

Nositelj predmeta	prof. dr. sc. Elena Rudan	
Naziv predmeta	Poduzetništvo u kulturi	
Studijski program	Diplomski sveučilišni studij "Menadžment u hotelijerstvu"	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3 ECTS-a
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Cilj predmeta je upoznati studente sa teorijskim spoznajama o poduzetništvu, kulturi, stvaranju kulturne ponude te poduzetništvu u kulturi s naglaskom na nove trendove ponude i potražnje na turističkom tržištu (kulturni turizam, kreativni turizam) te efikasnog poslovnog odlučivanja i koncepcije razvoja organizacija u kulturi. Osim toga u okviru kolegija studenti će se upoznati sa značenjem kulturnih i kreativnih industrija u suvremenim gospodarstvima te novim strateškim usmjerenjima organizacija u kulturi.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon odslušanog i položenog predmeta student će biti sposoban:

1. Povezati teorijske pojmove vezane uz poduzetništvo u kulturi, poslovanje organizacija u kulturi, zakonsku regulativu
2. Utvrditi ulogu kulturne i kreativne industrije u suvremenim gospodarstvima
3. Procijeniti sadašnje stanje te argumentirati strategije provođenja poslovnih politika u organizacijama kulture
4. Planirati nova strateška usmjerenja organizacija u kulturi
5. Utvrditi sinergijsko djelovanje kulture i turizma (novi trendovi u kulturnom turizmu)

1.4. Sadržaj predmeta

Uvodno predavanje. Teorijske determinante poduzetništva i kulture. Kulturne potrebe, kulturna politika i kulturni razvoj. Kulturne i kreativne industrije. Specifičnosti poduzetništva u organizacijama kulture. Oblici organiziranja kulturnih ustanova. Zakonska regulativa i poduzetništvo u kulturi i intelektualno vlasništvo. Poslovni proces i poduzetničke strategije. Planiranje i financiranje u organizacijama kulture. Poticaji poduzetništvu u kulturi RH i EU projekti u kulturi. Nova strateška usmjerenja organizacija u kulturi. Sinergija poduzetništva u kulturi i turizma. Selektivni oblici turizma i značenje poduzetništva u kulturi. Praktični primjeri iz poduzetništva u kulturi

1.5. Vrste izvođenja nastave	☒ predavanja	☒ samostalni zadaci
	☒ seminari i radionice	☐ multimedija i mreža
	☐ vježbe	☐ laboratorij
	☐ obrazovanje na dalji	☐ mentorski rad
	☒ terenska nastava	☐ ostalo

1.6. Komentari

1.7. Obveze studenata

Student mora prisustvovati nastavi, napisati i prezentirati seminarski rad, esej, polagati kolokvije i završni ispit te sudjelovati na terenskoj nastavi.

1.8. *Praćenje rada studenata*

Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad	0,3	Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej	0,2	Istraživanje	
Projekt		Kontinuirana provjera znanja	0,8	Referat		Praktični rad	0,2
Portfolio							

1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu

Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o studijima i studiranju na FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.

1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)

1. Dragičević Šešić, M. & Stojković, B. (2013). Kultura: menadžment, animacija, marketing. Zagreb: Kulturno informativni centar.
2. Hisrich, R.D., Peters, M.R. & Shepherd, D. (2011). Poduzetništvo. Zagreb: MATE
3. Dragojević, S. & Dragičević Šešić, M. (2008). Menadžment umjetnosti u turbulentnim vremenima. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk.
4. Rudan, E. Poduzetništvo u kulturi. (online)

1.11. *Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)*

1. Buble, M., Kružić, D. (2006). Poduzetništvo: realnost sadašnjosti i izazov budućnosti. Zagreb: RRIF.
2. Pavičić, J., Alfrević, N. (2006). Aleksić, Lj., Marketing i menadžment u kulturi i umjetnosti. Zagreb: Masmedia.
3. Bartoluci, M. (2013). Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva. Zagreb: Školska knjiga.
4. Tausi, R. (2012). Ekonomika kulture. Beograd: Clio.
5. Cetinski, V., Šugar, V., Perić, M. (2012). Menadžment institucija i destinacija kulture. Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.

1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu

Naslov	Broj primjeraka	Broj studenata
Dragičević Šešić, M. & Stojković, B. (2013). Kultura: menadžment, animacija, marketing. Zagreb: Kulturno informativni centar.	10	10
Hisrich, R.D., Peters, M.R. & Shepherd, D. (2011). Poduzetništvo. Zagreb: MATE	10	10
Dragojević, S. & Dragičević Šešić, M. (2008). Menadžment umjetnosti u turbulentnim vremenima. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk	5	10
Rudan, E. Poduzetništvo u kulturi. (online)		

1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.