

## PREDDIPLOMSKI STRUČNI STUDIJ MENADŽMENTA I PRODUKCIJE U KULTURI

### CILJEVI KOLEGIJA I ISHODI UČENJA

#### Povijest hrvatske kulture

##### Ciljevi kolegija

Cilj je kolegija upoznati studentice i studente s relevantnim fenomenima iz povijesti pisma i hrvatske kulture (tiskarstva, knjižarstva, knjižničarstva, arhiva, muzeja, nakladništva) te ih kroz prilagođenu i osuvremenjenu retoriku znanosti uvesti u svijet akademskoga pisma.

##### Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. definirati i obrazložiti pojmove vezane uz kulturu i kulturnu baštinu
2. objasniti ulogu kulturnih ustanova za očuvanje kulturne baštine
3. povezati se s poviješću knjige, knjižnica, čitanja i nakladništva
4. primijeniti tehnike akademskoga pisma.

#### Ekonomika kulture

##### Ciljevi kolegija

Kolegij pomaže studentima u razumijevanju tržišnih uvjeta u kojima posluju kulturni subjekti, pretpostavkama koje moraju biti ispunjene radi realizacije poslovne aktivnosti zbog koje su osnovani, troškovima i vrstama troškova koji se javljaju te poslovnim rezultatima koje ostvaruju. Kolegij daje odgovore na pitanja o kulturi i umjetnosti, muzici, filmu i književnosti koristeći se znanjima i metodama iz ekonomije. Studenti se osposobljavaju za utvrđivanje i upravljanje troškovima radi ostvarivanja boljih uspješnih rezultata, izračunavanjem cijene koštanja i pokazatelja uspješnosti poslovanja, a sve u svrhu identificiranja snage i slabosti subjekta kojemu je kultura i umjetnost osnovna djelatnost.

##### Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. Kritički analizirati i upotrijebiti specifična znanja iz područja kulture u praksi;
2. Identificirati različite probleme s kojima se susreću kulturni subjekti na tržištu;
3. Interpretirati rezultate poslovanja i kritički ih analizirati
4. Predložiti adekvatna rješenja za probleme u poslovanju.

#### Osnove menadžmenta

##### Ciljevi kolegija

Cilj kolegija jest omogućiti studentima razumijevanje menadžerskih koncepata te kompleksne uloge i zadataka menadžmenta u suvremenim organizacijama s obzirom na to da predmet puža sažet pregled središnjih tema s kojima se suočavaju menadžeri današnjice. Jednako tako, ciljevi kolegija odnose se na stjecanje znanja o osnovnim menadžerskim funkcijama, metodama i načinima rada te njihovoj primjeni u rješavanju problema menadžmenta i poslovanja u kompleksnim uvjetima kulturnih i umjetničkih institucija. U sklopu kolegija pozornost će se posvetiti i ovladavanju i razvoju vlastitog potencijala i kompetencija za analizu menadžmenta i obavljanje menadžerskih poslova na različitim organizacijskim razinama i u različitim organizacijama i kulturnim institucijama.

## Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. pravilno definirati temeljne pojmove menadžmenta i menadžerske funkcije
2. usporediti i razlikovati pristupe i teorije menadžmenta, razine menadžmenta kao i okolinu menadžmenta
3. opisati svrhu, sadržaj i proces temeljnih funkcija menadžmenta
4. analizirati izazove modernog menadžmenta povezane s temama raznolikosti, etike, društvene odgovornosti, svjetskom poslovnom scenom i informacijskom tehnologijom i specifičnostima vezanim uz kulturne i umjetničke institucije.

## Medijska kultura

### Ciljevi kolegija

Cilj je kolegija omogućiti studentima usko profiliranje u području medijske kulture s naglaskom na medije. Kroz tematske cjeline koje će biti obrađene tijekom nastave na teorijskoj i praktičnoj razini omogućit će se stručno osposobljavanje studenata za buduću suradnju i rad s kulturnim institucijama. Cilj je ovog kolegija, kroz izvođenje nastave, povezati praksu, znanost i umjetnost s naglaskom na medije te omogućiti osposobljavanje za komunikaciju s medijima. Upoznavanje s osnovnim pojmovima medijske kulture, s razvojem i vrstama medija i medijskom recepcijom. Usvajanje temeljnih spoznaja o nastanku i naravi medija, stjecanje uvida u vrednovanje medijskih proizvoda, izgrađivanje vlastitog stava i kritičkog mišljenja. Upoznavanje s temeljnim odgojno-obrazovnim i etičkim paradigmatima i problemima, posebno s obzirom na praksu zemalja EU i modelima obrazovnog pristupa fenomenu medijske kulture i odgoju za medije.

## Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. Demonstrirati samostalno izvođenje i aktualizaciju usvojenih sadržaja.
2. Prepoznati i povezati medijski utjecaj te nužnost odgoja za medije.
3. Kreirati i organizirati uspješnu komunikaciju s medijima.
4. Razviti modele buduće suradnje s kulturnim institucijama.

## Osnove marketinga

### Ciljevi kolegija

Cilj je kolegija je studente postupno upoznati s osnovnim principima marketinga, ukazati na mogućnosti i ograničenja s kojima će se suočavati u marketinškim aktivnostima i osposobiti za teoretsko poznavanje i praktičnu primjenu marketinga.

## Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. definirati temeljne marketinške pojmove i koncepte
2. objasniti uloge marketinga u društvu i u organizacijama
3. protumačiti marketinška znanja i tehnike za rješavanje konkretnih marketinških problema
4. osmisliti kako primijeniti filozofiju marketing razmišljanja u svojoj okolini.

