اجرای راهبردها.....
۳۲۸.....	ج) ارزیابی راهبردها.....
۳۳۰.....	مدیریت راهبرد و برنامه‌ریزی راهبردی.....
۳۳۱.....	برنامه‌ریزی راهبردی موزه.....
۳۳۲.....	برنامه‌ریزی راهبردی در سازمان‌های غیرانتفاعی.....
۳۳۵.....	بخش ۲: برنامه‌های موزه.....
۳۳۷.....	تجربه‌های موزه.....
۳۴۰.....	خدمات موزه.....
۳۴۱.....	الف) ناملموس بودن.....
۳۴۱.....	ب) غیرقابل تفکیک بودن.....
۳۴۱.....	ج) تغییرپذیری.....
۳۴۱.....	د) تغییرپذیری و فناپذیری.....
۳۴۲.....	۱- کمک به بازدیدکنندگان در جهت‌یابی و ارائه خدمات اطلاعاتی.....
۳۴۲.....	۲- سبک معماری، محل نشستن، فضاهای استراحت و کسب آرامش.....
۳۴۲.....	۳- آموزش‌ها، کلینیک‌ها و خدمات پژوهشی.....
۳۴۳.....	۴- خدمات غذایی.....
۳۴۳.....	۵- فراهم کردن تسهیلات خاص.....
۳۴۳.....	۱-۵- محصولات قابل خرید.....
۳۴۴.....	۲-۵- انتشارات موزه.....
۳۴۴.....	۳-۵- کاتالوگ‌های مربوط به نمایشگاه‌ها.....
۳۴۵.....	۴-۵- فیلم‌ها، ویدیوها و لوح‌های فشرده.....

۳۴۷	بخش ۳: جایگاه‌یابی برای یک موزه
۳۵۱	بخش ۴: جذب و حفظ مخاطب
۳۵۱	موزه‌ها و بازدیدکنندگان آن
۳۵۳	- عوامل روند اجتماعی
۳۵۴	- اوقات فراغت مخاطبان
۳۵۵	حفظ مخاطبان موجود
۳۵۷	موزه‌ها و جوانان
۳۶۱	بخش ۵: مدیریت خدمات بازدیدکننده
۳۶۲	- تشکیل گروه‌های پشتیبان (دوست‌داران)
۳۶۲	- حرفه‌ای‌گرایی
۳۶۳	۱- حقوق بشر و فرصت‌های یکسان برای هم
۳۶۳	۲- مشورت همگانی با همه دست‌اندرکاران
۳۶۳	۳- سیالیت و راهبرد تلفیقی خدمات بازدیدکنندگان
۳۶۴	۴- کیفیت تجربه بازدیدکننده به عنوان مسئولیت حرفه‌ای همه کارمندان
۳۶۴	شناخت و درک بازدیدکننده
۳۶۵	پژوهش درباره بازدیدکنندگان
۳۶۵	- مطالعه کیفی
۳۶۵	- مطالعات کمی
۳۶۶	انواع بازدیدکنندگان و شناخت نیازهای آنها
۳۶۶	۱- افراد
۳۶۶	۲- گروه بزرگسالان
۳۶۶	۳- گروه‌های خانوادگی
۳۶۷	۴- گروه‌های آموزشی
۳۶۷	۵- بازدیدکنندگان با نیازها و شرایط خاص
۳۶۹	طرح‌ریزی و مدیریت خدمات بازدیدکننده
۳۶۹	۱- تیم رئیس و کارمندان ارشد مدیریت
۳۶۹	۲- تیم خدمات بازدیدکننده
۳۷۰	۳- گروه ارتباطات و اطلاعات
۳۷۰	- اطلاعات
۳۷۰	- علاقم‌رانه‌مایی در موزه
۳۷۰	- جهت‌یابی در داخل موزه

