



FIȘA DISCIPLINEI

Marketing cultural

Anul universitar 2025-2026

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Babeș-Bolyai
1.2. Facultatea	Facultatea de Litere
1.3. Departamentul	de Literatură Maghiară
1.4. Domeniul de studii	Limbă și literatură
1.5. Ciclu de studii	Nivel licență
1.6. Programul de studii / Calificarea	Literatură universală și comparată (în limba maghiară)/ Licențiat în filologie
1.7. Forma de învățământ	Cu frecvență

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei		Marketing cultural					Codul disciplinei	LLT5216
2.2. Titularul activităților de curs			dr. Vincze Hanna Orsolya					
2.3. Titularul activităților de seminar			dr. Vincze Hanna Orsolya					
2.4. Anul de studiu	3	2.5. Semestrul	1	2.6. Tipul de evaluare	C	2.7. Regimul disciplinei		Opțional

3. Timpul total estimat (ore pe semestru al activităților didactice)

3.1. Număr de ore pe săptămână	3	din care: 3.2. curs	1	3.3. seminar/ laborator/ proiect	2
3.4. Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5. curs	14	3.6 seminar/laborator	28
Distribuția fondului de timp pentru studiul individual (SI) și activități de autoinstruire (AI)					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe (AI)					9
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					5
Pregătire seminare/ laboratoare/ proiecte, teme, referate, portofolii și eseuri					10
Tutoriat (consiliere profesională)					2
Examinări					2
Alte activități					
3.7. Total ore studiu individual (SI) și activități de autoinstruire (AI)				28	
3.8. Total ore pe semestru				70	
3.9. Numărul de credite				3	

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Data avizării în Decanat
Numele și semnătura decanului



4.1. de curriculum	
4.2. de competențe	

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Proiector, calculator, conexiune internet, Whiteboard + marker
5.2. de desfășurare a seminarului/ laboratorului	Proiector, calculator, conexiune internet, Whiteboard + marker

6.1. Competențele specifice acumulate

Co mp ete nțe prof esio nale /es enți ale	Comunicarea eficientă, scrisă și orală, în limba maternă și română/modernă Prezentarea sintetică și analitică, estetică și culturală a fenomenului literar și a culturii populare materne
Co mp ete nțe tran sver sale	Relationarea în echipă; comunicarea interpersonală și asumarea de roluri specifice. Organizarea unui proiect individual de formare continuă; îndeplinirea obiectivelor de formare prin activități de informare, prin proiecte în echipă și prin participarea la programe instituționale de dezvoltare personală și profesională

6.2. Rezultatele învățării

Cun oști nțe	Studentul cunoaște...
Apti tudi ni	Studentul este capabil...

Data avizării în Decanat
Numele și semnătura decanului



Responsabilități și autonomie	Studentul are capacitatea...
--------------------------------------	------------------------------

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> • Insusirea de catre studenti a conceptelor de vbaza a teoriei marketingului, a marketingului cultural, a actantilor sferei culturale din Romania si a sistemului institutional de teatru. • Dezvoltarea gandirii critice asupra marketingului teatral, identificarea tendintelor noi • Cunoasterea pietei culturale inconjuratoare si a functionarii acesteia
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> • Clarificarea conceptului de marketing precum si a conceptelor conexe, interpretarea acestora in context cultural/teatral • Comparatia dintre teorie si practica in marketingul teatral • Schitarea unei strategii de marketing proprii pentru un eveniment ales • Dezvoltarea gandirii critice asupra practicii teatrale

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
1-2.Introducere. Concepte de bază. Mediul marketing	Discutii	
3-4. Piața. Piața specială. Structura culturală și teatrală din Transilvania	Prelegere, discutii, atelier	
5-6 Cadru legal. Reglementari. Legi specifice.	Prelegere, discutii, atelier	
7-8 Buget si numarul de spectatori. Locuitori si beneficiari primari.	Prelegere, discutii, atelier	
9-10 Strategii pentru cresterea numarului de beneficiari primari	Prelegere, discutii, atelier	
11-12 .7P in cultura / teatru	Prelegere, discutii, atelier	
13-14 Adaptarea practica a 7P - studiu de caz	Prelegere, discutii, atelier	
Bibliografie Dér Cs. Dezső, márkus Renáta: Új utak a kulturális marketingben - MMA MMKI, Bp, 2020 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		

