

## A TANTÁRGY ADATLAPJA

### 1. A képzési program adatai

1.1 Felsőoktatási intézmény	Babeş–Bolyai Tudományegyetem
1.2 Kar	Politika-, Közigazgatás- és Kommunikációtudományi Kar
1.3 Intézet	Kommunikáció, Közkapcsolatok és Reklám Intézet
1.4 Szakterület	Kommunikációtudomány
1.5 Képzési szint	BA
1.6 Szak / Képesítés	Kommunikáció

### 2. A tantárgy adatai

2.1 A tantárgy neve	Kulturális menedzsment						
2.2 Az előadásért felelős tanár neve	Dr. Biró Árpád Levente						
2.3 A szemináriumért felelős tanár neve	Dr. Biró Árpád Levente						
2.4 Tanulmányi év	II	2.5 Félév	2	2.6. Értékelés módja	Koll.	2.7 Tantárgy típusa	DS

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

3.1 Heti óraszám	3	melyből: 3.2 előadás	2	3.3 szeminárium/labor	1
3.4 Tantervben szereplő össz-óraszám	42	melyből: 3.5 előadás	28	3.6 szeminárium/labor	14
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	nincsenek
4.2 Kompetenciabeli	<ul style="list-style-type: none"><li>nyilvánosságelméletek és médiarendszerek ismerete (Kommunikációelmélet, Tömegkommunikáció tárgyak);</li><li>brief készítése, helyzetelemzés, célcsoport-szegmentálási módszerek ismerete és alkalmazása (Rendezvényszervezés tárgy); kutatásmódszertani alapismeretek (Kutatásmódszertan tárgy).</li></ul>

#### 5. Feltételek (ha vannak)

5.1 Az előadás lebonyolításának feltételei	<ul style="list-style-type: none"><li>Az előadás zavartalan menete érdekében elvárt a pontos kezdés, az eszközpark biztosítása és a mobiltelefonok lehalkítása;</li><li>a laptopok, táblagépek és egyéb okoseszközök használata csak jegyzetelés céljával engedélyezett.</li></ul>
5.2 A szeminárium / labor lebonyolításának feltételei	<ul style="list-style-type: none"><li>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;</li><li>A szeminárium sikeres zárásához kötelező a csoportos munkák határidőre történő leadása és bemutatása;</li><li>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 terjeszthető az eltanácsolás javaslata;</li><li>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)</li><li>A csoportos feladatok leadása elektronikus úton történik. A szöveges állományok esetében elfogadott formátumok: pdf; a prezentációk esetében elfogadott formátumok: ppt, pdf, prezi.</li></ul> <p>A csoportos projektek bemutatása során szükséges minden csapattag részvétele és arányos felszólalása. Ellenkező esetben pontlevonás jár minden hiányzó csapattag után.</p>



## 6. Elsajátítandó jellemző kompetenciák

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

## 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"><li>• A tárgy célja, hogy a diákok megalapozzák a kulturális közvetítéssel kapcsolatos ismereteiket,</li><li>• 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.</li><li>• Az ajánlott olvasmányok jegyzetelése és bemutatása során a diákok nemzetközi szakirodalmat olvasnak és megismerkednek a kulturális közvetítés kortárs tendenciáival.</li></ul>

