

Get Free Italia S P A Lassalto Al Patrimonio Culturale Piccola Biblioteca
Einaudi Nuova Serie Vol 347

Italia S P A Lassalto Al Patrimonio Culturale Piccola Biblioteca Einaudi Nuova Serie Vol 347

Marketing a management muzeí a památekGrada Publishing a.s.

????????????????????????????????,??,????????????????
????????????????????,????????????????????,????????????????????
????????????????????

Est-il encore utile de rappeler combien la notion de patrimoine est devenue complexe tant les champs de son application se sont multipliés et tant elle touche des domaines de plus en plus variés ? Tenter d'en cerner les limites ou d'en déterminer les frontières relèverait d'une gageure à laquelle nul ne se risquerait aujourd'hui. Ses enjeux n'en demeurent pas moins importants en ce début de XXIe siècle et constituent des axes de réflexion sans cesse renouvelés, comme le révèlent la diversité et la richesse des terrains de recherche dont nous font part les auteurs de ce collectif. En choisissant de se focaliser sur la fabrique, l'usage et le réemploi, ce recueil de textes contribue à l'enrichissement de notre compréhension globale du patrimoine qui se complète, s'affine et se précise à mesure que se dénouent les situations concrètes évoquées. De la France au Québec, en faisant un détour par l'Italie et la Russie, les processus de patrimonialisation se déclinent sous différentes formes au regard des enjeux politiques, économiques et sociaux qui les animent. D'une fabrique en germe à la fin du XVIIIe

Get Free Italia S P A Lassalto Al Patrimonio Culturale Piccola Biblioteca Einaudi Nuova Serie Vol 347

siècle au réemploi d'un patrimoine architectural contemporain, en passant par la remise en valeur ou la reconversion d'un territoire, ils sont à l'image d'un palimpseste, le fruit d'usages multiples, composant avec les marques identitaires et mémorielles de l'histoire et les réinscrivant d'une manière ou d'une autre dans un présent, qui, lui aussi, s'avère porteur de nouvelles valeurs amenées à s'inscrire dans le futur.

Jakým dilematem a rizikem je kulturní organizace u nás i ve světě? Jsou zahraniční modely a zkušenosti aplikovatelné v českých podmínkách? To jsou jen některé z otázek, na které se snaží najít odpověď tato první česká monografie o marketingu a strategickém řízení muzeí a památek. Autor věnuje zvláštní pozornost procesům spotřeby kulturních statků, vnímání muzejních objektů a expozic a analýze produktu muzeí a památek jako východisku marketingové činnosti kulturních organizací. Podrobně se zabývá kulturní kompetencí jako kritickým faktorem, který ovlivňuje poptávku současného publika po muzeu, a ukazuje, že organizace prezentující kulturní dědictví mohou v konkurenci stále širšího spektra volnočasových aktivit obstát jen tehdy, pokud svým divákům otevrou cestu k výjimečným prožitkům. Kniha je určena především pracovníkům muzeí, galerií, památkových objektů, jejich zřizovatelům, pracovníkům státní správy a samosprávy, profesionálům z oblasti turistického průmyslu a studentům.

[Copyright: 6a8e68d0f6ca8d0bf281600a6c1e743f](#)