

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre	
Fakulta: Filozofická fakulta	
Kód predmetu: KKULT/PMII/15	Názov predmetu: Projektový manažment II.
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 5., 7.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: V priebehu semestra budú dve písomné previerky (35 + 35 bodov) a prezentácia skupinového projektu (30 bodov), na získanie hodnotenia A je potrebné získať najmenej 95 bodov, na získanie hodnotenia B najmenej 89 bodov, na hodnotenie C najmenej 83 bodov, na hodnotenie D najmenej 77 bodov a na hodnotenie E najmenej 70 bodov. Kredity sa neudelia študentovi, ktorý z niektorej písomnej previerky získa menej ako 20 bodov a ktorý neodovzdá povinné samostatné práce a projekt.	
Výsledky vzdelávania: Po absolvovaní predmetu si študent osvojí ekonomickú terminológiu z oblasti projektového manažmentu. Získa teoretické vedomosti, ktoré konfrontuje s prípadovými štúdiami kultúrnych projektov z praxe. Nadobudne praktické skúsenosti pri príprave vlastného projektu. U študenta sa rozvinú jeho analytické a prezentačné zručnosti a strategické myslenie. Aktivity počas prednášok sa budú zameriavať na rozvíjanie kreatívneho myslenia a inovatívneho prístupu k riešeniu problematických situácií.	
Stručná osnova predmetu: <ol style="list-style-type: none">1. Špecifiká manažmentu v kultúre, manažment kultúrnych inštitúcií (divadlo, múzeum, galéria, kultúrno-osvetové centrum a i.), manažérske činnosti a osobnosť manažéra v kultúre2. Špecifiká marketingu v kultúre, produkt a cena3. distribúcia a propagácia v kultúre4. význam kreatívneho prístupu v marketingu umenia a kultúrneho dedičstva, idea ako zdroj konkurencieschopnosti kultúrnych destinácií5. Spolupráca a partnerstvá v kultúre, packaging a programming6. Úvod do strategického marketingu, definovanie základných pojmov, strategické plánovanie7. swot analýza, tvorba strategických dokumentov8. analýza a komparácia vybraných strategických dokumentov z praxe9. financovanie projektov, fundraising10. analýza a komparácia vybraných kultúrnych projektov, tvorba návrhov na ich zlepšenie, zvýšenie ich efektivity a konkurencieschopnosti projektov a kultúrnych inštitúcií11. prezentácia študentských projektov, diskusia12. prezentácia študentských projektov, diskusia	

Odporúčaná literatúra:

DOLEŽAL, J. – MÁCHAL, P. – LACKO, B. a kol. Projektový management podľa IPMA. Praha 2009.

KESNER, L. Marketing a management muzeí a památok. Praha 2005.

Lidstone, G. – Uličianska, Z. Kultúrny manažment. Bratislava 2000

BARKER, S. – COLE, R. Projektový management pro praxi. Praha : Grada Publishing, a.s., 2009. 155 s. ISBN 978-80-247-2838-4.

LESÁKOVÁ a kol. Strategický marketing. Bratislava 2007.

TAYLO, J. Začínáme řídit projekty. Brno : Computer Press, 2007. 215 s. ISBN 978-80-251-1759-0.

JAKUBÍKOVÁ, D. Strategický marketing : strategické plánování, situační analýza a predikce vývoje, marketingové cíle a strategie, produktová, distribuční, cenová a komunikační politika a strategie. Praha 2008.

OGILVY, D. O reklame. Praha 2007. MIŽIČKOVÁ, Ľ. – ŠAJBIDOROVÁ, M. – Ubrežiová, I. Základy manažmentu. Nitra 2007.

KOTLER, P. Marketing management. Praha 2007.

MARIAŠ, M. – ČIMO, J.: Riadenie marketingových aktivít. Bratislava 2005.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Slovenský.

Poznámky:

Predmet sa poskytuje len v zimnom semestri.

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 0

ABS	N
0.0	0.0

Vyučujúci: Mgr. Veronika Kudlačáková, PhD., Mgr. Kristína Jakubovská,

Dátum poslednej zmeny: 24.03.2014

Schválil: doc. PhDr. Marwan Al-Absi, CSc., prof. PhDr. Peter Ženuch, DrSc.