

Opće informacije		
Nositelj predmeta	Izv. prof. dr. sc. Elena Rudan	
Naziv predmeta	Poduzetništvo u kulturi	
Studijski program	Diplomski sveučilišni studij "Održivi razvoj turizma"	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1.	
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		
<i>1.1. Ciljevi predmeta</i>		
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.		
<i>1.2. Uvjeti za upis predmeta</i>		
Nema.		
<i>1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet</i>		
<p>Nakon odslušanog i položenog predmeta student će biti sposoban:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Objasniti teorijske pojmove vezane uz poduzetništvo u kulturi, poslovanje organizacija u kulturi, zakonsku regulativu 2. Objasniti kulturne i kreativne industrije u suvremenim gospodarstvima 3. Analizirati sadašnje stanje i predložiti te argumentirati strategije provođenja poslovnih politika u organizacijama kulture 4. Objasniti nova strateška usmjerenja organizacija u kulturi 5. Identificirati sinergijsko djelovanje kulture i turizma (novi trendovi u kulturnom turizmu) 		
<i>1.4. Sadržaj predmeta</i>		
Uvodno predavanje. Teorijske determinante poduzetništva i kulture. Kulturne potrebe, kulturna politika i kulturni razvoj. Specifičnosti poduzetništva u organizacijama kulture. Kulturne i kreativne industrije. 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.		
<i>1.5. Vrste izvođenja nastave</i>	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja <input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice <input type="checkbox"/> vježbe	<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci <input type="checkbox"/> multimedija i mreža <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>Praćenje¹ rada studenata</i>							
Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad	0,4	Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0,4	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>							
<ol style="list-style-type: none"> 1. Hisrich, R.D., Peters, M.R. & Shepherd, D. (2011). Poduzetništvo. Zagreb: MATE. 2. Dragičević Šešić, M. & Stojković, B. (2013). Kultura: menadžment, animacija, marketing. Zagreb: Kulturno informativni centar. 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>							
<ol style="list-style-type: none"> 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: Masmmedia. 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>	
Hisrich, R.D., Peters, M.R. & Shepherd, D. (2011). Poduzetništvo. Zagreb: MATE.					10		

¹ **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.

Dragičević Šešić, M. & Stojković, B. (2013). Kultura: menadžment, animacija, marketing. Zagreb: Kulturno informativni centar.

10