## Оглавление диссертациикандидат культурологии Клюев, Юрий Владимирович

Введение.

Глава 1. Историко-культурные и социо-культурные предпосылки появления музейного маркетинга.

1.1. Музей как социокультурный институт

1.2. Изменение функциональных приоритетов в деятельности музеев в контексте культурной ситуации России конца XX века.

1.3. Зарождение и развитие отечественного музейного маркетинга.

Глава 2. Зарубежный и отечественный опыт применения музейного маркетинга.

2.1. Музейный маркетинг за рубежом.

2.2. Музейный маркетинг в отечественной практике.

Глава 3. Маркетинговая деятельность музея как культурообразующий фактор в рамках регионального пространства.

3.1. Комплексное использование маркетинга в музейных учреждениях Кемеровской, Омской областей и Алтайского края и его структурно-функциональное развитие.

3.2. Адаптация маркетинга в организационной структуре музеев Кемеровской, Омской областях и в Алтайском крае.