## 8. A tantárgy tartalma

<p>1. Bevezetés. A kultúra. A kulturális menedzser személye és feladatai</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Kulturális menedzser (szakmaismerető információs mappa)</i>. Állami Foglalkoztatási Szolgálat. Online: <a href="http://www.epalya.hu/media/mappa/kulturalis_menedzser.pdf">http://www.epalya.hu/media/mappa/kulturalis_menedzser.pdf</a></li> </ul>	<p>interaktív előadás;</p>	<p>tantárgyi elvárások ismertetése          Kulcsszavak: <i>kulturális közvetítés, kulturális menedzsment,</i></p>
<p>2. A kulturális menedzsment története</p>	<p>Vetített, interaktív előadás</p>	<p>Kulcsszavak: <i>közművelődés, intézményszervezés, finanszírozás, jogi szabályozás, kulturális szolgáltatás, cultural policy</i></p>
<p>3. Romániai (magyar) kulturális színtér</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Carmen Croitoru, Anda Becuț Marinescu: <i>Vitalitatea culturală a oraşelor din România</i>. Editura Culturadata, Bucureşti, 2017</li> </ul>	<p>Vetített, interaktív előadás.</p>	<p>Kulcsszavak: <i>közművelődés, közgyűjtemény, előadóművészetek</i></p>
<p>4. Kulturális események szervezése</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dér Cs. Dezső: <i>Élményszervezés és menedzsment</i>. 2020</li> </ul>	<p>Vetített, interaktív előadás.          Esettanulmány: Pál utcai fiúk (musical)</p>	<p>Kulcsszavak: <i>élménytársadalom, szolgáltatás, HIPI-modell, 7P-modell, kulturális termék hagyomány</i></p>
<p>5. A kulturális termék és szolgáltatás koncepciója</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pavluska Valéria: <i>Kultúramarketing</i>. Akadémiai Kiadó, Budapest, 2014</li> <li>• Bonita M. Kolb: <i>Marketing for Cultural Organizations</i>. Routledge, New York, 2013</li> <li>• Hill, O'Sullivan, Whitehead: <i>Creative Arts Marketing</i>. Routledge, New York, 2018</li> </ul>	<p>Vetített, interaktív előadás.          Esettanulmány: Radnóti Színház, Nagyváradi Városi Múzeum,</p>	<p>Kulcsszavak: <i>arculat, imázs, brand, márkaesszencia, márkapillérek</i></p>

	Budapest Bábszínház,	
6. Fogyasztói utazás a kulturális szolgáltatások esetében	Vetített, interaktív előadás, Magyar Állami Operaház, Győri Filharmonikusok, Katona József Színház, Nemzeti Színház	Kulcsszavak: <i>ATL, print, klasszikus tömegművelés, reklám, médiatervezés</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pavluska Valéria: <i>Kultúramarketing</i>. Akadémiai Kiadó, Budapest, 2014</li> <li>• Bonita M. Kolb: <i>Marketing for Cultural Organizations</i>. Routledge, New York, 2013</li> <li>• Hill, O'Sullivan, Whitehead: <i>Creative Arts Marketing</i>. Routledge, New York, 2018</li> <li>• Zachar Balázs – Dér Csaba Dezső: <i>Új utak a művészeti menedzsmentben</i>. Arts &amp; Business Kiadó, Budapest, 2011</li> <li>• Kádár Magor Elek: <i>Kampánykommunikáció</i>. Kriterion Kiadó, Kolozsvár, 2008</li> </ul>		
7. Online kampánytervezés a kulturális menedzsmentben	Vetített, interaktív előadás.	Kulcsszavak: <i>BTL, TTL, online marketing, social media</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pavluska Valéria: <i>Kultúramarketing</i>. Akadémiai Kiadó, Budapest, 2014</li> <li>• Bonita M. Kolb: <i>Marketing for Cultural Organizations</i>. Routledge, New York, 2013</li> <li>• Hill, O'Sullivan, Whitehead: <i>Creative Arts Marketing</i>. Routledge, New York, 2018</li> <li>• Zachar Balázs – Dér Csaba Dezső: <i>Új utak a művészeti menedzsmentben</i>. Arts &amp; Business Kiadó, Budapest, 2011</li> <li>• Kádár Magor Elek: <i>Kampánykommunikáció</i>. Kriterion Kiadó, Kolozsvár, 2008</li> </ul>		
8. A kulturális intézmények és a társadalmi szerepvállalás	Vetített, interaktív előadás. Esettanulmány: Eltáv, önkéntesség, zöld színház	Kulcsszavak: <i>kulturális nevelés, színház-, múzeum- és koncerttermi pedagógia, részvételiség</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pavluska Valéria: <i>Kultúramarketing</i>. Akadémiai Kiadó, Budapest, 2014</li> <li>• Hill, O'Sullivan, Whitehead: <i>Creative Arts Marketing</i>. Routledge, New York, 2018</li> </ul>		
9. Kríziskommunikációs helyzetek a kulturális menedzsmentben	Vetített, interaktív előadás. Esettanulmány: Kolozsvári Állami Magyar Színház – Andriy Zholdak	Kulcsszavak: <i>kríziskommunikáció, krízisterv, belső kommunikáció, imázstörés</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jan Assmann: <i>A kulturális emlékezet</i>. Atlantisz Kiadó, Budapest, 2018.</li> </ul>		
10. Örökségvédelem és -kommunikáció	Vetített, interaktív előadás.	Kulcsszavak: <i>emlékhely, emlékezetpolitika</i>

<p>11. A kritika szereplehetőségei az élménytársadalomban</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Bárány Tibor – Rónai András szerk.: <i>Az olvasó lázadása</i>. Kalligram–JAK, Budapest, 2008.</li> </ul>	<p>Vetített, interaktív előadás;</p>	<p>Kulcsszavak: <i>kritika, recenzió, műértés</i></p>
<p>12. Kultúra és intermedialitás</p>	<p>Filmnézés: Ruben Brandt, a gyűjtő. (2018, rendező: Milorad Krstić)</p>	
<p>13. A kulturális fogyasztás kutatása</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Carmen Croitoru, Anda Becuț Marinescu: <i>Barometrul de consum cultural 2017</i>. Editura Universitară, București, 2018</li> </ul>	<p>Vetített, interaktív előadás</p>	<p>Kulcsszavak: <i>kulturális fogyasztás, módszertan</i></p>
<p>14. Projektbemutatók</p>		

<p><b>Bibliográfia</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Balogh Gyöngyi – Zágonyi Bálint: <i>A kolozsvári filmgyártás képes története 1913-tól 1920-ig</i>. Filmtett, Kolozsvár, 2009</li> <li>Bárány Tibor – Rónai András szerk.: <i>Az olvasó lázadása</i>. Kalligram–JAK, Budapest, 2008.</li> <li>Biró Árpád Levente – Keszeg Anna: <i>Ambíciózus szecessziós örökségvédelmi tervek Nagyváradon</i>. In: <i>MúzeumCafe</i> 2018/63-64.</li> <li>Bonita M. Kolb: <i>Marketing for Cultural Organizations</i>. Routledge, New York, 2013</li> <li>Carmen Croitoru, Anda Becuț Marinescu: <i>Barometrul de consum cultural 2017</i>. Editura Universitară, București, 2018</li> <li>Carmen Croitoru, Anda Becuț Marinescu: <i>Vitalitatea culturală a orașelor din România</i>. Editura Culturadata, București, 2017</li> <li>Cătălin Dărășteanu: <i>Analiza pieței de film din România</i>. Editura Pro Universitaria, București, 2017</li> <li>Ébli Gábor: <i>Hogyan alapítsunk múzeumot?</i> Vince Kiadó, Budapest, 2011</li> <li><i>Ezer év Erdélyben, száz év Romániában</i>. Online: <a href="http://www.ezer100.ro">www.ezer100.ro</a></li> <li>Frazon Zsófia: <i>Az újrarájzolás terei</i>. Gondolat Kiadói Kör, Budapest, 2011</li> <li>Kádár Magor Elek: <i>Kampánykommunikáció</i>. Kriterion Kiadó, Kolozsvár, 2008</li> <li><i>Magyarország története</i> (2009, rendező: M. Nagy Richárd, Varga Zs. Csaba)</li> <li>Pavluska Valéria: <i>Kultúramarketing</i>. Akadémiai Kiadó, Budapest, 2014</li> </ol>
---

**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	
Előadás	Házi dolgozat (elemzés) elkészítése választott téma alapján	Írásbeli dolgozat	50%	
Szeminárium	Csoportos feladat:	Szóbeli prezentáció	50%	<b>25%</b>
10.6 A teljesítmény minimumkövetelményei				
<ul style="list-style-type: none"><li>• A szemináriumi részvételi arány az érvényes szabályozások értelmében min. 80%</li><li>• A tantárgyi értékelés minden szakaszán a legalább 50%-os teljesítmény elérése</li></ul>				

**Kitöltés dátuma**  
2023. 02. 02.

**Előadás felelőse**  
dr. Biró Árpád Levente

**Az intézeti jóváhagyás dátuma**

**Intézetigazgató**  
dr. Hosu Ioan, docens