

MASTER
MANAGEMENT ȘI ANTREPRENORIAL CULTURAL

Anul I

Antropologia culturii
Managementul instituțiilor publice de spectacole
Legislație în domeniul culturii
Managementul proiectului artistic
Antreprenoriat cultural-artistic
Politici și strategii culturale
Stagiu de practică

Anul II

Istoria culturii și mentalităților
Managementul organizației culturale private
Managementul resurselor umane din cultură și arte
Marketing cultural
Bugetare și analiză financiară în domeniul culturii
Parteneriate, mecenat și atragere de fonduri
etică și integritate academică
Stagiu de practică
Stagiu de elaborare a dizertației

ANTROPOLOGIA CULTURII

NUMĂR CREDITE: 4-4

AN / SEMESTRU: an I , sem. I și II

NUMĂR ORE PE SĂPTĂMÂNĂ: 1 C, 1 S

NUMĂR DE SĂPTĂMÂNI: 28

TIPUL DISCIPLINEI: obligatorie, fundamentală

OBIECTIVE: Asimilarea de către studenți a noțiunilor, teoriilor, metodelor și paradigmelor specifice antropologiei culturale. Dezvoltarea cunoașterii de tip antropologic. Asimilarea perspectivelor și metodelor antropologiei culturale. Cunoașterea principalelor paradigme în domeniul antropologiei culturale. Deprinderea limbajului specific antropologiei culturale. Capacitatea de analiză a obiectelor culturale prin prisma antropologiei culturale.

CONȚINUT CURS:

1. Arheologia disciplinelor circumscrise antropologiei. Conceptul de antropologie culturală. Legitimarea epistemologică și cadrele teoretice ale antropologiei culturale; 2. Civilizație, cultură, devenire și istorie: definiții, delimitări teoretice; 3. Conceptul de cultură din perspectivă diacronică și din perspectivă sincronică: definiții, valori, norme, convenții; 4. Conceptul de cultură din perspectivă diacronică și din perspectivă sincronică: definiții, valori, norme, convenții; 5. Antropologia modernă și structuralismul antropologic: paradigme și discursuri. Relații interdisciplinare: antropologie și etnografie; antropologie și filosofie; antropologie și studii culturale; 6. Societatea culturală. Metode și instrumente de cercetare antropologică în cadrul disciplinelor umaniste; 7. Folclor, cultură populară, cultura de masă, cultura elitelor; 8. Popular culture vs. high culture. Polemici, discursuri specifice, discursuri integratoare. Interacțiunea dintre cele două falii culturale; 9. Politici și poetici în antropologia secolului al XX-lea; 10. Pluralismul valorilor și industria culturală; 11. Popular culture, cultura de masă, arta vizuală și artele spectacolului în secolul al XX-lea. Deschideri spre o antropologie complementară; 12. Introducere în postmodernismul antropologic: tendințe, direcții, școli; 13. Postmodernismul nord-american și postmodernismul european. O nouă cultură critică; 14. Metodele postmodernismului antropologic. Noile abordări interdisciplinare și discursurile complementare; 15. Postmodernismul și identitățile culturale: policentrismul și argumentele varietății; 16. Condiția postmodernă și discursurile postmodernismului; 17. Specificul culturii urbane. Orașul universal. Cosmopolitismul; 18. Spre noi politici ale interpretării. *High culture - popular culture*; Canon și anti-canon; cultură de masă - anti-cultură - cultura urbană; 19.

Paradigme ale instituționalizării culturii. Piețe culturale; 20. *Popular culture*, artele vizuale și artele spectacolului în postmodernism; 21. Dialectica centru-margine în evoluția culturii occidentale: neoavangardele și postmodernismul;

LIMBA DE PREDARE: română

EVALUARE: examen

BIBLIOGRAFIE:

1. Barthes, Roland, *Mitologii*, traducere, prefață și note de Maria Carpov, Iași, Editura Institutul European, 1997.

2. Călinescu, Matei, *Cinci fețe ale modernității. Modernism, avangardă, decadență, kitsch, postmodernism*, Ediția a II-a revăzută și adăugită, traducere din engleză de Tatiana Pătrulescu și Radu Țurcanu, Iași, Editura Polirom, 2005.

3. Eco, Umberto, *Apocaliptici și integrați. Comunicații de masă și teorii ale culturii de masă*, traducere de Ștefania Micu, Iași, Polirom, 2008.

4. Geertz, Clifford, *Interpretarea culturilor*, traducere de Ciprian Șulea, Cluj-Napoca, Editura Tact, 2014.

5. Geertz, Clifford, *Available Light: Anthropological Reflections on Philosophical Topics*, Princeton University Press, Princeton, 2000.

6. Hutcheon, Linda, *Politica postmodernă*, traducere de Mircea Deac, București, Editura Univers, 1997.

7. Lyotard, Jean-François, *Condiția postmodernă*, traducere și cuvânt înainte de Ciprian Mihali, Cluj, Idea Design & Prin Editură, 2003.

8. Lorenz, K., *Cele opt păcate capitale ale omenirii civilizate*, București, Editura Humanitas, 1996.

9. Lévi-Strauss, Claude, *Antropologia și problemele lumii moderne*, traducere de Maurice Olender, Iași, Editura Polirom, 2011.

10. Lévi-Strauss, Claude, *Antropologia structurală*, traducere din limba franceză de J. Pecher, București, Editura Politică, 1978.

11. Lotman, Iuri, *Studii de tipologie a culturii*, București, Editura Univers, 1974.

12. Lotman, Iuri, *Cultură și explozie*, traducere de George Ghețu și Justina Bandol, Pitești, Editura Paralela 45, 2004.

13. Mihăilescu, Vintilă, *Antropologie. Cinci introduceri*, Iași, Editura Polirom, 2007.

14. Mișu, Achum, *Antropologie culturală*, Cluj-Napoca, Editura Dacia, 2002.

15. Panea, Nicolae, *Orașul subtil*, București, Editura Etnologică, 2013.

16. Panea, Nicolae, *Antropologia culturală americană*, Craiova, Editura Universitaria, 2012.

17. Panea, Nicolae, *Zei de asfalt. Antropologie a urbanului*, București, Cartea Românească, 2001.

18. Panea, Nicolae, *Antropologie culturală și socială*, Craiova, Editura Omniscope, 2000.

19. Todorov, Tzvetan, *Noi și ceilalți. Despre diversitate*, traducere de Alexandru Vlad, Editura Institutul European, Iași, 1999.

**MANAGEMENTUL INSTITUȚIILOR PUBLICE DE
SPECTACOLE**

NUMĂR CREDITE: 5-5

AN / SEMESTRU: an II , sem. I și II

NUMĂR ORE PE SĂPTĂMÂNĂ: 1 C, 2 L; 1C, 2L

NUMĂR DE SĂPTĂMÂNI: 28

TIPUL DISCIPLINEI: obligatorie, de specialitate

OBIECTIVE:

Dezvoltarea competențelor necesare pentru înțelegerea și aplicarea principiilor și practicilor managementului în contextul specific al instituțiilor publice de spectacole (teatru, operă, balet, filarmonică etc.), pregătind specialiști capabili să gestioneze eficient și responsabil aceste organizații culturale.

CONȚINUT CURS:

I. Fundamentele managementului cultural: Istoric și noțiuni generale de management (Istoric, definiții și concepte cheie); Introducere în managementul cultural (Tipologia organizațiilor culturale, specificul managementului IPS, tendințe și provocări).

II. Funcțiile managementului și cadrul instituțional: Funcțiile managementului în IPS (Planificare strategică, Organizare/ Coordonare, Conducere/ Motivare, Control/ Evaluare); Cadrul legal și instituțional (Legislația specifică IPS, structura organizatorică).

III. Resurse și gestiune Financiară: Cadrul financiar al IPS (Finanțare, bugetare, sponsorizări, granturi, management financiar); Specificul resurselor umane (Recrutare, motivare, evaluare, managementul conflictelor, comunicare); Recapitulare/Revizuire.

I. Management strategic în instituțiile publice de spectacole; II. Politici culturale și guvernare în sectorul Spectacolelor; III. Management de proiect cultural în IPS; IV. Marketing cultural și dezvoltarea publicului; V. Managementul relațiilor și al riscului în IPS.

