



### Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	izv. prof. dr. sc. Elena Rudan	
Naziv predmeta	Poduzetništvo u kulturi	
Studijski program	Diplomski sveučilišni studij "Menadžment u turizmu"	
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 studente 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  
 seminari i radionice

- samostalni zadaci  
 multimedija i mreža



	<input type="checkbox"/> vježbe	<input type="checkbox"/> laboratorij					
	<input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji	<input type="checkbox"/> mentorski rad					
	<input checked="" type="checkbox"/> terenska nastava	<input type="checkbox"/> ostalo					
1.6. <i>Komentari</i>							
1.7. <i>Obveze studenata</i>							
Student mora prisustvovati nastavi, napisati i prezentirati seminarski rad, esej, polagati kolokvije i završni ispit te sudjelovati na terenskoj nastavi.							
1.8. <i>Praćenje<sup>1</sup> rada studenata</i>							
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. <i>Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu</i>							
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.							
1.10. <i>Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)</i>							
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. <i>Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)</i>							
1. Buble, M., Kružić, D. (2006). Poduzetništvo: realnost sadašnjosti i izazov budućnosti. Zagreb: RRIF.							
2. Pavičić, J., Alfirević, 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. <i>Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu</i>							
	<i>Naslov</i>			<i>Broj primjeraka</i>		<i>Broj studenata</i>	
	Dragičević Šešić, M. & Stojković, B. (2013). Kultura: menadžment, animacija, marketing. Zagreb: Kulturno informativni centar.			10			
	Hisrich, R.D., Peters, M.R. & Shepherd, D. (2011). Poduzetništvo. Zagreb: MATE			10			

<sup>1</sup> **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



Dragojević, S. & Dragičević Šešić, M. (2008). Menadžment umjetnosti u turbulentnim vremenima. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk	5	
Rudan, E. Poduzetništvo u kulturi. (online)		
<i>1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija</i>		
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.		