



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	Etnografie și Antropologie Maghiară
1.4. Domeniul de studii	Studii culturale
1.5. Ciclu de studii	Nivel licență
1.6. Programul de studii / Calificarea	Studii culturale
1.7. Forma de învățământ	Cu frecvență

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei		Marketing cultural					Codul disciplinei	LLC3124
2.2. Titularul activităților de curs			conf. dr. Bodó A. Ottó					
2.3. Titularul activităților de seminar			conf. dr. Bodó A. Ottó					
2.4. Anul de studiu	3	2.5. Semestrul	1	2.6. Tipul de evaluare	E	2.7. Regimul disciplinei		Obl.

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	3	din care: 3.2. curs	2	3.3. seminar/ laborator/ proiect	1
3.4. Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5. curs	28	3.6 seminar/laborator	14
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	

Data avizării în Decanat
Numele și semnătura decanului



3.9. Numărul de credite	3
-------------------------	---

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

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

Competențe profesionale / esențiale	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
Competențe transversale	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

Cunoștințe	Studentul cunoaște...
------------	-----------------------

Data avizării în Decanat
Numele și semnătura decanului



Aptitudini	Studentul este capabil...
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">• Însușirea de către studenți a conceptelor de bază a teoriei marketingului, a marketingului cultural, a actanților sferei culturale din România și a sistemului instituțional de teatru.• Dezvoltarea gândirii critice asupra marketingului teatral, identificarea tendințelor noi• Cunoașterea pieței culturale înconjurătoare și a funcționării acesteia
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none">• Clarificarea conceptului de marketing precum și a conceptelor conexe, interpretarea acestora în context cultural/teatral• Compararea dintre teorie și practică în marketingul teatral• Schitarea unei strategii de marketing proprii pentru un eveniment ales• Dezvoltarea gândirii 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 și numărul de spectatori. Locuitori și beneficiari primari.	Prelegere, discutii, atelier	
9-10 Strategii pentru creșterea numărului de beneficiari primari	Prelegere, discutii, atelier	
11-12. 7P în cultura / teatru	Prelegere, discutii, atelier	
13-14 Adaptarea practică a 7P - studiu de caz	Prelegere, discutii, atelier	

Data avizării în Decanat
Numele și semnătura decanului



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: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>

8.2 Seminar / laborator	Metode de predare	Observații
1-2 Evaluarea cunostinetelor preliminare. Actantii pieteii culturale.	Mind-Mapping. Introducere. Exerciții de grup. Concluzii	
3-4 Consumatorul cultural, consumatorul potential si non-consumatorul. Piata libera. Tehnici de analiza a situatiei.	Introducere. Exerciții de grup. Concluzii	
5-6 Analiza SWOT. Sistemul teatral repertorial din Romania. Pro si contra institutional. Cultura organizationala	Introducere. Exerciții de grup. Concluzii	
5-6 Analiza SWOT. Sistemul teatral repertorial din Romania. Pro si contra institutional. Cultura organizationala	Introducere. Exerciții de grup. Concluzii	
9-10 Razboiul terminologiilor: marketing sau management? Fundraising sau concurs de proiecte? Finantator sau ordonator? Reclama sau PR?	Introducere. Exerciții de grup. Concluzii	
11-12 Surse de finantare si posibilitati 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 in cultura. Atitudinea comunitatii de afaceri din Romania, Bucuresti, Puplicatie editata de ADD Colbert, Francois: Marketing culture and the arts, Montreal, Presses HEC, 2001
Fehér Euridiké, Dér Cs. Dezső: maradjotthon. Veledvagyok - Hazai kőszínházak online kommunikációja a pandémia első évében - MMA MMKI, Bp, 2022
Herczeg Tamás: Színházvezetés - Szegedi Szabadtéri Játékok, Szeged, 2014

Data avizării în Decanat
Numele și semnătura decanului







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 combinativa, capacitate de sinteza	Colocviu	70%
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 neindeplinirea condițiilor disciplinei, ca atare și reluarea acestuia într-un alt semestru Sanctiunea minimă pentru plagiat și tentativa 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 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>

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

Data avizării în departament:
30.01.2025

Semnătura directorului de departament

[Handwritten signature]

Data avizării în Decanat
Numele și semnătura decanului