LIMBA DE PREDARE: română

EVALUARE: examen

BIBLIOGRAFIE:

1. ANTHONY Peter – Managing Culture – Open University Press, 1994.
2. BONET, L.; SCHARGORODSKY, H.. Managementul teatrelor modele și strategii pentru organizații și instituții de spectacol. coordonator Carmen Croitoru; traducere de Carmen Stanciu și Alexandru-Emil Avram. Bucuresti: Pro Universitaria, 2017.
3. BOURDIEU, Pierre - Regulile artei - București, Ed. Univers, 1998.
4. BOUREANU, Alexandru, Bazele managementului în compania de teatru: Strategii și tehnici pentru producția teatrală, Ed. Universitaria, Craiova 2012.
5. BYRNES, William – Management and arts, Focal Press, Abington, 2015.
6. CHONG, Derrick – Arts management, Ed. Routledge, New York, 2010.
7. DRUCKER, F. Peter - Despre profesia de manager, Ed.

Meteor Press, 1998.

8. DUBOIS, Vincent, Culture as vocation – Sociology of career choices in Cultural Management, Ed. Routledge, Paingnoton, U.K., 2013.

9. HOFSTEDE, Geert and al, - Culturi și organizații – Ed. Humanitas, Buc., 2012.

10. JOHNS G. – Comportament organizațional, Ed. Economică, București 1998.

11. MENEAR, PAULINE. Stage management and theatre administration. Pauline Menear and Terry Hawkins. London : Phaidon Press Limited, 1993.

12. NICOLESCU, O., VERBONCU, I., Fundamentele managementului organizației, Ed. Universitară, 2008.

13. PUGH, D.S., HICKSON, D.J., Managementul organizațiilor, Ed. Codecs, 1989.

LEGISLAȚIE ÎN DOMENIUL CULTURII

NUMĂR CREDITE: 5-5

AN / SEMESTRU: an II , sem. I și II

NUMĂR ORE PE SĂPTĂMÂNĂ: 1 C, 1 S

NUMĂR DE SĂPTĂMÂNI: 28

TIPUL DISCIPLINEI: obligatorie, fundamentală

OBIECTIVE:

Cunoașterea legislației aferente instituțiilor de cultură. Cunoașterea și aplicarea normelor legale în procesul de desfășurare a actului artistic. Formarea competențelor de întocmire a proiectului de management cultural. Cunoașterea conceptelor de evaluare leadership și management cultural. Formarea capacității de evaluare și promovarea resurselor umane. Formarea capacității de evaluare a proiectelor culturale. Dezvoltarea abilității de identificare a resurselor financiare.

CONȚINUT CURS:

1. Managementul instituțiilor publice de Cultură; 2. Noțiuni generale despre antreprenor/antreprenoriat în domeniul cultural; 3. Finanțarea instituțiilor publice de cultură; 4. Înființarea, organizarea și îndrumarea activității de impresariat artistic; 5. Regulamentul cadru de organizare și desfășurare a concursului de proiecte de management; 6. Regulamentul cadru de organizare și desfășurare a evaluării managementului.

1. Managementul timpului și al conflictelor; 2. Management – Leadership; 3. Comunicarea în instituțiile publice; 4. Tehnici și metode de comunicare; 5. Regimul juridic al contractului de management.

LIMBA DE PREDARE: română

EVALUARE: verificare; examen

BIBLIOGRAFIE:

1. Patache C. - Management antreprenorial - Universitatea Spiru Haret București, suport de curs;
2. Rujoiu M., Lambescu D., Talmaciu B., Dragnea D. - Ghidul antreprenorului, Editura Vidia, București, 2010;
3. Miulescu N. - Știința administrației, Editura Universul

Juridic, București, 2009;

- Comunicarea în administrația publică, Editura Sitech, Craiova, 2018;

4. Marian L. - Antreprenoriat - suport curs, Târgu Mureș, 2011.

Legislație:

- Ordonanța Guvernului nr. 9/1996 privind îmbunătățirea sistemului de finanțare a instituțiilor publice de cultură finanțate din venituri proprii și subvenții acordate de la bugetul de stat sau de la bugetele locale ;

- Ordonanța de Urgență a Guvernului nr. 118/2006 privind înființarea, organizarea și desfășurarea activității așezămintelor culturale ;

- Ordonanța Guvernului nr. 21/2007 privind instituțiile și companiile de spectacole sau concerte, precum și desfășurarea activității de impresariat artistic

- Ordinul nr.2799/2015 pentru aprobarea Regulamentului-cadru de organizare și desfășurare a concursului de proiecte de management, a Regulamentului-cadru de organizare și desfășurare a evaluării managementului, a modelului-cadru al caietului de obiective, a modelului-cadru al raportului de activitate, precum și a modelului-cadru al contractului de management ;

- Ordonanța de Urgență a Guvernului nr.189/2008 privind managementul instituțiilor publice de cultură.

MANAGEMENTUL PROIECTULUI ARTISTIC

NUMĂR CREDITE: 4-4

AN / SEMESTRU: an I , sem. I si II

NUMĂR ORE PE SĂPTĂMÂNĂ: 1 C, 1 L

NUMĂR DE SĂPTĂMÂNI: 28

TIPUL DISCIPLINEI: obligatorie, de specialitate

OBIECTIVE:

Cunoașterea și înțelegerea obiectului de studiu Managementul proiectului artistic; dezvoltarea unei înțelegeri integrate asupra relației dintre management, cultură și artă; cunoașterea și înțelegerea conceptului de proiect; cunoașterea definiției și tipologiei proiectelor; cunoașterea și înțelegerea principalelor diferențe și similitudini între un program și un proiect; dobândirea abilităților de gestionare a resurselor financiare, materiale și umane în cadrul proiectelor artistice; înțelegerea mecanismelor de finanțare publică și privată, precum și a cadrului contractual și juridic; dezvoltarea capacității de comunicare, leadership și marketing cultural pentru promovarea proiectelor artistice; cunoașterea, înțelegerea, explicarea și interpretarea caracteristicilor specifice ale activității artistice în cadrul gestionării proiectelor; cunoașterea ciclului de proiect precum și identificarea etapelor de organizare a acțiunii strategice cultural-artistice, cunoașterea și înțelegerea managementului strategic, a managementului riscului și a managementului calității în cadrul proiectului, cunoașterea surselor de finanțare necesare realizării unui proiect sau în vederea

atingerii unui deziderat artistic; cultivarea unei gândiri critice și creative în raport cu economia de piață și produsele cultural-economice; capacitatea de a identifica și aplica metodele managementului în activitatea profesională spre a obține o eficiență și o eficacitate sporite. CONȚINUT CURS: 1.Interacțiunea management-cultură-artă; 2.Fundamentele teoretice ale managementului; 3.Fundamentele managementului proiectelor; 4.Managementul modern la nivelul proiectului cultural și artistic; 5.Natura și scopul proiectului cultural-artistic; 6.Obiectivele proiectelor – Aspecte generale; 7.Organizarea managementului de proiect în general; 8.Procesul de elaborare a proiectului artistic; 9.Modalitățile de identificare și formulare a proiectului; 10.Pregătirea propunerii de proiect; 11.Implementarea proiectului; 12.Evaluarea proiectului; 13.Autoevaluarea proiectului – Principiile de lucru; 14.Procesul de selectare a proiectelor, criteriile specifice și instrumentele de evaluare; 15.Managementul echipelor de proiect; 16.Managementul comunicării în cadrul proiectului artistic; 17.Managementul proiectului artistic și profitul financiar; 18.Managementul administrării resurselor materiale în cadrul proiectului; 19.Tipuri de cheltuieli în cadrul proiectului artistic 20.Bugetul proiectului artistic; 21.Finanțarea proiectului artistic din surse publice; 22.Finanțarea proiectului din surse private; 23.Contractele – definire și mod de administrare; 24.Managementul riscului; 25.Managementul marketingului proiectului artistic; 26.Managementul calității proiectului; 27. Clasificarea programelor și proiectelor cultural-artistice după criteriul ariei de interes; 28.Interacțiunea dintre economia de piață, artă și proiectele orientate spre produsele cultural-economice.

LIMBA DE PREDARE: română

EVALUARE: verificare

BIBLIOGRAFIE:

ANDRONICEANU, Armenia, *Managementul proiectelor culturale*, Editura Universitară, București, 2004.

ARGANO, Lucio, *La gestione dei progetti di spettacolo. Elementi di project management culturale*, Edizione 7, Editore: Franco Angeli, Milano, 2017.

ARGANO, Lucio, *Manuale di progettazione della cultura. Filosofia progettuale, design e project management in campo culturale e artistico*, Editore: Franco Angeli, Milano, 2016.

BĂCANU, Bogdan, *Management strategic*, Editura Teora, București, 1997.

BURTON, Christine, VEAL, Anthony James, *Research methods for arts and event management*, Publisher: Pearson, Harlow, 2014.