## Metodologija pisanja seminara i završnog rada

### Ciljevi kolegija

Cilj je kolegija upoznati studente s osnovama metodologije izrade znanstvenoga i stručnoga rada, osposobiti ih za korištenje različitih istraživačkih metoda u svrhu odabira i implementacije pojedine od njih prilikom izrade završnoga rada. Osim toga, studenti će se upoznati s različitim citatnim stilovima i njihovom primjenom, što je neophodno za izradu kvalitetnoga znanstvenoga i stručnoga rada.

### Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. razlikovati znanstveno istraživanje od stručnoga istraživanja,
2. upotrijebiti različite izvore u prikupljanju podataka (arhive, knjižnice, baze podataka, online izvore),
3. razlikovati dva osnovna citatna stila (europski/oxfordski i američki/harvardski),
4. kreirati nacrt istraživanja,
5. primijeniti različite metode prikupljanja podataka u istraživanjima (kvalitativnim i kvantitativnim),
6. protumačiti i interpretirati dobivene rezultate.

## Poduzetništvo u kulturi

### Ciljevi kolegija

Programom navedenog kolegija studenti usvajaju znanje i vještine o osnovama poduzetništva u kulturi, o temeljnim načelima poduzetništva u kulturi, funkcijama poduzetništva u kulturi, o poduzetničkom okruženju u kulturi te perspektivama razvoja poduzetništva u kulturi. Specifični ciljevi predmeta jesu upoznavanje studenata s rastućim značajem i mogućnostima, ali i problemima i ograničenjima poduzetništva u kulturi određene nacionalne ekonomije. Jednako tako, važan je cilj i stjecanje znanja o gospodarskim i društvenim preduvjetima uspješnosti poslovanja i razvoja kulturnih projekata u Republici Hrvatskoj, o pokretanju kulturnih poduhvata, o specifičnostima upravljanja troškovima, zalihama, ljudskim potencijalima i rizicima poslovanja u kulturi. U sklopu kolegija pozornost će se posvetiti ovladavanju vještinama nužnima za ocjenu ekonomske isplativosti ulaganja u kulturi i stjecanju znanja o mogućnostima uspješnijeg razvoja kulture u Republici Hrvatskoj.

### Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. definirati i opisati pojmove poduzetništva i poduzetničkih procesa u kulturi,
2. navesti karakteristike kulturnih subjekata,
3. opisati i usporediti metode pokretanja vlastitog kulturnog poduhvata, te nabrojati temeljne kulturne strategije
4. procijeniti vlastitu poduzetničku sklonost i sposobnost stvaranja novih pothvata u kulturi, te poslovnog plana kulturnog projekta obrazložiti osnovne aspekte razvoja i izrađivanje poslovnog plana u kulturi razvijati razumijevanje uloge i aktivnosti poduzetništva u kulturnom okruženju.

## Osnove produkcije

### Ciljevi kolegija

Osposobiti studente za usvajanje specifičnih znanja o produkciji u upravljanju projektima, procesima i organizacijama u kulturi. Temeljno poznavanje svih segmenata produkcije individualnog projekta kao i upravljanja u različitim organizacijskim modelima kulturnih organizacija. U svrhu raspolaganja temeljnim znanjima i vještinama produkcije, studenti će se upoznati sa svim fazama proizvodnje, kao i s pojedinačnim obvezama i odgovornostima svih sudionika u produkciji.

### Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. Demonstrirati temeljna znanja iz produkcije te svih njezinih aspekata i segmenata, kao i iz upravljanja različitim modelima organizacija (ustanove u kulturi, trgovačka društva, umjetničke organizacije, udruge i si).
2. Organizirati jednostavni troškovnik, financijski plan i obrazac izvora financiranja, kao i
3. poznavati različite modele komunikacijskih i marketinških strategija u promociji proizvoda u kulturi.

## Popularna kultura

### Ciljevi kolegija

Cilj je kolegija upoznati studente s golemim i dinamičnim područjem popularne kulture kroz uvid u procese stvaranja i generiranja popularnih formi i izričaja u širem povijesnom okviru, u svrhu boljeg razumijevanja kompleksnog područja popularne kulture kao važne sastavnice kulture u suvremenom društvu.

Osigurati uvid u ključne teorijske okvire, polazišta i pristupe različitih disciplina kao i dosege interdisciplinarnih istraživanja koji su imali ključnu ulogu u razumijevanju popularne kulture, određivanju konceptualnog pejzaža i strukture polja popularnog kao i relacija prema drugim kulturnim kategorijama (visokoj, narodnoj - tradicijskoj, masovnoj, medijskoj kulturi).

Kroz upoznavanje s različitim područjima očitovanja, interpretativnim metodama i na osnovu analiza tekstova i kulturnih praksi omogućiti bolje razumijevanje načina produkcije medijski generiranih značenja te važnosti popularne kulture kao prostora u kojemu se oblikuju identiteti i društvena svakodnevia.

### Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. objasniti fenomen popularne kulture u širem sociokulturnom i ekonomsko-političkom kontekstu kao i u odnosu na druge kulturne kategorije (visoku, folk, masovnu, medijsku kulturu)
2. navesti ključne kritičke i teorijske koncepte u proučavanju popularne kulture kao što su proizvodnja, konzumacija, reprezentacija i identitet
3. objasniti okolnosti nastanka i generiranja popularnih formi i načina na koji forma mediji, žanr i kontekst proizvode značenja
4. integrirati teorijske okvire, metodologije i analitički aparat za razvijanje kritičkog promišljanja, valorizacije pojedinačnih fenomena, formi i sadržaja popularne kulture
5. pokazati mogućnost samostalnog istraživanja, razvijanje vještina kritičke analize i strategija kreativnog participiranja u sadržajima.

