

A TANTÁRGY ADATLAPJA

1. A képzési program adatai

1.1 Felsőoktatási intézmény	Babeş–Bolyai Tudományegyetem Kolozsvár
1.2 Kar	Politika-, Közigazgatás- és Kommunikációtudományi Kar
1.3 Intézet	Kommunikáció, közkapcsolatok és Reklám Intézet
1.4 Szakterület	Kommunikáció
1.5 Képzési szint	Alapképzés
1.6 Szak / Képesítés	Kommunikációs szakértő / Specializat în Științele Comunicării

2. A tantárgy adatai

2.1 A tantárgy neve	Kulturális menedzsment (Management cultural)						
2.2 Az előadásért felelős tanár neve	drd. Biró Árpád Levente						
2.3 A szemináriumért felelős tanár neve	drd. Biró Árpád Levente						
2.4 Tanulmányi év	II	2.5 Félév	1	2.6. Értékelés módja	Kol.	2.7 Tantárgy típusa	DS

3. Teljes becsült idő (az oktatási tevékenység féléves óraszama)

3.1 Heti óraszám	2	melyből: 3.2 előadás	2	3.3 szeminárium/labor	
3.4 Tantervben szereplő össz-óraszám	28	melyből: 3.5 előadás	28	3.6 szeminárium/labor	
A tanulmányi idő elosztása:					óra
A tankönyv, a jegyzet, a szakirodalom vagy saját jegyzetek tanulmányozása					10
Könyvtárban, elektronikus adatbázisokban vagy terepen való további tájékozódás					6
Szemináriumok / laborok, házi feladatok, portofóliók, referátumok, esszék kidolgozása					21
Egyéni készségfejlesztés (tutorálás)					3
Vizsgák					4
Más tevékenységek:.....					
3.7 Egyéni munka össz-óraszama					44
3.8 A félév össz-óraszama					100
3.9 Kreditszám					4

4. Előfeltételek (ha vannak)

4.1 Tantervi	<ul style="list-style-type: none"> nincsenek
4.2 Kompetenciabeli	<ul style="list-style-type: none"> nyilvánosságelméletek és médiarendszerek ismerete (Kommunikációelmélet, Tömegkommunikáció tárgyak); brief készítése, helyzetelemzés, célcsoport-szegmentálási módszerek ismerete és alkalmazása (Rendezvényszervezés tárgy); kutatásmódszertani alapismeretek (Kutatásmódszertan tárgy).

5. Feltételek (ha vannak)

5.1 Az előadás lebonyolításának feltételei	<ul style="list-style-type: none"> Az előadás zavartalan menete érdekében elvárt a pontos kezdés, az eszközpark biztosítása és a mobiltelefonok lehalkítása; a laptopok, táblagépek és egyéb okoseszközök használata csak jegyzetelés céljával engedélyezett.
5.2 A szeminárium / labor lebonyolításának feltételei	<ul style="list-style-type: none"> A szeminárium sikeres elvégzésének kritériumait, a vizsgára jelentkezés feltételeit, az önálló munkák súlyát a végső értékelésben, a nagyobb feladatokat és a határidőket, illetve a kötelező szakirodalmi olvasmányokat az első szeminárium alkalmával a hallgatók és a tantárgygazda közösen egyeztetik és rögzítik. Ezek a feltételek a félév végéig kötelező érvényűek maradnak; A szeminárium sikeres zárásához kötelező a csoportos munkák határidőre történő leadása és bemutatása; A félév során leadott dolgozatoknak egyéni hozzájárulást kell tartalmazniuk. Plágium esetében a hallgató elveszíti a vizsgán és utóvizsgán való részvétel jogát, esetenként a kari tanács elő

	<p>terjeszhető az eltanácsolás javaslata;</p> <ul style="list-style-type: none"> • A szerkesztésnek a standard formátumot kell követnie: A4-es oldalbeállítás, 12 betűméret, Times New Roman betűtípus, 2,5 cm-s (1 hüvelyk) margókeret, 1.5 sorköz. sorkizárt szövegelrendezés. A leadott állományok elnevezése a következő struktúrát követi: csapattagok családnévei_évszám (pl. Ambrus_Balázs_Ceglédi_Demeter_2017.pdf) • A csoportos feladatok leadása elektronikus úton történik. A szöveges állományok esetében elfogadott formátumok: pdf; a prezentációk esetében elfogadott formátumok: ppt, pdf, prezi. • A csoportos projektek bemutatása során szükséges minden csapattag részvétele és arányos felszólalása. Ellenkező esetben pontlevonás jár minden hiányzó csapattag után. • Az évközi parciális vizsgán és a záró szóbeli vizsgán mindenféle segédeszköz használata tilos.
--	--