BOLLO, Alessandro, *Il marketing della cultura*, Editore: Carocci, Roma, 2012.

BURLTON, Roger T., *Business Process Management, Profiting from Process*, SAMS, 201 West 103rd St., Indianapolis, Indiana, 46290, USA, 2001.

CARAYANNIS, Elias G., DUBINA, Igor' Nikolaevich,

Creativity, innovation, and entrepreneurship across cultures: theory and practices, Publisher: Springer, New York, 2016.

CHAIGNEAU, Yves M., *Du management du project a la qualite totale*, Collection management 2000, Groupe I.G.S., Paris, 1997.

CONTE, David M., LANGLEY, Stephen, *Theatre Management: Producing and Managing the Performing Arts*, Editor: EntertainmentPro, Hollywood, 2007.

CORBEANU, Aura, *Managementul proiectelor culturale*, Editura Comunicare.ro, București, 2000.

COVRIG, Mircea, OPRAN, Constantin, *Managementul proiectelor*, Editura Printech, București, 2002.

Dicționar de managementul proiectelor, AFITEP, Asociația Franceză de Managementul Proiectelor, traducere din limba franceză, Ion Naftanaila, Editura Tehnică, București, 2001.

LELIC-DRAGICEVIC, Milena, STOJKOVIC, BRANIMIR, *Cultura. Management. Mediere. Marketing*, în românește de Liubița Raikiciși Lucian Alexiu, Fundația Interart TRIADE, Timișoara, 2002.

MOCANU, Mariana, SCHUSTER, Carmen, *Managementul proiectelor. Cale spre creșterea competitivității*, Editura ALL BECK, București, 2001.

OPRAN, Constantin (coordonator), *Managementul proiectelor*, Editura Comunicare.ro, București, 2000.

RHINE, Anthony, *Theatre Management: Arts Leadership for the 21st Century*, Editor: Palgrave, London, 2018.

STEERS, Richard M., SANCHEZ-RUNDE, Carlos J., NARDON, Luciara, *Management Across Cultures: Challenges and Strategies*, Publisher: Cambridge University Press, Cambridge, 2010.

VARBANOV, Lidia, *Strategic Management in the Arts*, Publisher: Routledge, New York, 2012.

WALTER, Carla, *Arts Management: An entrepreneurial approach*, Publisher: Routledge, New York, 2015.

WIDEMAN, Max R., *Fundamental Principles of Project Management*, Project Management Forum, Digest Volume 4, nr. 7, iulie 1999.

ANTREPRENORIALAT CULTURAL-ARTISTIC

NUMĂR CREDITE: 4-4

AN / SEMESTRU: an I , sem. I și II

NUMĂR ORE PE SĂPTĂMÂNĂ: 1 C, 1 L

NUMĂR DE SĂPTĂMÂNI: 28

TIPUL DISCIPLINEI: obligatorie, de specialitate

OBIECTIVE:

Asimilarea de către studenți a noțiunilor, teoriilor, metodelor și paradigmelor specifice antreprenoriatului cultural-artistic. Cunoașterea principalelor teorii, concepte și principii care privesc elementele antreprenoriale, identitare, estetice și filozofice, dezbate importanța, rolul și relevanța acestora. Cunoașterea și evaluarea noilor tendințe din domeniul studiat, aspectele cultural – istorice.

CONȚINUT CURS:

1.Distribuția veniturilor: Legea lui Pareto, Evoluția în timp a modului de distribuire a veniturilor; 2.Angajat sau angajator? Te naști sau ajungi antreprenor? Inițierea și dezvoltarea unei afaceri; 3. Surse de finanțare; 4. Povești de succes - antreprenori români; 5. Planul de afaceri. Tehnici de marketing; 6. Caracterizarea antreprenorului; 7.Cultura antreprenorială; 8. Repere în sistemul antreprenorial; 9. Întreprinderea; 10. Relevanța antreprenoriatului; 11. Strategii antreprenoriale; 12.Managementul în cultură: particularități, oportunități și provocări; 13. Rolul managerului cultural în organizațiile promotoare ale valorilor culturale; 14. Nivelurile managementului cultural: politici, programe și proiecte culturale; 15. Echipa de management cultural: cine răspunde de activitățile culturale și cum?; 16. Analiza contextului socio-economic al actului de cultură; 17.Relățiile publice în slujba promovării valorilor culturale: managementul comunicării; 18. Rolul mass media în promovarea valorilor culturale: noi modele de organizare; 19. Actul cultural între promovarea valorilor și ofertarea serviciilor: o nouă paradigmă?

LIMBA DE PREDARE: română

EVALUARE: examen

BIBLIOGRAFIE:

1. Călinescu, Matei, *Cinci fețe ale modernității. Modernism, avangardă, decadență, kitsch, postmodernism*, Ediția a II-a revăzută și adăugită, traducere din engleză de Tatiana Pătrulescu și Radu Țurcanu, Iași, Editura Polirom, 2005.

2. Hutcheon, Linda, *Politica postmoderna*, traducere de Mircea Deac, București, Editura Univers, 1997.

3. Lorenz, K., *Cele opt păcate capitale ale omenirii civilizate*, București, Editura Humanitas, 1996.

4. Grecu Gh., *Management comparat- Noțiuni teoretice. Grile de autoevaluare*, Editura ExPonto, Constanța, 2011

5. Burdus E., *Management comparat internațional*, Editura Economică, 2006.

6. Ionescu Gh., *Dimensiunile culturale ale managementului*, Editura Economică

7. Hofstede G. – *Managementul structuri multiculturale* – Ed.Economică, București, 2006.

8. Nicolescu O., Pricop M., Plumb I., Vasilescu I., Verboncu I. – *Abordări moderne în managementul și economia organizației* – Ed. Economică, București, 2004.

9. Nicolescu O., Luminița Nicolescu – *Economia, firma și managementul bazate pe cunoștințe* – Ed. Economică, București, 2005;

10. Tudor Hobeau – *Management comparat* – Ed. Sitech, 2008; 8.Nicolescu O. – *Management comparat* – Ed. Economică, București, 2008;

11. Cristian Virgil Marinas – *Managementul comparat al resurselor umane* – Ed. Economică, 2010;

12. Ovidiu Nicolescu, Ghe. Ionescu – *Minidicționar de management- Managementul comparat internațional* – Ed. Pro Universitaria, 2011;

13. Eugen Burdus – Management comparat internațional – Ed. Pro Universitaria, 2012.
12. Paul Bocănete- Note de curs, Editura Gaudeamus, 2012.
14. Ken Blanchard, Don Hutson, Ethan Willis – Antreprenor la minut.
15. Larry C Farrell – Cum sa devii antreprenor. Dezvolta-ti propria afacere.
16. Max Weber – Etica protestanta si spiritul capitalismului
17. Richard Branson – Afacerile, pentru oameni
18. Richard J Connors – Warren Buffett. Despre afaceri
19. Robert T Kiyosaki, Sharon L Lechter – Tata bogat, tata sarac
20. Thomas Picketty – Capitalul in sec. XXI

POLITICI ȘI STRATEGII CULTURALE

NUMĂR CREDITE: 4-4

AN / SEMESTRU: an I , sem. I si II

NUMĂR ORE PE SĂPTĂMÂNĂ: 1 C, 1 L

NUMĂR DE SĂPTĂMÂNI: 28

TIPUL DISCIPLINEI: opțională, fundamentală

OBJECTIVE:

Cunoașterea aprofundată a conceptelor, metodelor și abordărilor normative a politicilor publice în domeniul cultural; aplicarea metodelor și tehnicilor de conducere a activităților financiare publice, utilizarea limbajului de specialitate specific și înțelegerea interconexiunilor complexe dintre diferitele ramuri ale activității financiare în domeniul cultural, protecția patrimoniului, creație contemporană și cultură scrisă; utilizarea într-o manieră integratoare a cunoștințelor de specialitate din domeniul financiar în vederea optimizării și eficientizării activității financiare la nivel de instituție publică culturală; cunoașterea serviciilor de cultură în teritoriu și managementul instituțiilor de cultură, alături de reprezentare internațională a culturii românești, precum și a celei străine în România; reflecția critică și constructivă asupra variantelor de aplicare/implementare a tehnicilor și practicilor financiare și fundamentarea deciziilor de îmbunătățire a constatărilor efectuate; managementul fondurilor rambursabile și nerambursabile, a investițiilor și capacitatea administrativă.

