

<b>Музеологија 2</b>				
<b>Студијски програм</b>		Језик, књижевност, култура		
<b>Изборно подручје (модул)</b>		заједнички		
<b>Врста и ниво студија</b>		основне академске		
<b>Назив предмета</b>		Музеологија 2		
<b>Број ЕСПБ</b>	6	<b>Статус предмета (обавезни/изборни)</b>	изборни	
<b>Услов</b>				
<b>Циљ предмета</b>	Упознавање са основним методама стратешког менаџмента и маркетинга. Подстицај развоју пројектног мишљења и деловања. Стицање знања и вештина везаних за ПР и маркетинг. Схватање потребе организационих промена у културном систему и успостављања програмског деловања заснованог на евалуацији. Развој критичког и аналитичког мишљења.			
<b>Исход предмета</b>	Овладавање знањима и вештинама неопходним у савременој култури. Студент ће моћи да направи стратешку анализу, дефинише контуре стратешког плана, обликује пројекат и за њега развије адекватну маркетиншку стратегију, те стратегију fundraising-а. Биће у стању да оцени потребу за пројектом, те да евалуира ефективност и ефикасност пројекта, као и успешности примене стратегија у развоју институције.			
<b>Садржај предмета</b>				
<b>Теоријска настава</b>	1. Стратешки менаџмент у музејима (стратешка анализа, анализа сценарија развоја, избор стратегија и benchmarking, израда стратешког плана, методи евалуације и анализе) 2: Пројектни менаџмент (концепција, планирање, реализација, контрола; евалуација и терминација музејских пројеката) 3: Менаџмент изложби и других пројеката музеја (политика излагања, анимациони пројекти, развојни пројекти, међународни пројекти - копродукције, транспорт, осигурање и други проблеми менаџмента изложби) 4: PR и Маркетинг музеја:(технике и форме PR делатности, развој унутрашњег и спољашњег имиџа музеја, методи истраживања и рада са различитим категоријама јавности и публиком, маркетинг - дефинисање концепта, развој сопствених прихода, облици музејског предузетништва, инструменти маркетинга у музејима, фандрејзинг и облици спонзорства (донаторска кампања и сл.), Маркетинг институције наспрам маркетинг пројеката (изложби и сл.).			
<b>Практична настава (вежбе, ДОН, студијски истраживачки рад)</b>	Практична настава обухватиће израду стратешких анализа музеја по избору, писање и презентацију пројеката, а посебно пројеката развоја публике, маркетиншких кампања као и планова за фандрејзинг. Такође, студенти ће посетити Народни музеј и у разговору са директором и шефом едукативног одељења, евалуирати домете рада са публиком.			
<b>Литература</b>				
	1	Milena Dragičević Šešić, Branimir Stojković, Kultura, menadžment, animacija, marketing, Clio, Beograd, 2007		
	2	М. Драгићевић Шешић и С. Драгојевић. Менаџмент уметности у турбулентним околностима, КЛИО, Београд, 2005.		
	3	Томислав Шола. Маркетинг у музејима, КЛИО, Београд, 2003.		
	4	Gerald Mat, Flac Tomas, Lederer Judita - Menadzment muzeja, CLIO, Beograd 2002.		
	5	Петер Рот, СПОНЗОРИСАЊЕ КУЛТУРЕ, Клио, Београд, 1995.		
	6	Muzeji i publika, zbornik, CLIO, Beograd, 2005.		
<b>Број часова активне наставе недељно током семестра/триместра/године</b>				
<b>Предавања</b>	<b>Вежбе</b>	<b>ДОН</b>	<b>Студијски истраживачки рад</b>	<b>Остали часови</b>
2	2			
<b>Методе извођења наставе</b>	Предавања, вежбе, симулационе игре, посете институцијама, дебате			
<b>Оцена знања (максимални број поена 100)</b>				
<b>Предиспитне обавезе</b>	<b>поена</b>	<b>Завршни испит</b>		<b>поена</b>
активност у току предавања	10	писмени испит		50
практична настава	20	усмени испит		20
колоквијуми				
семинари				