## Osnove jezične pismenosti

### Ciljevi kolegija

Cilj je kolegija upoznati studente s osnovama pravopisne i gramatičke norme hrvatskoga standardnoga jezika, osvijestiti njegovu javnu uporabu uz ovladavanje glavnih obilježja temeljnih jezičnih razina: fonološke, morfološke, sintaktičke i djelomično leksikološke.

### Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. objasniti značajke jezičnoga standarda,
2. razlikovati normativne razine hrvatskoga jezika te koristiti osnovne normativne priručnike,
3. prepoznati morfološki i tvorbeno uvjetovane alternacije,
4. razlikovati vrste riječi i tvorbene procese njihova nastanka
5. objasniti gramatički ustroj rečenice,
6. razlikovati jednostavne i složene rečenice,
7. objasniti razlike između funkcionalnih stilova hrvatskoga standardnoga jezika.

## **Informacijske tehnologije u poslovanju**

### **Ciljevi kolegija**

Ovaj predmet treba studentima dati uvid u suvremene mogućnosti korištenja informacijsko-komunikacijskih tehnologija u poslovanju u 21. stoljeću.

Ciljevi kolegija:

- opisati kako informacijsko-komunikacijskih tehnologija (IKT) utječe na poslovanje suvremenih tvrtki;
- putem primjera demonstrirati kako se samo poslovanje tvrtke mijenja uporabom IKT-a;
- osposobiti studente za samostalan i napredan rad s računalom, pri tome koristeći Microsoft operativni sustav i Office alate;
- ispitati poslovanje putem Interneta te njegove perspektive i mogućnosti te
- koristiti dostupne baza podataka na Internetu za pretraživanje poslovnih informacija.

### **Ishodi učenja**

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. razlikovati strukturu informacijskog sustava tvrtke te povezati realno stanje i potrebe za informacijskom pismenošću;
2. ispitati kakav je utjecaj informacijskih tehnologija na čovjeka i društvo;
3. identificirati osnove moderno informacijsko-komunikacijske tehnologije;
4. razlikovati različite modele elektroničkog poslovanja te
5. prezentirati način dobivanja informacija putem dostupnih baza podataka.

## **Poslovna komunikacija u kulturi – engleski jezik**

### **Ciljevi kolegija**

Cilj je kolegija razvijati tri osnovne komponente:

1. opći engleski jezik s naglaskom na kulturnu raznolikost određenu jezikom, izražavanje pristojnosti i stil, emfatički govor, povezanost glagolskih vremena i značenja;
2. poslovno-komunikacijske vještine, usmene i pismene, s naglaskom na vještine prezentacije, vođenja poslovnih razgovora i razgovora u širem društvenom kontekstu, vještine vođenja sastanaka i pregovaranja, odnosno vještine različitih oblika formalnog poslovnog dopisivanja;
3. jezik struke, poslovnu terminologiju s naglaskom na menadžment i produkciju u kulturi;

## Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. točno, efikasno i pristojno koristiti opći engleski jezik u komunikaciji, usmenoj i pismenoj, na razini B1-B2, prema Zajedničkom europskom referentnom okviru za jezike, s naglaskom na kulturnu raznolikost određenu jezikom, adekvatnu upotrebu formalnog i neformalnog stila, te na povezanost glagolskih vremena i značenja;
2. izvoditi prezentaciju na engleskom jeziku, primijeniti jezično-komunikacijske vještine specifične za engleski jezik u poslovnom pregovaranju i vođenju poslovnih sastanaka, te aktivnom sudjelovanju na njima;
3. upotrijebiti poslovnu terminologiju.

## Uvod u kulturologiju

### Ciljevi kolegija

Cilj je kolegija istaknuti najvažnija pitanja kulturologije i prakse kulturalnih studija. S obzirom na stručno usmjerenje studija, prednost se pridaje analizi kulturnih praksi (književnost, kazalište, film, glazba, likovna umjetnost, plesna umjetnost, mediji, gospodarstvo, sport, kultura slobodnog vremena...), uočavanju njihovih obilježja, dodijeljenim značenjima i učincima u suvremenom društvu, napose na područjima marketinga i produkcije u kulturi.

### Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. navesti obilježja kulturalnih studija
2. nabrojiti temeljna obilježja kulturnih praksi i njihove učinke u kulturi
3. preispitati značajke modernog i postmodernog društva, popularne i masovne kulture
4. istaknuti glavna obilježja teorijskih pravaca u drugoj polovici 20. stoljeća, njihove predstavnike i polazišta
5. samostalno analizirati kulturnu praksu i kritički je vrednovati s obzirom na njezina značenja i učinke u suvremenom društvu
6. zastupati mišljenje i braniti svoje teorijski fundirane stavove sukladno polazištima kulturalnih studija, teorije nacije, rodne i postkolonijalne teorije.

## Kulturna politika

### Ciljevi kolegija

Programom predmeta studenti se trebaju upoznati s osnovnim pojmovima ključnima za razumijevanje područja kulturnih politika uključujući definiranje kulturnih politika kao dijela javnih politika. Obradit će se osnovni modeli i tipovi kulturnih politika uključujući najvažnije instrumente kulturnih politika. Analizirat će se osnovni elementi kulturnih politika (organizacija, legislativa, financiranje, sektorski pristup) te će biti objašnjeni pojedini pojmovi važni za razumijevanje suvremenog razvoja kulturnih politika kao što su decentralizacija, sudjelovanje u kulturi, kulturna raznolikost). Specifični cilj predmeta jest razumijevanje i usvajanje osnovnih znanja o instrumentima, organizaciji i strukturi hrvatske kulturne politike. U okviru predmeta studenti će se upoznati s komparativnim istraživanjima kulturnih politika kako bi mogli usporediti hrvatske prakse s odabranim primjerima iz drugih zemalja. Studenti će se upoznati s ulogom međunarodnih organizacija u formuliranju kulturnih politika s posebnim naglaskom na Europsku uniju, UNESCO i Vijeće Europe.

### Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. nabrojiti i opisati osnovne pojmove i činjenice kulturne politike
2. analizirati široki spektar činjenica, pojmova, koncepata i modela kulturne politike
3. primijeniti usvojenih znanja o najvažnijim instrumentima i modelima kulturnih politika u razumijevanju specifičnosti kulturnih politika europskih zemalja
4. kritički prosuđivati i vrednovati o međunarodnim utjecajima na promjene u kulturnim politikama
5. prikupiti i valorizirati relevantne podatke potrebne za donošenje zaključaka vezanih za kulturne politike i specifično za hrvatske kulturne politike
6. integrirati i primijeniti u praksi stečenih znanja, informacija i ideja vezanih za kulturne politike.

## Zakonodavstvo u kulturi

### Ciljevi kolegija

Programom kolegija studenti će se upoznati s pravnim uređenjem područja kulture u RH, međunarodnim normama kulturnih prava te njihovim povijesnim okvirom i razvojem, s ciljem da kritičkim promišljanjem pridonese razvoju i poboljšanju postojećih. Obradit će se pravno uređenje pojedinih kulturnih djelatnosti (osnivanje, financiranje, organizacija i način rada institucija u kulturi, stručni nadzor i nadzor nad zakonitošću rada kulturnih institucija i sl.). Analizirat će se postojeće stanje te problemi u zakonskom uređenju pojedinih kulturnih djelatnosti kroz primjere iz prakse, a studenti će na nastavi i kroz seminare imati priliku aktivno sudjelovati i predlagati modele za njihovo rješavanje odnosno napredak. Studenti će spoznati značaj i vrste kulturne baštine te njihov pravni položaj. Obradit će se pojmovi i zaštita autorskog i drugih srodnih prava, osnove radnog prava te specifičnosti i problemi radno-pravnih odnosa u pojedinim kulturnim djelatnostima.

### Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. demonstrirati poznavanje važećih propisa koji se primjenjuju u kulturi u RH
2. preispitati prednosti, nedostatke i probleme važećih propisa
3. kreirati postojeće odnosno stvoriti nove pravne izvore za područje kulturnih djelatnosti.

## Suvremena književna kultura

### Ciljevi kolegija

Cilj je kolegija upoznavanje s fenomenima intertekstualnosti i citatnosti koji su obilježili suvremenu književnu kulturu, svladavanje osnovnih pojmova iz kulture i kulturalnih studija te razumijevanje problematike kreativne industrije i nakladništva.

### Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. definirati i klasificirati pojmove kulture, književnosti, intertekstualnosti, citatnosti, kreativne industrije i nakladništva
2. protumačiti književne procese 20. i 21. stoljeća,
3. kritički prosuđivati rasprave o kulturi i kulturnim paradigmama na temelju proučene i odabrane literature.

## Menadžment kulturne baštine

### Ciljevi kolegija

Upoznati studente s ishodišnim pojmovima iz područja upravljanja kulturnom baštinom, te omogućiti ovladavanje konkretnim praktičnim znanjima iz područja menadžmenta kulturne baštine u skladu sa zahtjevima tržišta.

### Ishodi učenja

1. Definirati pojmove kulturnog dobra odnosno kulturne baštine.
2. Navesti tipologiju kulturne baštine.
3. Objasniti pravila uspješnog upravljanja kulturnom baštinom.
4. Upotrijebiti vještine uspješnog upravljanja projektima kulturne baštine.

## Produkcija i menadžment scenskih umjetnosti

### Ciljevi kolegija

Cilj je kolegija upoznavanje studenata s osnovnim pojmovima scenskih umjetnosti te usvajanje teorijskih i praktičnih znanja o osnovama produkcije i menadžmenta u scenskim umjetnostima odnosno radnih procesa u profesionalnoj proizvodnji kazališne predstave /izvedbe (pretprodukcija-produkcija-postprodukcija) i upravljanja u području scenskih umjetnosti.

### Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. definirati osnovne pojmove specifičnoga područja produkcije i menadžmenta scenskih umjetnosti
2. razlikovati organizacijske modele i načine funkcioniranja u djelatnostima scenskih umjetnosti
3. upotrijebiti stečena znanja i vještine u svim fazama radnih procesa u proizvodnji predstave i upravljanju kazališnom predstavom
4. prosuđivati o postojećim procesima te ih prilagođavati postojećim uvjetima i okolnostima
5. stvarati nove ideje i rješenja u produkcijskom procesu.

## Kreativne industrije

### Ciljevi kolegija

Programom predmeta studenti se trebaju upoznati s osnovnim pojmovima ključnima za razumijevanje područja kulturnih i kreativnih industrija. U okviru predmeta analizirat će se geneza pojmova kulturnih i kreativnih industrija, obrazložiti će se najvažnija razdoblja u razvoju kreativnih industrija.

Analizirat će se pojmovi kulturne ekonomije kao i osnovni principi povezani s trgovinom kulturnim proizvodima i uslugama. Uz pregled razvoja pojedinih područja kreativnih industrija u Hrvatskoj i Europskoj uniji, analizirat će se najvažniji nacionalni i međunarodni normativni instrumenti koji uređuju područje kreativnih industrija s posebnim naglaskom na regulativu vezano uz pitanja intelektualnog vlasništva.

### Ishodi učenja



Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. navesti osnovne pojmove vezano uz kreativne industrije,
2. usporediti specifičnosti proizvodnje, distribucije i potrošnje odnosno recepcije pojedinih proizvoda i usluga koje pripadaju području kreativnih industrija te
3. kategorizirati znanja vezano uz razvoj kreativnih industrija u Republici Hrvatskoj.