CONȚINUTCURS:

1.Noțiuni și aspecte privind conceptele de politici și strategii culturale; 2.Concepte și teorii privind politicile și strategiile de protejarea, promovarea și valorificare a patrimoniului cultural; 3.Organizațiile culturale din sfera publică; 4.Organizațiile culturale din sfera privată; 5.Tendințe contemporane în cercetarea, protejarea și valorificarea patrimoniului cultural; 6.Politici culturale în România: trecut, prezent și viitor; 7.Cadrul strategic privind politica culturală a UE; 8.Relații culturale europene; 9.Cadrul de acțiune european pentru patrimoniul cultural; 10.Capitalele Europene ale Culturii și protejarea patrimoniului cultural; 11.Planul strategic instituțional al Ministerului culturii; 12.Strategia Sectorială în Domeniul

Culturii; 13.Valorificarea potențialului digitalizării în domeniul cultural; 14.Măsurarea performanței și management cultural.

1.Politica de resurse umane în cultură. Formarea forței de muncă în cultură; 2.Poziționarea strategică a culturii în economia globală – principii, context, evoluții; 3.Planul de lucru în domeniul Culturii al Consiliului UE 2023 -2026; 4.Europa Digitală/ A Europe fit for the Digital Age / Recomandarea Comisiei Europene privind digitizarea conținutului cultural; 5.Convenția privind protecția și promovarea diversității expresiilor culturale; 6.Strategia Patrimoniului Cultural European pentru Secolul XXI; 7.Management instituțional și legislație în domeniul cultural; 8.Sprijin financiar pentru proiecte culturale; 9.Patrimoniul cultural mobil și monumente și istorice; 10.Drepturi de Autor, Audiovizual și Susținerea Creatorilor; 11.Educație, patrimoniu cultural, diversitate culturală și turism – dezvoltarea strategiilor durabile; 12.Strategia națională a României pentru dezvoltarea turismului 2023 – 2035; 13.Orașele culturale și creative; 14.Priorități naționale în domeniul culturii.

LIMBA DE PREDARE: română

EVALUARE: examen

BIBLIOGRAFIE:

1. Bonet, L., & Schargorodsky, H. (2017), Managementul teatrelor. Modele și strategii pentru organizații și instituții de spectacol (e-book)
2. Marinova E. (2019), Antreprenoriat și inovare în industriile culturale, teză de doctorat, Cluj-Napoca
3. Zecheru V., (2002), Management în cultură, Editura Litera Internațional, București
4. Radu C. (2008), Management cultural contemporan, Editura Nemira, București
5. Artioli, Gilberto (ed), Scientific Methods and Cultural Heritage. An introduction to the application of materials science to archaeometry and conservation science, Oxford University Press, 2010.
6. Culture. Urban. Future. Global Report on Culture for Sustainable Urban Development, UNESCO; Paris, 2016.
7. Surse On-Line:
<http://culture/coe.int> - Consiliul Europei
<http://www.icomos.org> - ICOMOS – The International Council on Monuments and Sites
<http://www.unesco.org> – UNESCO
<https://www.icrom.org/> - ICCROM - International Centre for the Study of the Preservation and Restoration of Cultural Property
https://europa.eu/european-union/index_ro - UE
<http://www.guv.ro/> - Guvernul României
<http://www.cultura.ro/> - Ministerul Culturii și Identității Naționale
<https://patrimoniu.ro/> - Institutul Național al Patrimoniului
<https://www.culturadata.ro/wp-content/uploads/2023/12/SSDC-2023-2030.pdf> Institutul național pentru cercetare și formare culturală (incfc)

STAGIU DE PRACTICĂ

NUMĂR CREDITE: 4

AN / SEMESTRU: an I , sem. I și II

NUMĂR ORE PE SĂPTĂMÂNĂ: 3P

NUMĂR DE SĂPTĂMÂNI: 28

TIPUL DISCIPLINEI: de aprofundare, obligatorie

OBIECTIVE: Cunoașterea și înțelegerea adecvată a activității din centrul de practică; explicarea și interpretarea acțiunilor specifice în contexte bine definite; reflecția critică și constructivă în asimilarea normelor ce reglementează activitatea instituției de practică.

CONȚINUT: Culegerea și sistematizarea datelor importante privitoare la domeniul și specificul activității partenerului de practică. Detalierea misiunii, organizării, structurii programului instituției partenere. Studierea documentelor care întemeiază, reglementează și susțin activitatea instituției partenere. Studierea documentelor care întemeiază, reglementează și susțin activitatea instituției. Asistarea la activități specifice derulate de către tutore sau personalul instituției. Participarea la instructajul realizat de tutore privind exigențele și dificultățile practicării de către studenți a activităților specifice. Stabilirea împreună cu tutorele a tematicii de cercetare. Structurarea unei prezentări a Materialului de cercetare. Documentarea și esențializarea datelor pentru proiectul de practică profesională a studenților. Realizarea unui raport de sinteză a propriei activități în centrul de practică și susținerea lui în vederea evaluării de către tutore.

LIMBA DE PREDARE: română

EVALUARE: verificare

BIBLIOGRAFIE: Poate fi cerută/recomandată de tutorele de practică.

MASTER
MANAGEMENT ȘI ANTREPRENORIALAT CULTURAL
ANUL II

ISTORIA CULTURII ȘI MENTALITĂȚILOR

NUMĂR CREDITE: 4-4

AN / SEMESTRU: an II , sem. I și II

NUMĂR ORE PE SĂPTĂMÂNĂ: 1 C, 1 S

NUMĂR DE SĂPTĂMÂNI: 26

TIPUL DISCIPLINEI: obligatorie, fundamentală

OBIECTIVE: Disciplina urmărește formarea unei capacități clare de analiză a memoriei culturale, a reprezentărilor colective și a valorilor care definesc mentalitățile unei epoci. Cursul dezvoltă competențe de interpretare a tradițiilor, ritualurilor și simbolurilor care influențează comportamentele și modelele de gândire ale comunităților. Studenții învață să identifice mecanismele prin care culturile transmit și transformă modele, norme și ierarhii de sens. Se acordă atenție raportului dintre schimbările tehnologice și evoluția mentalităților, precum și modului în care aceste transformări generează noi practici culturale. Cursul analizează formarea și modificarea canoanelor, dinamica modernității și apariția noilor paradigme interpretative. Un obiectiv central îl constituie dezvoltarea unei gândiri critice capabile să lege procese istorice, practici culturale și imaginar social.

CONȚINUT CURS: Memorie culturală, patrimoniu și identitate colectivă; Rituri, practici și reprezentări; Mentalități economice; Corp, gen și sexualitate în istoria mentalităților; Cultura emoțiilor; Modernitate, avangardă, postmodernitate: paradigme și rupturi; Migrații, memorii diasporice și cosmopolitisme; Canoane alternative în istoria culturii; Public Humanities: cum circulă ideile în spațiul public contemporan; Medii, tehnologii și schimbarea mentalităților: tipar, cinema, digital; Metodologii avansate în istoria mentalităților; Cultura științei și imaginarul tehnologic; Istorie globală și transferuri culturale; Religie și secularizare în spațiul european; Estetici ale modernismului târziu; Cultura dreptului și imaginarul justiției; Digital humanities: metode corpus și vizualizare; Istorie culturală, comunicare academică și spațiul public; Urbanitate, patrimoniu și peisaj cultural; Naționalism, cosmopolitism și identități hibride.

LIMBA DE PREDARE: română

EVALUARE: examen

BIBLIOGRAFIE:

1. Geert Hofstede, Culturi și organizații. Softul mental, Editura Humanitas, București, 2012.
2. Aries, Philippe, Duby, Georges (coord.), Istoria vieții private, vol -X, București, Editura Meridiane, 1992-1997.
3. Berger, Peter, Luckmann, Thomas, Construirea socială a realității, București, Editura Univers, 1999.
4. Huizinga, Johann, Amurgul Evului Mediu, București,

Editura Univers, 1972 (reed. Humanitas, 2004).