۳۷۱	- باجه اطلاعاتی / پذیرش
۳۷۱	- فروشگاه
۳۷۱	- فضای باز
۳۷۱	- کافه یا رستوران
۳۷۳	فصل نهم: مدیریت نوین در موزه
۳۷۵	بخش ۱: مدیریت نوین در موزه
۳۷۷	اهداف مدیریت نوین
۳۷۷	ویژگی‌های مدیریت نوین در موزه‌ها
۳۷۸	تفکر مدیریت نوین در موزه‌ها
۳۸۲	شیوه‌های نوین معرفی موزه و آثار موزه‌ای
۳۸۲	نمایش دوره‌ای آثار موزه‌ای در مدیریت نوین موزه
۳۸۵	بخش ۲: مدیریت کارآمد در موزه
۳۸۵	مدیریت کارآمد
۳۸۶	کیفیت در مدیریت موزه
۳۸۶	برنامه‌ریزی در مدیریت نمایشگاهی موزه
۳۸۸	تحول در مدیریت موزه‌ها
۳۹۳	فهرست منابع
۳۹۳	منابع فارسی
۴۰۰	منابع انگلیسی
۴۰۱	نمایه

فهرست اشکال

صفحه	عنوان
۲۹	شکل ۱-۱: فرآیند مدیریت
۱۲۷	شکل ۴-۱: چهارچوب جدید برای بازاریابی موزه
۱۳۳	شکل ۴-۲: بازاریابی کل نگر
۱۳۴	شکل ۴-۳: عناصر آمیخته بازاریابی موزه
۱۳۵	شکل ۴-۴: آرم موزه رضا عباسی با الهام از طرح‌های اسلامی - ایرانی
۱۳۹	شکل ۴-۵: ارزش مشتری (5C) و برونداد تولیدکننده (5P)
۱۶۵	شکل ۴-۷: عوامل اصلی در بازاریابی موزه
۱۸۵	شکل ۴-۸: قابلیت‌های مدیریت دانش در مدیریت روابط با مشتری
۱۸۹	شکل ۴-۹: انواع دانش مشتری
۱۹۰	شکل ۴-۱۰: ویژگی‌های موزه‌های تخصص محور و موزه‌های مشتری مدار
۲۰۴	شکل ۵-۱: نیروهای متخصص موزه
۲۰۵	شکل ۵-۲: گروه موزه‌داری
۲۰۵	شکل ۵-۳: گروه آموزشی موزه
۲۰۶	شکل ۵-۴: گروه مالی موزه
۲۰۶	شکل ۵-۵: گروه حفاظت فیزیکی موزه
۲۴۲	شکل ۶-۱: آموزش مؤثر موزه‌ای
۲۴۴	شکل ۶-۲: توالی برنامه‌ریزی آموزشی
۲۵۰	شکل ۶-۳: مسایل مربوط به طرح‌ریزی و مدیریت برنامه‌های موزه
۲۵۷	شکل ۶-۴: ارتباط آموزش، یادگیری و سرگرمی در موزه
۳۳۹	شکل ۸-۱: دامنه‌های تجربه‌های موزه به عنوان یک طیف
۳۷۸	شکل ۹-۱: نقش موزه‌ها
۳۸۲	شکل ۹-۲: شیوه‌های معرفی نوین موزه
۳۸۷	شکل ۹-۳: سیستم سنتی برپایی نمایشگاه‌ها
۳۸۸	شکل ۹-۴: مراحل کار در برنامه‌ریزی، طراحی و اجرای نمایشگاه‌ها و خدمات انتشارات و آموزشی مربوطه در موزه

فهرست نمودارها

صفحه	عنوان
۴۶	نمودار ۲-۱: ساختار سلسله مراتبی در مدیریت موزه
۴۷	نمودار ۲-۲: ساختار افقی در مدیریت موزه
۱۹۶	نمودار ۵-۱: ساختار سنتی کارکنان موزه
۱۹۶	نمودار ۵-۲: ساختار جدید کارکنان موزه
۱۹۷	نمودار ۵-۳: ساختار و چارچوب مشترک موزه‌ها
۱۹۸	نمودار ۵-۴: ساختار پرسنلی در موزه
۲۰۳	نمودار ۵-۵: ساختار مدیریتی در موزه
۲۰۴	نمودار ۵-۶: گروه اجرایی موزه
۲۳۴	نمودار ۶-۱: چرخه معرفی

www.ketab.ir