## **Produkcija i menadžment glazbeno-scenskih umjetnosti**

### **Ciljevi kolegija**

Cilj je kolegija studente upoznati s produkcijom, planiranjem, upravljanjem i organizacijom u segmentu glazbeno-scenske umjetnosti - od tehničke vještine upravljanja resursima preko marketinga do ostvarivanja suradnje s drugim organizacijama i pojedincima.

### **Ishodi učenja**

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. definirati osnovne pojmove specifičnoga područja produkcije i menadžmenta glazbeno-scenskih umjetnosti
2. objasniti organizacijske modele i načine funkcioniranja u djelatnostima glazbeno-scenskih umjetnosti
3. primijeniti znanja i vještine svih faza radnih procesa u proizvodnji i upravljanju u glazbeno-scenskoj umjetnosti
4. prosuđivati o postojećim procesima te ih prilagođavati postojećim uvjetima i okolnostima.

## **Menadžment glazbene umjetnosti**

### **Ciljevi kolegija**

Razumijevanje glazbene umjetnosti kao dijela opće kulture pojedinca i društva.

Upoznavanje aspekata povijesnoga razvoja glazbe i glazbenih ideja do danas, položaja glazbenika u društvu kroz povijest, različitih glazbenih fenomena te uloge publike. Upoznavanje različitosti uloga, značenja, važnosti i moći djelovanja glazbe u različitim kulturama. Upoznavanje s izravnim iskustvima gostiju predavača iz prakse iz različitih institucija glazbenog djelovanja. Znanje o specifičnostima suvremenoga menadžmenta glazbene umjetnosti.

### **Ishodi učenja**

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. pokazati poznavanje područja menadžmenta glazbene umjetnosti
2. imenovati sve aspekte konteksta glazbene kulture (društvo, publika, mediji)
3. opisati proces stvaranja glazbene umjetnosti danas
4. primijeniti temeljne menadžerske vještine u suvremenoj glazbenoj kulturi.

## **Menadžment muzejsko-galerijske djelatnosti**

### **Ciljevi kolegija**

Cilj je kolegija je osposobljavanje studenata da prepoznaju specifičnosti poslovanja u baštinskom sektoru kome pripada muzejska djelatnost kako bi mogli identificirati i primijeniti osnovna načela upravljanja u muzejima.

Specifični ciljevi su:

1. izložiti studentima zakonodavni okvir unutar kojega posluju muzeji te koje pozitivne učinke i društvene koristi muzeji proizvode,
2. izložiti studentima koje modele planiranja, upravljanja i praćenja rezultata koje muzeji primjenjuju u upravljačkim procesima
3. izložiti studentima primjere dobre prakse iz područja muzejskog menadžmenta

Predmet studentima omogućuje prepoznavanje i definiranje poslova muzejske djelatnosti, njezine povezanosti s područjem zaštite kulturne i prirodne baštine, obrazovanjem, urbanizmom i arhitekturom, turizmom i kreativnim industrijama.

Studenti se osposobljavaju za primjenu osnovnih načela izrade projektnog ciklusa kao bitnog alata upravljanja u muzejima.

### **Ishodi učenja**

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. Definirati zakonodavni okvir u kome posluju muzeji
2. Klasificirati vrste muzeja i poslove muzejske djelatnosti
3. Interpretirati na koji način se analizira poslovanje u muzejima
4. Identificirati faze projektnog ciklusa
5. Prezentirati suvremene trendove u muzejskoj djelatnosti.

## **Marketing u kulturi**

### **Ciljevi kolegija**

Kultura doprinosi duhovnom razvoju svakog pojedinca, ali i ekonomskom razvoju društva u cjelini, te analizira i potiče rješavanje društvenih problema. Cilj kolegija je osposobiti studente za specifičnosti marketinga u raznim područjima kulture: za samostalno sagledavanje, planiranje i provođenje marketinga u kulturnim projektima; za uočavanje nužnosti primjene marketinga radi uspješnog djelovanja i provođenja raznovrsnih programa institucija u kulturi, kao i izvaninstitucionalnih kulturnih projekata.

### **Ishodi učenja**

Studenti će nakon uspješno savladanog kolegija moći:

1. Analizirati i usporediti razlike između marketinga profitnih i neprofitnih organizacija
2. Osmisliti strategiju i marketinški plan za kulturne projekte i programe
3. Upravljeti specifičnim proizvodima i voditi uslugama organizacija u kulturi
4. Integrirati marketinške alate specifičnim potrebama neprofitnog sektora.

## **Kulturni turizam**

### **Ciljevi kolegija**

Upoznati studente s ishodišnim pojmovima iz područja kulturnog turizma, upozoriti ih na pozitivne i negativne aspekte interakcije kulture i turizma te omogućiti ovladavanje konkretnim praktičnim znanjima iz područja upravljanja kulturnim turizmom.

Studentu omogućiti opći uvid u područje kulture i turizma, u međunarodne aspekte kulturnog turizma te ga osposobiti ga za samostalno kreiranje i vođenje kulturno-turističkih projekata.

### **Ishodi učenja**

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. definirati pojmove kulture, turizma, kulturnog turizma, održivog turizma
2. navesti tipologiju odnosno profil kulturnih turista
3. prepoznati pozitivne/negativne aspekte interakcije kulture i turizma
4. objasniti važnost međunarodnih organizacija u kulturnom turizmu
5. objasniti pravila uspješnog upravljanja kulturnim turizmom
6. upotrijebiti vještine uspješnog upravljanja projektima kulturnog turizma.

## Odnosi s javnošću

### Ciljevi kolegija

Cilj kolegija je upoznati studente kako uspostaviti i održavati odnose na svim razinama društvenih sustava. Naučiti ih sve o području odnosa s javnošću: kako definirati temeljne pojmove te kako se praksa odvija u različitim kontekstima.