5. Ofrim, Alexandru, Farmecul discret al patinei și alte mici istorii culturale, București, Editura Humanitas, 2019.

6. Braudel, Fernand, Gramatica civilizațiilor, vol -II, București, Editura Meridiane, 1994.

MANAGEMENTUL ORGANIZAȚIEI CULTURALE
PRIVATE

NUMĂR CREDITE: 5-4

AN / SEMESTRU: an II , sem. I și II

NUMĂR ORE PE SĂPTĂMÂNĂ: 1 C, 2 L; 1 C, 1 L

NUMĂR DE SĂPTĂMÂNI: 26

TIPUL DISCIPLINEI: obligatorie, de specialitate

OBIECTIVE:

Familiarizarea studenților cu mediul profesional teatral și dezvoltarea abilităților practice de management: dezvoltarea competențelor practice și a abilităților de aplicare a cunoștințelor teoretice în rezolvarea unor situații concrete din domeniul managementului teatral, contribuind la formarea unor specialiști capabili să gestioneze eficient organizațiile teatrale. economic – teatrul. Cunoașterea structurii organizatorice și a funcționării unui teatru. Înțelegerea principiilor managementului resurselor umane, financiar și de marketing în context teatral. Familiarizarea cu specificul managementului proiectelor teatrale. Identificarea cadrului legal și a politicilor culturale relevante pentru domeniul teatrului. Analiza tendințelor și provocărilor actuale în managementul organizațiilor teatrale.

CONȚINUT CURS:

Modulul 1- Introducere în managementul organizațiilor teatrale: Lucrare 1: Vizită de studiu la un teatru - Observare directă a structurii organizatorice, a departamentelor și a fluxurilor de lucru. Discuții cu managerul și angajații teatrului; Lucrare 2: Analiza comparativă a misiunii, viziunii și valorilor a două teatre. Identificarea elementelor comune și a diferențelor; Lucrare 3: Workshop - Simularea unei ședințe de brainstorming pentru generarea de idei de proiecte teatrale inovatoare; Lucrare 4: Studiul unui chestionar de evaluare a satisfacției publicului pentru un spectacol de teatru. Modulul 2 - Managementul resurselor umane în organizațiile teatrale: Lucrare 5: Examinarea unei fișe de post pentru un post specific într-un teatru (actor, regizor, scenograf, etc.), cu accent pe definirea competențelor necesare; Lucrare 6: Simularea unui interviu de angajare pentru un post vacant într-un teatru. Studenții vor juca rolul de candidat sau de angajator; Lucrare 7: Studiu de caz - Analiza unui conflict de muncă într-un teatru și propunerea de soluții de rezolvare; Lucrare 8: Dezbateri - Motivarea și retenția personalului într-un teatru. Modulul 3 - Managementul financiar al organizațiilor teatrale - Lucrare 9: Elaborarea unui buget estimativ pentru un spectacol de teatru, ținând cont de venituri și cheltuieli; Lucrare 10: Analiza comparativă a diferitelor surse de finanțare pentru un teatru (finanțare

publică, sponsorizări, donații, etc.); Lucrare 11: Studiu de caz - Analiza unui raport financiar al unui teatru și identificarea indicatorilor de performanță financiară; Lucrare 12: Workshop - Elaborarea unei strategii de atragere de sponsorizări pentru un teatru; Modulul 4.1. - Marketing și comunicare în organizațiile teatrale - Lucrare 13: Studiul unui plan de marketing pentru un spectacol de teatru, ce include strategii de promovare online și offline; Lucrare 14: Analiza campaniilor de promovare online ale unor teatre. Modulul 4.2. - Marketing și comunicare în organizațiile teatrale: Lucrare 1: Workshop - Crearea unui website sau a unei pagini de social media pentru un teatru; Lucrare 2: Simularea unei conferințe de presă pentru lansarea unui spectacol de teatru; Modulul 5 - Managementul proiectelor teatrale: Lucrare 3: Elaborarea unui plan de proiect pentru un spectacol de teatru, incluzând definirea obiectivelor, activităților, resurselor și a bugetului; Lucrare 4: Identificarea și evaluarea riscurilor pentru un proiect teatral, utilizând o matrice de risc; Lucrare 5: Studiu de caz - Analiza unui proiect teatral de succes (de ex., un festival de teatru) și identificarea factorilor de succes; Lucrare 6: Prezentarea unui proiect teatral în fața unei comisii simulate, formată din profesori și colegi; Modulul 6 - Legislație și politici culturale în domeniul teatrului: Lucrare 7: Analiza legislației privind drepturile de autor în domeniul teatral; Lucrare 8: Studiu de caz - Analiza unui contract de colaborare între un teatru și un artist independent; Lucrare 9: Dezbateri - Rolul statului în finanțarea și susținerea teatrului; Lucrare 10: Redactarea unei cereri de finanțare pentru un proiect teatral, adresată unei instituții publice sau private.

Modulul 7 - Tendințe și provocări în managementul organizațiilor teatrale: Lucrare 11: Analiza impactului noilor tehnologii asupra teatrului (realitate virtuală, streaming, etc.); Lucrare 12: Dezbateri - Strategii de atragere a publicului tânăr la teatru; Lucrare 13: Studiu de caz - Analiza unui model de teatru inovator (teatru imersiv, teatru documentar, etc.); Lucrare 14: Dezvoltarea unui plan de acțiune pentru creșterea accesibilității la cultură pentru persoanele cu dizabilități.

LIMBA DE PREDARE: română

EVALUARE: examen

BIBLIOGRAFIE:

1. Mochal, Tom și Jeff, „Lecții de management de proiect”, ed. Codecs, 2006.
2. Newton, Richard, „Managerul de proiect – Măiestrie în livrarea proiectelor”, ed. Codecs, 2006.
3. Constantinescu Dan Anghel, Ungureanu Ana-Maria, Pridie Adelina, „Managementul proiectelor”, Ed. Semne'94, București, 2001.
4. Szuder A. „Managementul Proiectelor. Ghid pentru elaborare și managementul proiectelor europene”, ed. Bren, București 2001.
5. Purnus A., „Evaluarea programelor sociale”, Editura Expert, București, 1999.
6. Raynal S., „Project 4.0 în managementul proiectelor cu

aplicații”, Editura Tehnică, 1997.

7. David I. Cleland, „Project management: strategic design and implementation” 3rd ed., McGraw-Hill, USA, 1999.

8. Dragicevic Sescic, Milena, Cultura. Management, mediere, marketing, ed. Triade, Timișoara. 2002.

9. DRUCKER, F. Peter - Despre profesia de manager, Ed. Meteor Press, 1998.

10. KOTLER, P., ‘Depre Marketing’, București: Curier Marketing, 2003.

11. NICOLESCU, O., VERBONCU, I., Fundamentele managementului organizației, Ed. Universitară, 2008.

MANAGEMENTUL RESURSELOR UMANE DIN CULTURĂ ȘI ARTE

NUMĂR CREDITE: 4-4

AN / SEMESTRU: an II , sem. I și II

NUMĂR ORE PE SĂPTĂMÂNĂ: 1 C, 1 L; 1 C, 1 S

NUMĂR DE SĂPTĂMÂNI: 26

TIPUL DISCIPLINEI: obligatorie, de specialitate

OBIECTIVE:

Formarea de specialiști capabili să înțeleagă și să aplice principiile și practicile managementului resurselor umane în contextul specific al organizațiilor culturale, cu precădere în domeniul teatrului și artelor spectacolului, contribuind la dezvoltarea și succesul acestora prin valorificarea eficientă a capitalului uman. Cunoașterea și înțelegerea specificului resurselor umane în organizațiile culturale, cu accent pe particularitățile domeniului teatrului și artelor spectacolului. Familiarizarea cu legislația muncii, contractele colective de muncă și reglementările specifice domeniului cultural. Identificarea și analiza principalelor provocări și tendințe în managementul resurselor umane din sectorul cultural. Înțelegerea rolului și importanței managementului resurselor umane în dezvoltarea organizațiilor culturale. Cunoașterea diferitelor modele și strategii de management al resurselor umane aplicabile în context cultural.

