A TANTÁRGY ADATLAPJA

1. A képzési program adatai

1.1 Felsőoktatási intézmény	BABES-BOLYAI TUDOMÁNYEGYETEM
1.2 Kar	SZÍNHÁZ ÉS TELEVÍZIÓ KAR
1.3 Intézet	MAGYAR SZÍNHÁZI INTÉZET
1.4 Szakterület	SZÍNHÁZ
1.5 Képzési szint	ALAPKÉPZÉS
1.6 Szak / Képesítés	TEATROLÓGIA

2. A tantárgy adatai

2.1 A tantárgy neve	KULTURÁLIS MARKETING						
2.2 Az előadásért felelős tanár neve	DR. BODÓ A. OTTÓ						
2.3 A szemináriumért felelős tanár neve							
2.4 Tanulmányi év	3	2.5 Félév	1	2.6. Értékelés módja		2.7 Tantárgy típusa	

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

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	
Könyvtárban, elektronikus adatbázisokban vagy terepen való további tájékozódás	
Szemináriumok / laborok, házi feladatok, portofóliók, referátumok, esszék kidolgozása	
Egyéni készségfejlesztés (tutorálás)	
Vizsgák	
Más tevékenységek:	

3.7 Egyéni munka össz-óraszáma	42
3.8 A félév össz-óraszáma	98
3.9 Kreditszám	4

4. Előfeltételek (ha vannak)

4.1 Tantervi	

4.2 Kompetenciabeli	

5. Feltételek (ha vannak)

5.1 Az előadás lebonyolításának feltételei Számítógép

Internet

Projektor

5.2 A szeminárium / labor lebonyolításának feltételei
Számítógép/Laptop

Vetítő

Tábla

Táblaírón

6. Elsajátítandó jellemző kompetenciák

Szakmai kompetenciák	• Selectarea şi utilizarea adecvată a teoriilor şi a conceptelor de bază, specifice dramaturgiei şi spectacologiei. • Aplicarea de metode şi de strategii specifice pentru dezvoltarea rolului educaţional al teatrului. • Colectarea de date referitoare la contextul socio-cultural aferent spectacolelor analizate şi sintetizarea lor într-o viziune unitară. • Argumentarea opţiunilor de evaluare estetică şi extraestetică, reflectate prin analiza critică elaborată.
Transzverzális kompetenciák	• Aplicarea unor strategii de muncă riguroasă, eficientă şi responsabilă, de punctualitate şi răspundere personală faţă de rezultat, pe baza principiilor, normelor şi valorilor codului deontologic. • Identificarea rolurilor şi responsabilităţilor într-o echipă plurispecializată şi aplicarea de tehnici de relaţionare şi muncă eficientă în cadrul echipei. • Identificarea oportunităţilor de formare continuă şi valorificarea eficientă a resurselor şi a tehnicilor de învăţare pentru propria dezvoltare.

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

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

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

8. A tantárgy tartalma

8.1 Előadás	Didaktikai módszerek	Megjegyzések
1. Bevezető	Beszélgetés	
2. Az erdélyi színházi struktúra. Sajátos piac.	Egyéni bemutatás, beszélgetés, műhely	
3. A struktúra kialakulása. Földrajzi eloszlás. A piac felosztása	Egyéni bemutatás, beszélgetés, műhely	
4. Színháztípusok, működési formák	Egyéni bemutatás, beszélgetés, műhely	
5. Fenntartói viszonyok	Egyéni bemutatás, beszélgetés, műhely	
6-7 Jogi szabályozás, törvénykezés	Egyéni bemutatás, beszélgetés, műhely	
8-9 Költségvetés és nézettség. Lakosság és nézettség.	Egyéni bemutatás, beszélgetés, műhely	
10 Stratégiák a nézettség növelésére	Egyéni bemutatás, beszélgetés, műhely	
11 Színházi 7P	Egyéni bemutatás, beszélgetés, műhely	
12-13 A 7P gyakorlati alkalmazása - esettanulmány	Egyéni bemutatás, beszélgetés, műhely	
14 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:tanulmanyok&Itemid=2
- http://szinigazdasag.hu/index.php?option=com_content&view=article&id=34792&catid=2:tanulmanyok&Itemid=2
- Szabó István: *Felmérés* – In:Színház, 2010. október
- dr Venczel Sándor: *A színház vezetése 1-5* – http://szinigazdasag.hu
- dr Venczel Sándor: *Tervezzen 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

Könyvészet

1.

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			10 %
10.6 A teljesítmény minimumkövetelményei			
• 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 Előadás felelőse Szeminárium felelőse

2020.04.09. ....

Az intézeti jóváhagyás dátuma Intézetigazgató

2020.04.16. .....