Dati im informacije o modelima koji će im pomoći u razumijevanju pojmova u praksi kao i uvesti ih u probleme suvremenih odnosa s javnošću.

Objasniti studentima kako odnosi s javnošću pomažu da se unaprijede organizacije i društvo u cjelini. Naučiti ih kako razlikovati odnose s javnošću i marketinške funkcije u organizacijama te kako razlikovati srodne pojmove. Naučiti ih kako koristiti sve dobre preduvjete uspjeha u odnosima s javnošću kao preduvjet ulaska u struku i uspjeha u njoj.

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. Definirati i razlikovati srodne pojmove: publicitet, oglašavanje, tiskovna agentura, lobiranje, promidžba.
2. Definirati komunikaciju sa zaposlenicima kao dio funkcije odnosa s javnošću.
3. Definirati odnos između djelatnika za odnose s javnošću i novinara.
4. Opisati primjere katastrofa i kriza u odnosim s javnošću.
5. Opisati na koje sve načine djelatnici za odnose s javnošću podržavaju marketinšku funkciju.

## Virtualna kultura (radionica)

### Ciljevi kolegija

Cilj je kolegija-radionice upoznati studente s mogućnostima koje pružaju nove informacijske i komunikacijske tehnologije u 21. stoljeću na području kulture. Kolegijem se želi, između ostaloga, pokazati kako Internet kao novi medij komunikacije mijenja načine na koje komuniciramo i kako primjena tih novih komunikacijsko-informacijskih tehnologija dovodi do preobrazbe suvremene kulture. Također, pojasniti će se kako u današnjoj stvarnosti dolazi do novih obrazaca društvene interakcije, kao što je to npr. virtualna zajednica, blogovi te kako se Internet koristi u multimedijском sustavu. Primjerice, rad na daljinu, telekonferencije, korištenje elektroničkih časopisa ili on-line baza podataka može smanjiti potrebu za fizičkim pristupom ne-elektroničkim resursima kao npr. biblioteke, muzeji, arhivi i sl., a studenti će vidjeti na koji način je to moguće ostvariti primjenom informacijsko-komunikacijskih tehnologija.

### Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. prikazati različite mogućnosti korištenja programa za prezentaciju
2. razlikovati aplikacije za izradu prezentacija i znati se njima koristiti
3. izdvojiti nove načine društvene interakcije
4. interaktivno prikazati različite podatke koji se koriste u području kulture
5. upotrijebiti različite informacijske resurse upotrebom interneta;
6. kreirati samostalno jednostavno web stranicu za komunikaciju i prezentaciju svojih radova.

## Menadžment i produkcija u kulturi (radionica)

### Ciljevi kolegija

Cilj je kolegija kroz praktične zadatke primijeniti stečena teorijska znanja o temeljnim modelima, funkcijama, metodama, procesima i načinima rada u području menadžmenta i produkcije u kulturi. Nakon što su kroz savladavanje studijskog programa prethodnih semestara stekli znanja o menadžerskim funkcijama (planiranje, organiziranje, upravljanje ljudskim resursima, vođenje), konceptima, metodama i načinima rada te njihovoj primjeni, kao i znanja o menadžmentu i produkciji posebnih područja kulture, cilj je predmeta da kroz radioničku simulaciju osmišljavanja projekata (praktični zadatak) studenti provjere stečena teorijska znanja. Interaktivnost i praktično orijentirana koncepcija studijskog programa, usmjerenog na znanje i razumijevanje menadžmentskih i produkcijskih procesa specifičnog područja kulture, provjerava se tako i u modelu radioničke simulacije timskog rada moguće poslovne situacije.

### Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. Primijeniti stečena znanja, profesionalne alate i vještine u planiranju i upravljanju projektima i programima u kulturi.
2. Primijeniti znanja o fazama ciklusa određenog projekta (kao procesa postizanja ciljeva te kao ciljno i vremenski ograničenoga procesa), ili programa u okviru institucijskog sustava (ustanove) kulture.
3. Analizirati i kritički prosuđivati u svim ciklusima realizacije projekta.
4. Rješavati probleme u upravljanju u kulturi.
5. Samostalno osmisliti i voditi programe i projekte u kulturi.

## Organizacija događanja (radionica)

### Ciljevi kolegija

Cilj predmeta (radionice) je upoznati studente s praktičnim aspektima, karakteristikama i specifičnostima organizacije događanja (*event management*), njegove konceptualizacije, planiranja i provedbe.

### Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. Integrirati sve faze konceptualizacije, plana i provedbe u organizaciji događanja (manifestacija, *event*) različitih oblika koji proizlaze iz različitih ciljeva (festivali, smotre, proslave),
2. kreirati i voditi događanja kao način promocije u određenoj instituciji kulture i umjetnosti koja se obraća ciljnim grupama,
3. demonstrirati sposobnost za suradnju i timski rad, komunikaciju i prezentaciju
4. primijeniti stečeno znanje za analitičko i kreativno razmišljanje, donošenje odluka i rješavanje problema.

## Vizualni identitet projekta (radionica)

### Ciljevi kolegija

Cilj predmeta je upoznavanje polaznika s osnovama vizualnih komunikacija u smislu što kvalitetnijeg upravljanja kulturno-umjetničkim projektima. Kroz praktičan rad na problemima, pojedinačno i timski, polaznici će steći osnovne vještine u kreiranju vizualnih komunikacija te će naučiti prepoznati stilove komuniciranja primjerene potrebi kulturno-umjetničkog projekta.

### Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. objasniti specifičnosti vizualne komunikacije
2. kreirati osnovne koncepte vizualne komunikacije
3. preporučiti primjereni stil vizualnog komuniciranja s obzirom na potrebe projekta.

## **Audiovizualna produkcija (radionica)**

### **Ciljevi kolegija**

Cilj je predmeta kroz praktične zadatke i projekte primijeniti stečena teorijska znanja iz područja audiovizualne produkcije i menadžmenta.

### **Ishodi učenja**

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. isplanirati i primijeniti sve faze audiovizualne produkcije: od ideje, razvoja scenarija i projekta, izrade financijskog plana, zatvaranja financijske konstrukcije, produkcije, postprodukcije te distribucije
2. objediniti natječajnu dokumentaciju
3. kreirati produkcijsku studiju
4. preispitati realizirani projekt.

## **Promocija**

### **Ciljevi kolegija**

Cilj je kolegija osposobiti studente za uspješno ovladavanje znanjima o specifičnim aktivnostima, sredstvima i medijima nužnim za uspješno i učinkovito promoviranje proizvoda, usluga i ideja, te kreiranje koncepta integrirane marketinške komunikacije, te ih upoznati s karakteristikama pojedinih medija i potrebama prilagodbe poruka kako ciljnim skupinama, tako i medijskim kanalima.

### **Ishodi učenja**

Studenti će uspješno savladanog kolegija moći:

1. Kreirati projektne zadatke (briefa) za realizaciju različitih promotivnih kampanja,
2. Isplanirati promotivne aktivnosti (promotivni miks/IMK)
3. Odabrati kreativne koncepcije promotivne kampanje,
4. Predložiti medij za određenu ciljnu skupinu
5. Preispitati proračuna medijskog budžeta.

## **Izravni marketing**

### **Ciljevi kolegija**

Cilj je kolegija upoznati studente s izravnim marketingom čije je osnovno obilježje neposredna interaktivna komunikacija (između ponuđača proizvoda/usluga i kupca) koja je postala *conditio sine qua non* uspjeha gospodarskog subjekta koji se u najvećoj mjeri želi približiti potrošaču i zadovoljiti njegove potrebe i želje.

### **Ishodi učenja**

Studenti će nakon uspješno savladanog predmeta moći:

1. preispitati koncepte neposredne interaktivne komunikacije (između ponuđača proizvoda/usluga i kupca)
2. učinkovito koristiti nove interaktivne medije i suvremenih tehnologija
3. kreirati ponude unutar različitih oblika direktnog marketinga: email marketinga, telemarketinga, osobnog marketinga, prodajnih pisama, društvenih mreža
4. kreirati i vrednovati kampanja direktnog marketinga.

## Komunikologija

### Ciljevi kolegija

Cilj je kolegija upoznati studente s osnovama komunikologije i javnoga komuniciranja, vrstama komunikacije (verbalna, neverbalna), naučiti ih kako uspješno koristiti pojedine oblike komunikacije u svakodnevnome životu, ali i u javnim nastupima. Predavanja pružaju studentima uvid u osnove komunikologije i komunikacije, od njenih početaka i razvoja do različitih oblika komuniciranja (interpersonalna, intrapersonalna komunikacija, verbalna, neverbalna komunikacija) s naglaskom na vrste komunikacije u različitim poljima djelovanja i ostalih znanstvenih disciplina. Analiza povezanosti komunikologije s lingvistikom, psihologijom, sociologijom, antropologijom (interdisciplinarnost ili multidisciplinarnost) te njihovom međudjelovanju u svakodnevnome životu. Studenti će kroz seminarske radove i izlaganja detaljnije proučavati različite vrste komunikacije među subjektima u društvu, ali i komuniciranje putem različitih vrsta medija (analiza prednosti i nedostataka pojedinoga medija).

### Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. definirati i opisati osnovne komunikološke pojmove,
2. prepoznati pojedine oblike komunikacije,
3. argumentirati interdisciplinarni karakter komunikologije kao znanosti,
4. analizirati učinke komunikacije na različita područja ljudskoga djelovanja (odnosi s prijateljima, rodbinom, znancima, s poslovnim partnerima...),
5. definirati i opisati različite strategije persuzije te analizirati njihovu učinkovitost,
6. analizirati djelovanje interpersonalne komunikacije u različitim kontekstima.

## Kultura mode

### Ciljevi kolegija

Cilj je kolegija analizirati osnovne razlike između načina odijevanja kroz povijesna razdoblja; spoznati osnovne pojmove modne kulture; sintetizirati poveznice mode i kulture te njihove uzročno posljedične veze; shvatiti utjecaj mode i medija na samopercepciju. Cilj kolegija je razumijevanje mode XXI. stoljeća i utjecaj 'brze mode' na konzumerizam; shvaćanje različitosti u načinu odijevanja kod različitih svjetskih kultura te spoznavanje uzroka promjena koje su u modnoj industriji puno brže nego u ostalim granama unutar kulture.

### Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. usvojiti razlike u načinu odijevanja kroz povijesna razdoblja
2. razlikovati načine na koje su moda i kultura povezane
3. imenovati glavne aktere suvremene modne scene
4. preispitati koje kulturološke promjene utječu na promjene u modnoj svakodnevici
5. definirati osnovne odrednice mode i njenog utjecaja na modu XXI. stoljeća.

## Kreativno razmišljanje

### Ciljevi kolegija

Cilj je ovog kolegija istraživanje vlastite kreativnosti polaznika kroz interdisciplinarni pristup. Polazeći od teorije, razni pristupi kreativnom razmišljanju primjenjivat će se kroz vježbe i radionice, te timski rad uz moguću primjenu u raznim disciplinama. Studenti će učiti tehnike unapređivanja originalnog razmišljanja koje se mogu koristiti u različitim poslovnim situacijama, od osmišljavanja kreativnih strategija oglašavanja do kreativnog menadžerskog upravljanja tvrtkom. Istraživat će se primjena kreativnog menadžerskog upravljanja kroz analize poslovnih slučajeva i gostujuća predavanja.