CONȚINUT CURS:

Modulul 1: Introducere în managementul resurselor umane în cultură și arte: Specificul resurselor umane în organizațiile culturale: definire, rol și importanță; particularități ale managementului resurselor umane în teatru și artele spectacolului; Cadrul legislativ aplicabil: legislația muncii relevantă pentru organizațiile culturale, contracte colective de muncă, drepturi și obligații ale angajaților și angajatorilor; Etică și deontologie profesională în managementul resurselor umane: principii etice, coduri de conduită, responsabilitate socială. Modulul 2 - Planificarea resurselor umane în organizațiile culturale: Analiza posturilor și elaborarea fișelor de post: definirea rolurilor și responsabilităților, competențe necesare, cerințe specifice pentru posturile din teatru și artele spectacolului; Recrutarea și selecția personalului: metode de recrutare (interne și externe), tehnici de selecție (interviuri, teste, assessment center), criterii de selecție specifice domeniului

cultural. Modulul 3 - Motivarea și recompensarea resurselor umane: Teorii ale motivației și aplicarea lor în context cultural; factori motivatori specifici angajaților din teatru și artele Spectacolului; Sisteme de recompensare: salarizare și beneficii, recompensarea performanței, sisteme de bonusare, motivare nonfinanciară. Modulul 4 - Dezvoltarea resurselor umane: Integrarea și adaptarea noilor angajați: programe de onboarding, mentoring și coaching, cultura organizațională. Evaluarea performanței: metode de evaluare (evaluare 360°, evaluare prin obiective), criterii de evaluare specifice domeniului cultural. Training și dezvoltare: identificarea nevoilor de training, proiectarea și implementarea programelor de formare, dezvoltarea competențelor profesionale și personale. Modulul 5 - Comunicare și relații de muncă: Comunicarea internă în organizațiile culturale: canale de comunicare, comunicare eficientă în echipe multiculturale, gestionarea conflictelor. Negocierea și relațiile de muncă: rezolvarea conflictelor de muncă, dialogul social, sindicate și reprezentanți ai angajaților. Modulul 6 - Tendințe și provocări în managementul resurselor umane din cultură: Impactul tehnologiei asupra resurselor umane în cultură: digitalizarea proceselor de HR, munca la distanță, noi forme de organizare a muncii; Diversitatea și incluziunea în organizațiile culturale: promovarea egalității de șanse, managementul diversității culturale, combaterea discriminării. Modulul 7 - Revizuire și actualizări: Recapitularea și integrarea conținuturilor; actualizarea cu exemple și situații recente din practica organizațiilor culturale.

LIMBA DE PREDARE: română

EVALUARE: examen

BIBLIOGRAFIE:

1. Armstrong, Michael, *Managementul resurselor umane – Manual de practică*, Editura Codecs, 2003.
2. Armstrong, Michael, *Managementul resurselor umane*, Editura Codecs, București, 2003.
3. Bocean, Claudiu, *Gestiunea previzională a resurselor umane*, Editura Tribuna Economică, București, 2011.
4. Bujor, Anca, *Managementul organizațional al carierei*, Editura Performantica, 2011.
5. Catană, Paul, *Recrutarea, selecția și angajarea resurselor umane*, Editura Revers, Craiova, 2014.
6. Chișu, Viorica, *Manualul specialistului în resurse umane*, Editura Irecson, București, 2002.
7. Cole, G. A., *Personnel Management*, DP Publications Ltd, London, 1993.
8. Constantin, Ticu, *Psihologia gestiunii resurselor umane*, Editura Universității „Al. I. Cuza”, Iași, 2015.
9. Graham, H. T., *Human Resources Management*, Pitman Publishing, London, 1995.
10. Hofstede, Geert, *Culture's Consequences – International Differences in Work-Related Values*, SAGE Publications, 1991.

11. Ilie, Constantin, *Managementul resurselor umane*, Editura Universitaria, Craiova, 2013.

12. Lefter, Viorel, *Fundamentele managementului resurselor umane*, Editura Economică, București, 2007.

13. Lefter, Viorel, *Managementul resurselor umane*, Editura Pro Universitaria, București, 2011.

14. Mabey, Christopher; Salaman, Graeme, *Strategic Human Resource Management*, Blackwell Business, Oxford, 1995.

15. Marinaș, Cristian, *Managementul comparat al resurselor umane*, Editura Economică, București, 2010.

16. Mathis, Robert L.; Nica, P.; Rusu, C., *Managementul resurselor umane*, Editura Economică, București, 1997.

17. Mintzberg, Henry, *The Rise and Fall of Strategic Planning*, Prentice-Hall, 1994.

18. Neamțu, Mioara, *Evaluarea performanțelor profesionale – componentă a managementului resurselor umane*, Editura Universitaria, Craiova, 2007.

19. Nicolescu, Ovidiu, *Management comparat*, Editura Economică, București, 1997.

20. Pânișoară, Georgeta, *Managementul resurselor umane*, Editura Polirom, Iași, 2016.

21. Pitariu, H. D., *Managementul resurselor umane*, Ed. All, București, 1994.

22. Popescu, Luminița, *Managementul resurselor umane*, Editura Universitaria, Craiova, 2010.

23. Vârzaru, Mihai, *Managementul resurselor umane*, Editura Universitaria, Craiova, 2005.

24. Vasile, Ema, *Managementul resurselor umane*, Editura Universitară, București, 2014.

25. Vlad, Ida, *Managementul resurselor umane*, Editura Rovimed, Bacău, 2012.

MARKETING CULTURAL

NUMĂR CREDITE: 5-4

AN / SEMESTRU: an II , sem. I și II

NUMĂR ORE PE SĂPTĂMÂNĂ: 1 C, 2 L; 1 C, 1 L

NUMĂR DE SĂPTĂMÂNI: 26

TIPUL DISCIPLINEI: obligatorie, de specialitate

OBIECTIVE:

Formarea de competențe în domeniul marketingului cultural, necesare pentru înțelegerea, analiza și aplicarea strategiilor de marketing în contextul organizațiilor și industriilor culturale. Însușirea conceptelor și teoriilor fundamentale ale marketingului cultural. Cunoașterea specificului pieței culturale și a comportamentului consumatorilor de cultură. Înțelegerea instrumentelor și tehnicilor de marketing cultural. Familiarizarea cu legislația și etica în marketingul cultural.

CONȚINUT CURS:

Modulul 1 - Introducere în marketingul cultural:

1. Specificul marketingului cultural: Deosebiri față de marketingul comercial; Valoarea și misiunea organizațiilor culturale; Provocări și oportunități specifice

2. Conceptul de public în cultura: Segmentarea publicului

cultural; Nevoi, motivații și comportamente culturale; Construirea și fidelizarea publicului; 3. Cercetarea de piață în domeniul cultural: Metode de cercetare cantitative și calitative; Analiza concurenței și a tendințelor; Surse de informații și date relevante. Modulul 2 - Strategii și instrumente de marketing cultural: 4. Strategii de marketing cultural: Definirea obiectivelor de marketing o Poziționarea și branding-ul cultural; Planificarea și implementarea strategiilor; 5. Mixul de marketing cultural: Produsul cultural: caracteristici și valoare; Prețul: strategii de prețuire în cultură; Distribuția: canale de acces la cultura; Promovarea: comunicare și relații publice; 6. Comunicarea de marketing cultural: Canale de comunicare online și offline; Mesaje și conținut cultural relevant; Relația cu mass-media și publicul; 7. Relații publice și evenimente culturale: Construirea și menținerea imaginii publice; Organizarea de evenimente culturale eficiente; Sponsorizări și parteneriate culturale. Modulul 3 - Marketingul digital în cultură: 8. Marketingul online pentru organizații culturale: Website-uri și platforme online; Social media și content marketing; E-mail marketing și newslettere; 9. Strategii de promovare online: SEO și optimizare pentru motoarele de căutare: Publicitate online și campanii digitale; Analiza și măsurarea rezultatelor. Modulul 4 - Tendințe și provocări în marketingul cultural 10. Inovația și creativitatea în marketingul cultural: Noi tehnologii și experiențe culturale; Marketingul experiențial și storytelling; Gamification și realitate augmentată; 11. Marketingul cultural responsabil: Etica și sustenabilitate în cultură; Accesibilitatea și incluziunea culturală; Impactul social al marketingului cultural; 12. Fundraising și sponsorizare în cultură: Identificarea și atragerea de sponsori; Campanii de fundraising și crowdfunding; Construirea de parteneriate durabile. Modulul 5 - Studii de caz și aplicații practice: 13. Analiza de cazuri de succes în marketingul cultural: Studiarea strategiilor și campaniilor eficiente; Identificarea factorilor de succes și a provocărilor; Discuții și dezbateri pe baza studiilor de caz; 14. Proiect de marketing cultural: Elaborarea unui plan de marketing pentru o organizație culturală; Aplicarea conceptelor și instrumentelor studiate; Prezentarea și evaluarea proiectelor.

LIMBA DE PREDARE: română

EVALUARE: verificare, examen

BIBLIOGRAFIE:

1. Bernstein, Joanne Scheff, (2007), *Arts Marketing Insights*, Editura Jossey-Bass, San Francisco.
2. Cătoiu, Iacob, coord., (2009), *Cercetări de marketing. Tratat*, Editura Uranus, București.
3. Colbert, François, coord., (2001), *Marketing culture and the arts*, Editura Presses HEC, Montreal.
4. Croitoru, Carmen, (2017), *Particularități ale Marketingului Cultural*, Editura Universitaria, Craiova
5. Hill, Lizz, O'Sullivan, Catherine, O'Sullivan, Terry, (2003), *Creative Arts Marketing*, Editura Routledge, Londra.

