

A TANTÁRGY ADATLAPJA

1. A képzési program adatai

1.1 Felsőoktatási intézmény	BABES-BOLYAI TUDOMÁNYEGYETEM
1.2 Kar	BÖLCSESZETTUDOMÁNYI KAR
1.3 Intézet	MAGYAR IRODALOMTUDOMÁNYI INTÉZET
1.4 Szakterület	NYELV ÉS IRODALOM
1.5 Képzési szint	ALAPKÉPZÉS
1.6 Szak / Képesítés	KOMPARATISZTIKA B

2. A tantárgy adatai

2.1 A tantárgy neve	KULTURÁLIS MARKETING						
2.2 Az előadásért felelős tanár neve	DR. BODÓ A. OTTÓ, egyetemi docens						
2.3 A szemináriumért felelős tanár neve	DR. BODÓ A. OTTÓ, egyetemi docens						
2.4 Tanulmányi év	3	2.5 Félév	5	2.6. Értékelés módja	K	2.7 Tantárgy típusa	Választható szakt.

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

3.1 Heti óraszám	3	melyből: 3.2 előadás	1	3.3 szeminárium/labor	2
3.4 Tantervben szereplő össz-óraszám	42	melyből: 3.5 előadás	14	3.6 szeminárium/labor	28
A tanulmányi idő elosztása:					óra
A tankönyv, a jegyzet, a szakirodalom vagy saját jegyzetek tanulmányozása					8
Könyvtárban, elektronikus adatbázisokban vagy terepen való további tájékozódás					8
Szemináriumok / laborok, házi feladatok, portofóliók, referátumok, esszék kidolgozása					8
Egyéni készségfejlesztés (tutorálás)					2
Vizsgák					2

Más tevékenységek:	0
3.7 Egyéni munka össz-óraszám	28
3.8 A félév össz-óraszám	70
3.9 Kreditszám	3

4. Előfeltételek (ha vannak)

4.1 Tantervi	
4.2 Kompetenciabeli	

5. Feltételek

5.1 Az előadás lebonyolításának feltételei	<ul style="list-style-type: none"> • Internetkapcsolat, számítógép, projektor, tábla+ irón
5.2 A szeminárium / labor lebonyolításának feltételei	<ul style="list-style-type: none"> • Internetkapcsolat, számítógép, projektor, tábla+ irón

6. Elsajátítandó kompetenciák

Szakmai kompetenciák	Hatékony írott és szóbeli kommunikáció anyanyelven és román/idegen nyelven Az irodalom és népi kultúra szintetikus és analitikus, esztétikai és kulturális bemutatása
Transzverzális kompetenciák	Csapatmunka; kommunikáció és a sajátos szerepek felvállalása Egy folyamatos fejlődést biztosító projekt megszervezése; a fejlesztő célok megvalósítása az információs tevékenységek, a csapatprojektek és az intézményes fejlesztési programok segítségével

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

7.1 A tantárgy általános célkitűzése	<p>A hallgató megismertetése a marketing elmélettel, a kulturális marketinggel, a romániai kulturális szféra résztvevőivel, a színházi intézményrendszerrel.</p> <p>Kritikai gondolkodás fejlesztése a színházi marketing-gyakorlattal szemben, új tendenciák feltérképezése</p> <p>A hallgatót körülvevő kulturális piac és működésének megismertetése</p>
--------------------------------------	---

7.2 A tantárgy sajátos célkitűzései	<p>A marketing, valamint a hozzá kapcsolódó fogalmak tisztázása, kulturális/színházi közegben történő értelmezése</p> <p>Színházi marketing-gyakorlat és elmélet összevetése</p> <p>Saját marketingstratégia felvázolása egy választott eseményhez</p> <p>Kritikai gondolkodás elősegítése a színházi gyakorlattal szemben</p>
-------------------------------------	--

8. A tantárgy tartalma

8.1 Előadás	Didaktikai módszerek	Megjegyzések
1. Bevezető	Beszélgetés	
2. Az erdélyi színházi struktúra. Sajátos piac.	Egyéni bemutatás, beszélgetés, műhely	
A struktúra kialakulása. Földrajzi eloszlás. A piac felosztása.	Egyéni bemutatás, beszélgetés, műhely	
3. Színháztípusok, működési formák	Egyéni bemutatás, beszélgetés, műhely	
Fenntartói viszonyok	Egyéni bemutatás, beszélgetés, műhely	
4. Jogi szabályozás, törvénykezés	Egyéni bemutatás, beszélgetés, műhely	
Költségvetés és nézettség. Lakosság és nézettség.	Egyéni bemutatás, beszélgetés, műhely	
5. Stratégiák a nézettség növelésére	Egyéni bemutatás, beszélgetés, műhely	
Színházi 7P	Egyéni bemutatás, beszélgetés, műhely	
6. 7P gyakorlati alkalmazása - esettanulmány	Egyéni bemutatás, beszélgetés, műhely	
8. Összegzés	Beszélgetés, műhely	

Könyvészet

- dr. Gyenge Balázs: *Színházi marketing a közönség szemével* - http://szinigazdasag.hu/images/Szinhaz_kutatas.pdf
- Juhász Sándor: *Színházi marketing 1-2* - http://szinigazdasag.hu/index.php?option=com_content&view=article&id=33177&catid=2:tanulmányok&Itemid=2
- http://szinigazdasag.hu/index.php?option=com_content&view=article&id=34792&catid=2:tanulmányok&Itemid=2
- Szabó István: *Felmérés* - In: Színház, 2010. október
- dr Venczel Sándor: *A színház vezetése 1-5* - <http://szinigazdasag.hu>
- dr Venczel Sándor: *Tervezzén Magánszínházat!* - http://szinigazdasag.hu/index.php?option=com_content&view=article&id=27573&catid=5:maganszinhazak-gazdalkodasa&Itemid=6

8.2 Szeminárium / Labor	Didaktikai módszerek	Megjegyzések
1-2 A hallgatók előzetes tudásszintjének felmérése. A kulturális piac szereplői	Mind-Mapping. Felvezetés. Közös gyakorlat. Következtetések.	
3-4 A kulturális fogyasztó, a potenciális fogyasztó és a non-fogyasztó. A szabadpiac. Helyzetelemző technikák	Felvezetés. Közös gyakorlat. Következtetések	
5-6 A SWOT analízis. A romániai repertoárszínházi rendszer. Intézményi pro és kontra. Szervezeti kultúra	Felvezetés. Közös gyakorlat. Következtetések	
7-8 Az intézményrendszer jogi háttere. Törvénykezés. Közönség vagy közösség? Közösségfejlesztő programok az erdélyi színházakban.	Felvezetés. Közös gyakorlat. Következtetések	
9-10 Fogalomcsata: marketing vagy menedzsment? Fundraising vagy pályázat? Támogató vagy fenntartó? Reklám vagy PR?	Felvezetés. Közös gyakorlat. Következtetések	
11-12 Pályázati források és lehetőségek. A pályázatírás. A marketingstratégia elemei.	Felvezetés. Közös gyakorlat. Következtetések	
13-14 Saját stratégia kidolgozása egy választott eseményre. Értékelés.	Felvezetés. Közös gyakorlat. Következtetések	

Könyvészet

Sponsorizarea in cultura. Atitudinea comunitatii de afaceri din Romania, Bucuresti, Publicatie editata de ADD

Colbert, Francois: *Marketing culture and the arts*, Montreal, Presses HEC, 2001

Kotler, Philip - Scheff, Joanne, *Standing room only: Strategies for Marketing the Performing Arts*, Boston, Massachusetts, Harvard Business School Press, 1997

Nita, Iulia-Anamaria: *Strategii de marketing in teatru*, Bucuresti, Oscar Print, 2004

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

- Színház és Filmművészeti Egyetem
- Művészeti Egyetem

10. Értékelés

Tevékenység típusa	10.1 Értékelési kritériumok	10.2 Értékelési módszerek	10.3 Aránya a végső jegyben
10.4 Előadás	Tárgyi tudás, kombinatív képesség, szintetizáló képesség	Írásbeli vizsga	90 %
10.5 Szeminárium / Labor	Szemináriumi aktivitás		10 %
10.6 A teljesítmény minimumkövetelményei			
<ul style="list-style-type: none">• 75 %-os jelenlét kötelező• A hiányzások pótlása beadott írásbeli dolgozatokkal történik• Az kurzuson folyó szemtől szembeni tevékenység sajátosságának következtében a hiányzási határ túllépése esetén a tantárgy teljesítése nem lehetséges, újravétele kötelező.• A plágium és a csalási kísérlet minimális büntetése a vizsgáról való kizárás			

Kitöltés dátuma

2020.04.09.

Előadás felelőse



Szeminárium felelőse



Az intézeti jóváhagyás dátuma

.....

Intézetigazgató

.....