6. Elsajátítandó jellemző kompetenciák

Szakmai kompetenciák	<ul style="list-style-type: none"> • C1. Az információ- és kommunikációtudományok területéhez kapcsolódó szaknyelv és a szakmai ismeretek elsajátítása; • C2. A korszerű információszerzési és kommunikációs módszerek ismerete és használata, beleértve a new media eszközeit is; • C3. A kommunikációban részt vevő felek és célcsoportok ismerete; • C4. Egy közkapcsolati / reklámkommunikációs termék előállítása és promoválása, közepes komplexitású kommunikációs kampányok megtervezése és lebonyolítása;
Transzverzális kompetenciák	<ul style="list-style-type: none"> • CT2. Multidiszciplináris munkacsoportban való hatékony munkavégzés elsajátítása, a csoporton belüli szerepek megfelelő munkavégzés; • CT3 Az egyéni szakmai fejlődés térszerű felmérése, a munkaerőpiacra való belépés és az elvárásoknak megfelelő fejlődés érdekében;

7. A tantárgy célkitűzései (az elsajátítandó jellemző kompetenciák alapján)

7.1 A tantárgy általános célkitűzése	A féléves tárgy célja megismertetni a diákokkal a kulturális közvetítés alapfogalmait, a hazai és európai kulturális intézményrendszert, a kulturális intézményekre jellemző specifikus kommunikációs helyzeteket, a kulturális PR belső- és külső kommunikációs eszközeit.
7.2 A tantárgy sajátos célkitűzései	<ul style="list-style-type: none"> • A tárgy célja, hogy a diákok megalapozzák a kulturális közvetítéssel kapcsolatos ismereteiket, • A gyakorlati foglalkozások során a diákok megismerkednek a kulturális intézmények specifikus kommunikációs helyzeteivel. A félév során elkészítendő házi dolgozatok által a hallgatók megtanulnak tájékozódni a kulturális szegmens specifikus intézményes feltételei között. • Az ajánlott olvasmányok jegyzetelése és bemutatása során a diákok nemzetközi szakirodalmat olvasnak és megismerkednek a kulturális közvetítés kortárs tendenciáival.

8. A tantárgy tartalma

8.1 Előadás	Didaktikai módszerek	Megjegyzések
1. Bevezetés Bibliográfia:	interaktív előadás;	tantárgyi elvárások ismertetése

