## FIŞA DISCIPLINEI

**1. Date despre program**

|  |  |
| --- | --- |
| 1.1 Instituţia de învăţământ superior | Universitatea Babeş-Bolyai |
| 1.2 Facultatea | Facultatea de Litere |
| 1.3 Departamentul | Departamentul de literatură maghiară |
| 1.4 Domeniul de studii | Limbă și literatură |
| 1.5 Ciclul de studii | Licență |
| 1.6 Programul de studii/ Calificarea | Limbă și literatură maghiarș (MA / LCM) |

**2. Date despre disciplină**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 2.1 Denumirea disciplinei | | | **LLT5216 Marketing cultural (în limba maghiară)** | | | | | | | |
| 2.2 Titularul activităţilor de curs | | | | | | Conf. univ. dr. Bodó A. Ottó | | | | |
| 2.3 Titularul activităţilor de seminar | | | | | | Conf. univ. dr. Bodó A. Ottó | | | | |
| 2.4 Anul de studiu | 3 | 2.5 Semestrul | | 1 | 2.6 Tipul de evaluare | | C | 2.7 Regimul disciplinei | Conţinut | DS |
| Obligativitate | Opț. |

**3. Timpul total estimat** (ore pe semestru/activităţi didactice)

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 3.1 Număr de ore pe săptămână | | 3 | din care: 3.2 curs | 1 | 3.3 seminar | 2 |
| 3.4 Total ore din planul de învăţământ | | 42 | din care: 3.5 curs | 14 | 3.6 seminar | 28 |
| Distribuţia fondului de timp | | | | | |  |
| Studiul după manual, suport de curs, bibliografie şi notiţe | | | | | | 9 |
| Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate şi pe teren | | | | | | 10 |
| Pregătire seminarii/laboratoare/proiecte, teme, referate, portofolii şi eseuri | | | | | | 10 |
| Tutoriat | | | | | | 2 |
| Examinări | | | | | | 2 |
| Alte activităţi..................................... | | | | | |  |
| 3.7 Total ore studiu individual | 33 | |  | | | |
| 3.8 Total ore pe semestru | 75 | |  | | | |
| 3.9 Numărul de credite | 3 | |  | | | |

**4. Precondiţii** (acolo unde este cazul)

|  |  |
| --- | --- |
| 4.1 de curriculum |  |
| 4.2 de competenţe |  |

**5. Condiţii** (acolo unde este cazul)

|  |  |
| --- | --- |
| 5.1 de desfăşurare a cursului | Proiector, calculator, conexiune internet, Whiteboard + marker |
| 5.2 de desfăşurare a seminarului | Proiector, calculator, conexiune internet, Whiteboard + marker |

**6. Competenţe specifice acumulate**

|  |  |
| --- | --- |
| Competenţe profesionale | Comunicarea eficienta, scrisa si orala, în limba materna si româna/moderna  Prezentarea sintetica si analitica, estetica si culturala a fenomenului literar si a culturii populare materne |
| Competenţe transversale | Relationarea în echipa; comunicarea interpersonala si asumarea de roluri specifice.  Organizarea unui proiect individual de formare continua; îndeplinirea obiectivelor de formare prin activitati de informare, prin proiecte în echipa si prin participarea la programe institutionale de dezvoltare personala si profesionala |

**7. Obiectivele disciplinei** (conform grilei de competenţe specifice acumulate)

|  |  |
| --- | --- |
| 7.1 Obiectivul general al disciplinei | * 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 | * 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. Conţinuturi**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 8.1 Curs | Metode de predare | Observaţii |
| 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 | | |
| 8.2 Seminar |  | Observaţii |
| 1-2 Evaluarea cunostinetelor preliminare. Actantii  pietei culturale. | Mind-Mapping. Introducere.  Exercitii de grup. Concluzii |  |
| 3-4 Consumatorul cultural, consumatorul potential si  non-consumatorul. Piata libera. Tecnici de analiza a  situatiei. | Introducere. Exercitii de grup.  Concluzii |  |
| 5-6 Analiza SWOT.  Sistemul teatral repertorial din Romania. Pro si  contra institutional. Cultura organizationala | Introducere. Exercitii de grup.  Concluzii |  |
| 5-6 Analiza SWOT.  Sistemul teatral repertorial din Romania. Pro si  contra institutional. Cultura organizationala | Introducere. Exercitii de grup.  Concluzii |  |
| 9-10 Razboiul terminologiilor: marketing sau  management? Fundraising sau concurs de proiecte?  Finantator sau ordonator? Reclama sau PR? | Introducere. Exercitii de grup.  Concluzii |  |
| 11-12 Surse de finantare si posibilitati de concursuri  de proiecte. Elaborarea unui proiect. Elementele  strategiei marketing. | Introducere. Exercitii de grup.  Concluzii |  |
| 13-14 Elaborarea unei strategii proprii pentru un  eveniment ales.  Evaluare. | Introducere. Exercitii 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 | | |

**9. Coroborarea conţinuturilor disciplinei cu aşteptările reprezentanţilor comunităţilor epistemice, asociaţiilor profesionale şi angajatorilor 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 Şcolar Judeţean. |

**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,  capaciatate de sinteza | Colocviu | 70% |
|  |
|  |
|  |
| 10.5 Seminar | Activitate la seminar |  | 30% |
| 10.6 Standard minim de performanţă | | | |
| Prezenta obligatorie in proportie de 75 %  • Absentele motivate se compenseaza cu lucrari scrise  • Datorita activitatii specifice fata in fata depasirea limitei de absenta atrage dupa sine neindeplinirea conditiilor  disciplinei, ca atare si reluarea acestuia intr-un alt semestru  • Sanctiunea minima pentru plagiat si tentativa de inselaciune este excluderea din examen | | | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Data completării  06.04.2024. | Semnătura titularului de curs  image.tif | Semnătura titularului de seminar  image.tif |
| Data avizării în departament  9. 04. 2024 | Semnătura directorului de departament  alairas | |
| Data avizării la Decanat | Semnătura Prodecanului responsabil | Ştampila facultăţii |