Data avizării în Decanat
Numele și semnătura decanului



8.2 Seminar / laborator	Metode de predare	Observații
1-2 Evaluarea cunostinetelor preliminare. Actantii piete culturale.	Mind-Mapping. Introducere. Exerciții de grup. Concluzii	
3-4 Consumatorul cultural, consumatorul potențial și non-consumatorul. Piața liberă. Tehnici de analiză a situației.	Introducere. Exerciții de grup. Concluzii	
5-6 Analiza SWOT. Sistemul teatral repertorial din România. Pro și contra instituțional. Cultura organizațională	Introducere. Exerciții de grup. Concluzii	
5-6 Analiza SWOT. Sistemul teatral repertorial din România. Pro și contra instituțional. Cultura organizațională	Introducere. Exerciții de grup. Concluzii	
9-10 Războiul terminologiilor: marketing sau management? Fundraising sau concurs de proiecte? Finantator sau ordonator? Reclama sau PR?	Introducere. Exerciții de grup. Concluzii	
11-12 Surse de finanțare și posibilități de concursuri de proiecte. Elaborarea unui proiect. Elementele strategiei marketing.	Introducere. Exerciții de grup. Concluzii	
13-14 Elaborarea unei strategii proprii pentru un eveniment ales. Evaluare.	Introducere. Exerciții de grup. Concluzii	
Bibliografie Sponsorizarea în cultură. Atitudinea comunității de afaceri din România, București, Publicație editată de ADD Colbert, François: Marketing culture and the arts, Montreal, Presses HEC, 2001 Fehér Euridiké, Dér Cs. Dezső: maradjotthon. Veleldvagyok - Hazai köszínházak online kommunikációja a pandémia első évében - MMA MMKI, Bp, 2022 Herczeg Tamás: Színházvezetés - Szegedi Szabadtéri Játékok, Szeged, 2014		

9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului

În conformitate cu standardele ARACIS, departamentul are o colaborare continuă cu reprezentanții mediului socio-economic și profesional, mai ales cu Inspectoratul Școlar Județean.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Cunostinte de specialitate, capacitate combinativă,	Colocviu	70%

Data avizării în Decanat
Numele și semnătura decanului



	capacitate de sinteza		
10.5 Seminar	Activitate la seminar		30%
10.6 Standard minim de performanță			
Prezenta obligatorie în proporție de 75 % <ul style="list-style-type: none">• Absentele motivate se compensează cu lucrări scrise• Datorită activității specifice față de depășirea limitei de absență atrage după sine neîndeplinirea condițiilor disciplinei, ca atare și reluarea acestuia într-un alt semestru• Sanctiunea minimă pentru plagiat și tentativă de înșelăciune este excluderea din examen			

11. Etichete ODD (Obiective de Dezvoltare Durabilă / Sustainable Development Goals)

	Eticheta generală pentru Dezvoltare durabilă							

Data completării:
13.01.2025

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

Data avizării în departament:
30.01.2025

Semnătura directorului de departament

Data avizării în Decanat
Numele și semnătura decanului



UNIVERSITATEA BABEȘ-BOLYAI
BABEȘ-BOLYAI TUDOMÁNYEGYETEM
BABEȘ-BOLYAI UNIVERSITÄT
BABEȘ-BOLYAI UNIVERSITY
TRADITIO ET EXCELLENTIA



Facultatea de Litere
Str. Horea nr. 31
400202, Cluj-Napoca
<https://lett.ubbcluj.ro>

Data avizării în Decanat
Numele și semnătura decanului