6. Kotler, Philip, Lee, Nancy, (2008), *Marketingul în sectorul public*, trad. Dan Criste, Editura Meteor Press, București.

7. Kotler, Philip, Scheff, Joanne, (1997), *Standing Room Only: Strategies for Marketing the Performing Arts*, Editura Harvard Business School Press, Cambridge.

8. O'Reilly, Daragh, Kerrigan, Finola, (2010), *Marketing the Arts. A fresh approach*, Editura Routledge, New York.

9. O'Reilly, Daragh, Rentschler, Ruth, Kirchner, Theresa, (2018), *The Routledge Companion to Arts Marketing*, Editura Routledge, Oxford.

BUGETARE ȘI ANALIZĂ FINANCIARĂ ÎN DOMENIUL CULTURII
--

NUMĂR CREDITE: 4-4

AN / SEMESTRU: an II , sem. I și II

NUMĂR ORE PE SĂPTĂMÂNĂ: 1 C, 1 L

NUMĂR DE SĂPTĂMÂNI: 26

TIPUL DISCIPLINEI: obligatorie, fundamentală

OBIECTIVE:

Însușirea principalelor concepte despre organizațiile culturale din sfera publică și privată, managementul financiar, sisteme de fundamentare a bugetelor și managementul cheltuielilor publice; abordarea teoriilor și conceptelor care au reprezentat de-a lungul timpului direcții importante, cunoscute în literatura de specialitate ca doctrine sau școli; prezentarea și dezbateră aprofundată a funcțiilor sau atributelor managementului financiar; cunoașterea tuturor elementelor legate de stabilirea unei strategii financiare a organizației; descrierea procesului bugetar la nivelul instituțiilor publice; analiza indicatorilor de venituri și cheltuieli la nivelul instituțiilor publice; identificarea principalelor forme de evidență și control financiar în domeniul cultural. Utilizarea ordonată a conceptelor și teoriilor specifice managementului financiar; identificarea unor situații concrete și analiza indicatorilor de venituri și cheltuieli; utilizarea unor metode de autoevaluare a propriei activități de însușire a teoriilor de bugetare și analiză financiară în domeniul cultural; evaluarea diferitelor aspecte ale activității financiare a unei instituții publice, identificând deficiențe și formulând strategii de ameliorare; implicarea, disponibilitatea, creativitatea individului în cadrul grupului.

CONȚINUT CURS:

1. Noțiuni și aspecte privind conceptul de buget.
2. Organizațiile culturale din sfera publică.
3. Organizațiile culturale din sfera privată.
4. Management financiar.
5. Atribuțiile sau funcțiile managementului financiar.
6. Sisteme de fundamentare a bugetelor – avantaje și dezavantaje.
7. Managementul cheltuielilor publice.
8. Clasificația bugetară. Criterii de clasificare.
9. Sistem bugetar – fonduri publice.
10. Analiza Cost-Beneficiu.
11. Măsurarea performanței.
12. Evidența și controlul financiar în instituțiile publice.
13. Contabilitatea de

gestiune. 14. Control intern și audit în domeniul cultural. 15. Proiectele de management. 16. Proiectul artistic. 17. Managementul producției. 18. Resurse financiare și costuri. 19. Planificare bugetară. 20. Strategia de costuri. 21. Surse de finanțare. 22. Fonduri publice. 23. Analiza economico-financiară în domeniul cultural. 24. Analiza cheltuielilor cu personal. 25. Analiza poziției financiare pe baza bilanțului. 26. Analiza echilibrului financiar în domeniul cultural.

LIMBA DE PREDARE: română

EVALUARE: verificare, examen

BIBLIOGRAFIE:

1. Bebeslea, M. (2009), *Gestiunea financiară a instituțiilor publice*, Editura Europolis.
2. Gyorgy, A., Tătu, L., Stoian, A. (2009), *Finanțele instituțiilor publice*, Editura Universitară, București.
3. Lăcătuș, V. D. (2008), *Gestiunea financiară a instituțiilor publice*, Editura Risoprint.
4. Macarie, F.C. (2013), *Managementul financiar și contabilitatea instituțiilor bugetare*, Editura Tritonic Books, București.
5. Moșteanu, T., Roman, C. (2012), *Finanțele instituțiilor publice*, Editura Economică, București.
6. Oprea F. (2013), *Managementul financiar al colectivităților locale*, Editura Tritonic Books, București.
7. Oprea, F. (2013), *Sisteme bugetare publice*, Editura Economică, București.
8. Roman, C., Tabără, V., Roman, A.G. (2007), *Control financiar și audit financiar public*, Editura Economică.
9. Bonet, L., & Schargorodsky, H. (2017), *Managementul teatrelor. Modele și strategii pentru organizații și instituții de spectacol* (e-book).
10. Marinova E. (2021), *Antreprenoriat și inovare în industriile culturale*, Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca.
11. Zecheru V., (2002), *Management în cultură*, Editura Litera Internațional, București.
12. Radu C. (2008), *Management cultural contemporan*, Editura Nemira, București.
13. Stokes D. (2002), *Managementul micilor afaceri*, Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca.

PARTENERIATE, MECENAT ȘI ATRAGERE DE FONDURI

NUMĂR CREDITE: 4-4

AN / SEMESTRU: an II , sem. I și II

NUMĂR ORE PE SĂPTĂMÂNĂ: 1 C, 1 L

NUMĂR DE SĂPTĂMÂNI: 26

TIPUL DISCIPLINEI: opțională, fundamentală

OBIECTIVE:

Familiarizarea studenților cu conceptele fundamentale de mecenat, sponsorizare și parteneriat cultural, în context istoric, european și global. Dezvoltarea unei perspective critice asupra evoluției mecenatului și a rolului său în susținerea culturii. Formarea competențelor de analiză și

aplicare a politicilor culturale, a instrumentelor legislative și fiscale destinate sprijinirii parteneriatelor public-private. Dobândirea abilităților de identificare și mobilizare a resurselor financiare și instituționale pentru proiecte culturale. Promovarea principiilor de etică și responsabilitate socială în atragerea de fonduri și susținerea artelor. Dezvoltarea capacităților practice de management, comunicare și branding cultural, necesare pentru implementarea proiectelor susținute prin mecenat.

CONȚINUT CURS:

Modul I – Introducere în conceptele de mecenat și parteneriat cultural: 1. Conceptul de mecenat: origini istorice și evoluție în context european; 2. Forme tradiționale și contemporane ale mecenatului în domeniul artelor; 3. Diferența între mecenat, sponsorizare și donație culturală; 4. Cadrul juridic și fiscal al mecenatului cultural în România și Uniunea Europeană. Modul II – Fundamente teoretice și modele de mecenat: 5. Mecenatul antic: de la Maecenas la curțile renaștiste; 6. Mecenatul regal și aristocratic în epoca modernă (sec. XVII–XIX); 7. Transformarea mecenatului în era industrială și apariția fundațiilor culturale; 8. Mecenatul corporativ: modele de implicare a companiilor în cultură. Modul III – Politici culturale și parteneriate public-private: 9. Relația dintre sectorul public și cel privat în susținerea culturii; 10. Modele europene de parteneriate public-private (PPP) în domeniul cultural; 11. Rolul statului în stimularea mecenatului și a filantropiei culturale; 12. Instrumente fiscale și legislative pentru sprijinirea parteneriatelor culturale. Modul IV – Instituții și actori ai mecenatului cultural: 13. Fundații, asociații și ONG-uri culturale: structuri, rol și impact social; 14. Muzee, teatre și universități ca beneficiari ai mecenatului; 15. Mecenatul individual versus mecenatul instituțional; 16. Rolul băncilor, companiilor energetice și IT în susținerea culturii. Modul V – Dimensiunea internațională a mecenatului și parteneriatelor culturale: 1. UNESCO și programele internaționale de finanțare culturală; 2. Parteneriate culturale transnaționale și diplomația culturală; 3. Mecenatul global: comparație între modelele american, european și asiatic; 4. Cazuri de succes: Louvre–Total, Guggenheim–BMW, Tate Modern–BP. Modul VI – Strategii, management și comunicare în mecenatul cultural: 5. Strategii de atragere a mecenilor și partenerilor culturali; 6. Branding cultural și marketingul sponsorizărilor artistice; 7. Etică și responsabilitate socială în mecenatul contemporan; 8. Managementul proiectelor culturale susținute prin mecenat. Modul VII – Cazuri de studiu și practici aplicate: 9. Mecenatul în România postcomunistă: evoluție, stagnare și perspective; 10. Proiecte culturale finanțate prin parteneriate (exemple: Festivalul Enescu, TIFF, Sibiu – Capitală Culturală Europeană); 11. Analiza impactului social și economic al mecenatului cultural; 12. Tendințe actuale și direcții viitoare în mecenat și parteneriate culturale.