<ul style="list-style-type: none"> Szerb Antal: <i>A világirodalom története</i>. Magvető, Budapest, 1992 Pavluska Valéria: <i>Kultúramarketing</i>. Akadémiai Kiadó, Budapest, 2014 		Kulcsszavak: <i>kulturális közvetítés, impresszárió, patronátus, mecenatúra, szponzorizáció</i>
<p>2. Kulturális szereplők. A fenntartó</p> <ul style="list-style-type: none"> Pavluska Valéria: <i>Kultúramarketing</i>. Akadémiai Kiadó, Budapest, 2014 Carmen Croitoru, Anda Becuț Marinescu: <i>Barometrul de consum cultural 2017</i>. Editura Universitară, București, 2018 Carmen Croitoru, Anda Becuț Marinescu: <i>Vitalitatea culturală a orașelor din România</i>. Editura Culturadata, București, 2017 	Vetített, interaktív előadás	Kulcsszavak: <i>közművelődés, intézményszervezés (állami szervezetek, független szervezetek, NGO), jogi szabályozás, kulturális szolgáltatás, élményjóság</i>
<p>3. Kulturális szereplők. Kulturális intézmények. A múzeum</p> <ul style="list-style-type: none"> Ébli Gábor: <i>Hogyan alapítsunk múzeumot?</i> Vince Kiadó, Budapest, 2011 Frazon Zsófia: <i>Az újrarajzolás terei</i>. Gondolat Kiadói Kör, Budapest, 2011 Biró Árpád Levente – Keszeg Anna: <i>Ambíciózus szecessziós örökségvédelmi tervek Nagyváradon</i>. In: MúzeumCafe 2018/63-64. 	Vetített, interaktív előadás. Esettanulmány: A Nagyvárad Városi Múzeum.	Kulcsszavak: <i>gyűjtemény, állomány, kiállításszervezés, múzeumkommunikáció, gyűjteményi paradigma, hatalmi reprezentáció</i>
<p>4. Kulturális szereplők. Kulturális intézmények. A színház (1)</p> <ul style="list-style-type: none"> Pavluska Valéria: <i>Kultúramarketing</i>. Akadémiai Kiadó, Budapest, 2014 Bonita M. Kolb: <i>Marketing for Cultural Organizations</i>. Routledge, New York, 2013 Lluís Bonet, Héctor Schargorodsky: <i>Managementul teatrelor. Modele și strategii pentru organizații și instituții de spectacol</i>. Editura Pro Universitaria, București, 2017 	Vetített, interaktív előadás. Esettanulmány: Radnóti Színház, Budapest Bábszínház,	Kulcsszavak: <i>színházi struktúra, márkaépítés, mission statement, vízió, társadalmi szerep, imázs, arculat</i>
<p>5. Kulturális szereplők. Kulturális intézmények. A színház (2)</p> <ul style="list-style-type: none"> Pavluska Valéria: <i>Kultúramarketing</i>. Akadémiai Kiadó, Budapest, 2014 Bonita M. Kolb: <i>Marketing for Cultural Organizations</i>. Routledge, New York, 2013 Venczel Sándor: <i>PáholyPótszék</i>. Média+Print Kiadó, Budapest 1994. 	Vetített, interaktív előadás. Esettanulmány: Mi vagyunk a Grund!	Kulcsszavak: <i>piacosodás, HIPI-modell, 7P-modell, élménymarketing, termékcapcsolás</i>
<p>6. Kulturális szereplők. Kulturális intézmények. Tanulmányi kirándulás.</p>	Látogatás a Kolozsvári Magyar Operába / Quadro Galériába	
<p>7. Kulturális szereplők. A fogyasztók (1)</p> <ul style="list-style-type: none"> Pavluska Valéria: <i>Kultúramarketing</i>. 	Esettanulmány: Katona József	Kulcsszavak:

<p>Akadémiai Kiadó, Budapest, 2014</p> <ul style="list-style-type: none"> Bonita M. Kolb: <i>Marketing for Cultural Organizations</i>. Routledge, New York, 2013 	<p>Színház, Budapest</p>	<p><i>célcsoportbontás, generációs marketing, online marketing, közönségkutatás</i></p>
<p>8. Kulturális szereplők. A fogyasztók (2)</p> <ul style="list-style-type: none"> Zachar Balázs – Dér Csaba Dezső: <i>Új utak a művészeti menedzsmentben</i>. Arts & Business Kiadó, Budapest, 2011 Kádár Magor Elek: <i>Kampánykommunikáció</i>. Kriterion Kiadó, Kolozsvár, 2008 	<p>Vetített, interaktív előadás. Esettanulmány: Kulturális nevelés Erdélyben.</p>	<p>Kulcsszavak: <i>kulturális nevelés, színház-, múzeum- és koncerttermi pedagógia, fidelizáció</i></p>
<p>9. Örökségvédelem. Épített és szellemi örökség (1)</p> <ul style="list-style-type: none"> <i>Magyarország története</i> (2009, rendező: M. Nagy Richárd, Varga Zs. Csaba) 	<p>Vetített, interaktív előadás; műveltségi totó</p>	<p>Kulcsszavak: <i>patrimónium, tezaurálás, műemlékvédelem</i></p>
<p>10. Örökségvédelem. Épített és szellemi örökség (2)</p> <ul style="list-style-type: none"> <i>Ezer év Erdélyben, száz év Romániában</i>. Online: www.ezer100.ro 	<p>Vetített, interaktív előadás. Esettanulmány: 1000 év Erdélyben, 100 év Romániában</p>	<p>Kulcsszavak: <i>emlékhely, emlékezetpolitika</i></p>
<p>11. Az alkotás utóélete. A műkritika.</p> <ul style="list-style-type: none"> Bárány Tibor – Rónai András szerk.: <i>Az olvasó lázadása</i>. Kalligram–JAK, Budapest, 2008. 	<p>Vetített, interaktív előadás; esettanulmány</p>	<p>Kulcsszavak: <i>kritika, recenzió, publicisztika, műértés</i></p>
<p>12. Tanulmányi kirándulás</p>	<p>Látogatás a Kolozsvári Magyar Operába / Quadro Galériába</p>	
<p>13. A művészfilmek világa</p> <ul style="list-style-type: none"> Cătălin Dărășteanu: <i>Analiza pieței de film din România</i>. Editura Pro Universitaria, București, 2017 Balogh Gyöngyi – Zágoni Bálint: <i>A kolozsvári filmgyártás képes története 1913-tól 1920-ig</i>. Filmtett, Kolozsvár, 2009 	<p>Filmvetítés: Megáll az idő (1982, r.: Gothár Péter)</p>	
<p>14. Összegzés</p>		

Bibliográfia

1. Balogh Gyöngyi – Zágoni Bálint: *A kolozsvári filmgyártás képes története 1913-tól 1920-ig.* Filmtett, Kolozsvár, 2009
2. Bárány Tibor – Rónai András szerk.: *Az olvasó lázadása.* Kalligram–JAK, Budapest, 2008.
3. Biró Árpád Levente – Keszeg Anna: *Ambíciózus szecessziós örökségvédelmi tervek Nagyváradon.* In: MúzeumCafe 2018/63-64.
4. Bonita M. Kolb: *Marketing for Cultural Organizations.* Routledge, New York, 2013
5. Carmen Croitoru, Anda Becuț Marinescu: *Barometrul de consum cultural 2017.* Editura Universitară, București, 2018
6. Carmen Croitoru, Anda Becuț Marinescu: *Vitalitatea culturală a orașelor din România.* Editura Culturadata, București, 2017
7. Cătălin Dărășteanu: *Analiza pieței de film din România.* Editura Pro Universitaria, București, 2017
8. Ébli Gábor: *Hogyan alapítsunk múzeumot?* Vince Kiadó, Budapest, 2011
9. *Ezer év Erdélyben, száz év Romániában.* Online: www.ezer100.ro
10. Frazon Zsófia: *Az újrarájzolás terei.* Gondolat Kiadói Kör, Budapest, 2011
11. Kádár Magor Elek: *Kampánykommunikáció.* Kriterion Kiadó, Kolozsvár, 2008
12. *Magyarország története* (2009, rendező: M. Nagy Richárd, Varga Zs. Csaba)
13. Pavluska Valéria: *Kultúramarketing.* Akadémiai Kiadó, Budapest, 2014 □ Szerb Antal: *A világirodalom története.* Magvető, Budapest, 1992
14. Szerb Antal: *A világirodalom története.* Magvető, Budapest, 1992
15. Zachar Balázs – Dér Csaba Dezső: *Új utak a művészeti menedzsmentben.* Arts & Business Kiadó, Budapest, 2011

9. Az episztemikus közösségek képviselői, a szakmai egyesületek és a szakterület reprezentatív munkáltatói elvárásainak összhangba hozása a tantárgy tartalmával.

- A tárgy felépítése és tartalma figyelembe veszi a szakmai szövetségek ajánlásait, a piaci helyzetet és a változásokat.

10. Értékelés

Tevékenység típusa	10.1 Értékelési kritériumok	10.2 Értékelési módszerek	10.3 Aránya a végső jegyben
Féléves tevékenység	három / öt beszámoló elkészítése egy-egy szabadon választott kulturális eseményről	elküldött állományok értékelése alapján	50%
Írásbeli vizsga	Írásbeli vizsga a megadott bibliográfiai tételek alapján		50%

10.6 A teljesítmény minimumkövetelményei

- A szemináriumi részvételi arány az érvényes szabályozások értelmében min. 80%
- A tantárgyi értékelés minden szakaszán a legalább 50%-os teljesítmény elérése

Kitöltés dátuma
2019. 02. 07.

Előadás felelőse
drd. Biró Árpád Levente

Az intézeti jóváhagyás dátuma

Intézetigazgató
dr. Hosu Ioan, docens