### Ishodi učenja

Studenti će nakon odslušanog kolegija moći:

1. analizirati razne kreativne tehnike
2. vrednovati kreativnosti u poslovnim situacijama
3. primijeniti kreativno razmišljanje u raznim područjima marketinga i komunikacija
4. kreativno upravljati specifičnim proizvodima i uslugama
5. samostalno kreirati projekte i upravljati interdisciplinarnim timovima.

## Osnove sociologije

### Ciljevi kolegija

Cilj je kolegija upoznati studente s osnovnim sociologijskim pojmovima, konceptima, teorijskim i istraživačkim pristupima modernom društvu i modernom dobu. Dati im uvid u razloge nastanka sociologije, posebnost sociologije kao akademske discipline, pregled osnovnih koncepcija razumijevanja sociologije te osnovnih teorija i pojmova u sociologiji. Pružiti osnovna znanja o odnosu kulture i društva te osigurati uvid u istraživački kontinuitet na tom području sociologije. Upoznavanje s osnovnim pojmovima, idejama i procesima političkog djelovanja. Kritičko razumijevanje suvremenih političkih odnosa i događaja. Pregled sociologije religije. Razumijevanje osnovnih obilježja komuniciranja i komunikacijskih procesa u društvu. Upoznavanje s nastankom i razvojem masovnih medija i masovne kulture. Razumijevanje međusobnog utjecaja medija i društva i uloge medija u društveno-kulturnom razvoju. Kritičko razumijevanje i analiziranje medijskih formi i sadržaja.

### Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. Zastupati kritičko mišljenje i moći ga argumentirati.
2. Koristiti se raznim komunikacijskim vještinama.
3. Primijeniti osnovna obilježja komuniciranja i komunikacijskih procesa u društvu.
4. Primijeniti znanja o odnosu kulture i društva.

## Medijski menadžment

### Ciljevi kolegija

Cilj je kolegija upoznati studente s organiziranjem i funkcioniranjem medijskih kuća u Hrvatskoj, ali i inozemstvu, upoznati ih sa specifičnostima upravljačkih tehnologija i metoda unutar medijskih kuća te sa zakonskim okvirom u kojima se takve djelatnosti odvijaju, približiti im zanimanje menadžera u medijima kao i vještina koje su za to potrebne te ih osposobiti za upravljačke funkcije u medijskim kućama.

### Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. opisati funkcioniranje menadžmenta u medijima kao posebnog tipa menadžmenta,
2. definirati temeljne pojmove menadžmenta u medijima,
3. analizirati organiziranje i funkcioniranje različitih medijskih tvrtki,
4. prepoznati koncentraciju vlasništva u medijima i njene učinke na funkcioniranje medija,
5. osmisliti medijski plan poslovanja.

## Nezavisna produkcija - kustoska platforma

### Ciljevi kolegija

Kolegij je posvećen teorijskoj i praktičnoj edukaciji iz područja suvremene umjetnosti i kulture. Kroz različite teorijske pristupe i primjere iz prakse cilj je istražiti nezavisnu kustosku scenu, modela rada i načine planiranja projekata te organizaciju i realizaciju istih. Realizirati susrete i suradnje s protagonistima umjetničke, kustoske i kulturne scene u Hrvatskoj. Omogućujući uvid u metodološke, tehničke i teorijske alate vezane uz koncepciju i realizaciju projekata iz domene suvremene umjetnosti i kulture, pri čemu se naglasak stavlja na djelovanje i projekte nezavisnih kustosa (pojedinaca i organizacija). Usmjeriti studente/ice na primjenu stečenih teorijskih znanja u praksu i potencirati umrežavanje i suradnju. Omogućiti uvid u rad nezavisnih organizacija u kulturi. Omogućiti uvid u različite umjetničke medije (fotografija, expanded media, device art, izvedbene umjetnosti, arhitektura, dizajn itd.). Kroz interdisciplinarni pristup realizirati program za proučavanje nezavisnih kustoskih platformi primjenom različitih teorijskih okvira i metodologija koje nisu tradicionalno predmet akademskih studija. Cilj je realizirati nastavu radioničkog tipa, s težištem na primjerima iz prakse, interpretativnom pristupu (istraživanje, pisanje, prezentiranja) i te praktikumu.

### Ishodi učenja

Kroz analizu i rad na primjerima iz prakse koji potvrđuju postavljene teze programa predmeta, studenti će moći:

1. vrednovati kustoske prakse
2. istražiti nezavisnu scenu u Hrvatskoj i svijetu
3. razviti analitičkih i komunikacijskih vještina kreirati strategije kreativnog participiranja u sadržajima (projektima)

## Stručna praksa

### Ciljevi kolegija

Cilj je kolegija da student usvoji praktična znanja i vještine koje mu omogućuju nadopunu teorijskih znanja koje je stekao ili koja stječe u nastavnom procesu, a koja kroz stručnu praksu uči primjenjivati u nastavnom radnom okruženju što ga kvalificira za rad na tržištu. Jednako tako cilj je da se student na praksi uključuje u svakodnevni rad i aktivnosti organizacije u kojoj obavlja stručnu praksu te kroz dnevne zadatke koje dobiva od mentora uči rješavati probleme i kritički pristupati zadaćama u zadanom roku.

### Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. Organizirati i sastaviti hodogram rada tijekom cijele prakse.
2. Prikupiti i pripremiti radne materijale za izvršavanje radnih zadataka.
3. Kreirati pisani oblik materijala u zadanom roku.
4. Predložiti i istražiti temu (na terenu).