LIMBA DE PREDARE: română

EVALUARE: verificare

BIBLIOGRAFIE:

1. Hutcheon, Linda, *Politica postmoderna*, traducere de Mircea Deac, Bucuresti, Editura Univers, 1997.
2. Lorenz, K., *Cele opt păcate capitale ale omenirii civilizate*, București, Editura Humanitas, 1996.
3. Grecu Gh., *Management comparat- Noțiuni teoretice. Grile de autoevaluare*, Editura ExPonto, Constanța, 2011.
4. Burdus E., *Management comparat internațional*, Editura Economică, 2006.
5. Ionescu Gh., *Dimensiunile culturale ale managementului*, Editura Economică.
6. Hofstede G. – *Managementul structurilor multiculturale* – Ed. Economică, București, 2006.
7. Nicolescu O., Pricop M., Plumb I., Vasilescu I., Verboncu I. – *Abordări moderne în managementul și economia organizației* – Ed. Economică, București, 2004.
8. Nicolescu O., Luminița Nicolescu – *Economia, firma și managementul bazate pe cunoștințe* – Ed. Economică, București, 2005.
9. Tudor Hobeau – *Management comparat* – Ed. Sitech, 2008; 8. Nicolescu O. – *Management comparat* – Ed. Economică, București, 2008.
10. Cristian Virgil Marinas – *Managementul comparat al resurselor umane* – Ed. Economică, 2010.
11. Ovidiu Nicolescu, Ghe. Ionescu – *Minidicționar de management- Managementul comparat internațional* – Ed. Pro Universitaria, 2011.
12. Eugen Burdus – *Management comparat internațional* – Ed. Pro Universitaria, 2012. 12. Paul Bocănetes- *Note de curs*, Editura Gaudeamus, 2012.
13. Ken Blanchard, Don Hutson, Ethan Willis – *Antreprenor la minut*.
14. Larry C Farrell – *Cum sa devii antreprenor. Dezvolta-ti propria afacere*.
15. Max Weber – *Etica protestanta si spiritul capitalismului*.
16. Richard Branson – *Afacerile, pentru oameni*.
17. Richard J Connors – Warren Buffett. *Despre afaceri*.
18. Robert T Kiyosaki, Sharon L Lechter – *Tata bogat, tata sarac*.
19. Thomas Pickety – *Capitalul in sec. XXI*.

ETICĂ ȘI INTEGRITATE ACADEMICĂ

NUMĂR CREDITE: 2

AN / SEMESTRU: an II , sem. II

NUMĂR ORE PE SĂPTĂMÂNĂ: 1 L

NUMĂR DE SĂPTĂMÂNI: 12

TIPUL DISCIPLINEI: obligatorie, complementară

OBIECTIVE:

Cunoașterea regulilor de etică și integritate academică privind cercetarea științifică, redactarea lucrărilor academice conform standardelor de etică. Cunoașterea și aplicarea metodelor specifice de cercetare în domeniul

academic. Formarea competențelor de documentare și elaborare a unei lucrări academice. Cunoașterea conceptelor de plagiat și autoplagiat. Formarea capacităților de utilizare a programelor informatice în elaborarea lucrărilor științifice și în protejarea împotriva tehnicilor neloiale. Dezvoltarea abilităților pentru identificarea și soluționarea problemelor cu implicații de natura etică (dileme) pentru elaborarea și implementarea codurilor de etică și integritate.

CONȚINUT:

1.Noțiuni generale privind etica, moralitatea și legea. Principiile eticii, valorile etice. 2.Etica și integritatea academică. Standarde de integritate. 3.Cercetarea științifică și deontologia academică. 4.Codul de etică și deontologia profesională – etica predării. Structuri instituționalizate privind etica și integritatea academică. 5.Principiile de valorile etice. 6.Plagiatul, autoplagiatul și contrafacerea – abateri grave de la normele de bună conduită în cercetarea științifică. 7.Dilemela etice în context academic. 8.Corupția și integritatea publică. 9.Metodologia cercetării științifice. 10.Redactarea unei lucrări academice. Identificarea plagiatului în lucrările cu caracter științific. 11.Legislație privind conduita și integritatea. 12.Drepturile de autor. Transparența, obiectivitatea și legalitatea. 13.Vulnerabilități și riscuri în respectarea și aplicarea proiectelor și normelor de etică și integrare academică.

LIMBA DE PREDARE: română

EVALUARE: verificare

BIBLIOGRAFIE:

1. Sandu A - *Etică și deontologie profesională*, Editura Lumen, Iași, 2012.
 2. Singer P – *Tratat de etică*, Editura Polirom, Iași, 2017.
 3. Stan E– *Profesorul între autoritate și putere*, Editura Teora, București, 1999.
 4. Șercan E- *Etica și integritate academică – curs universitar*, Editura Pro Universitatea, București, 2018.
 5. Ghigheci Cristinel - *Etica profesiilor juridice*, Editura Hamangiu, București, 2017.
 6. Macovei Ioan - *Tratat de drept al proprietății intelectuale*, Editura C.H.Beck, București, 2010.
 7. Spineanu Matei Octavia - *Proprietate intelectuală. Practica judiciară 2006-2007*, Editura Hamangiu.
- Legislație:

1. Legea nr. 1/2011 privind educația națională;
2. Legea nr. 8/1996 privind drepturile de autor și drepturile conexe;
3. Legea nr. 206/2004 privind buna conduită în cercetarea științifică, dezvoltarea tehnologică și inovare;
4. Legea nr.319/2003 privind statutul personalului de cercetare, dezvoltare;
5. Codul de etică și deontologie profesională;
6. Legea nr.161/2003 privind unele măsuri pentru asigurarea transparenței în exercitarea demnităților

publice, a funcțiilor publice și în mediul de afaceri, prevenirea și sancționarea corupției.

Bibliografia disertației
Ghid de redactare a disertației

STAGIU DE PRACTICĂ

NUMĂR CREDITE: 4

AN / SEMESTRU: an II , sem. I

NUMĂR ORE PE SĂPTĂMÂNĂ: 3P

NUMĂR DE SĂPTĂMÂNI: 14

TIPUL DISCIPLINEI: obligatorie, de specialitate

OBIECTIVE: Cunoașterea și înțelegerea adecvată a activității din centrul de practică; explicarea și interpretarea acțiunilor specifice în contexte bine definite; reflecția critică și constructivă în asimilarea normelor ce reglementează activitatea instituției de practică.

CONȚINUT: Culegerea și sistematizarea datelor importante privitoare la domeniul și specificul activității partenerului de practică. Detalierea misiunii, organizării, structurii programului instituției partenere. Studierea documentelor care întemeiază, reglementează și susțin activitatea instituției partenere. Studierea documentelor care întemeiază, reglementează și susțin activitatea instituției. Asistarea la activități specifice derulate de către tutore sau personalul instituției. Participarea la instructajul realizat de tutore privind exigențele și dificultățile practicării de către studenți a activităților specifice. Stabilirea împreună cu tutorele a tematicii de cercetare. Structurarea unei prezentări a Materialului de cercetare. Documentarea și esențializarea datelor pentru proiectul de practică profesională a studenților. Realizarea unui raport de sinteză a propriei activități în centrul de practică și susținerea lui în vederea evaluării de către tutore.

LIMBA DE PREDARE: română

EVALUARE: verificare

BIBLIOGRAFIE: Poate fi cerută/recomandată de tutorele de practică.

STAGIU DE ELABORARE A LUCRĂRII DE DISERTAȚIE

NUMAR CREDITE: 4

SEMESTRU: sem. II

NUMĂR ORE PE SĂPTĂMÂNĂ: 6P

NUMĂR DE SĂPTĂMÂNI: 2

TIPUL DISCIPLINEI: obligatorie, de sinteză

OBIECTIVELE CURSULUI: Stagiul presupune îndrumarea studenților în elaborarea disertației de către coordonator prin documentarea în biblioteci și consultarea bibliografiei de specialitate.

CONTINUT: Elaborarea și finalizarea lucrării conform planului stabilit, a Bibliografiei de specialitate și în conformitate cu normele de redactare a disertației.

LIMBA DE PREDARE: română

FORMA DE VERIFICARE: verificare

BIBLIOGRAFIE:

