

Студијски програм: Културна политика и менаџмент
Назив предмета: Кустосирање и креативна пракса: уметност у јавном простору
Наставници: Ивана А. Вујић, ред. проф. Факултет драмских уметности, Светлана М. Волиц асистент, Факултета ликовних уметности
Статус предмета: Изборни
Број ЕСПБ: 5
Услов: Уписан други семестар овог или сличног мастер студијског програма за студенте у програму размене.
<p>Циљ предмета</p> <p>Овај курс има за циљ развој уметничких вештина студената и развој критичког и концептуалног мишљења. То се постиже методама које студента укључују у различите процесе, од анализа студија случаја које се односе на различите редитељске, дизајнерске и кустоске поступке у припреми и реализацији уметничког дела у јавном простору до практичних радионица. Курс ће посебно кроз практичне уметничке радионице упознати студенте са различитим техникама концептуализације, реализације и евалуације уметничког дела и кустосирања уметности у јавном простору у Србији и на међународном плану. Развој критичког мишљења студента подстиче се кроз дискусију и анализу и примену одабраних уметничких пракси, истраживањем различитих уметничких пракси у јавном простору, њихове концепције, реализације и евалуације (утврђујући домете кустосирања уметности како у Србији тако и у свету).</p>
<p>Исход предмета: Стицање способности за самостално истраживање пракси кустосирања као и креативне праксе. Студент ће догађај конципирати имајући у виду његове уметничке, економске, културне, политичке и педагошке аспекте и стећи ће одговарајућа знања о томе како интегрисати догађај-спектакл-изложбу-пеформанс-инсталацију у јавни простор (имајући у виду многобројне аспекте којима извођење догађаја учествује у грађењу културне и друштвене сфере). Студент треба да буде упознат са различитим уметничким праксама као и праксама кустосирања, њиховим статусом и функцијама у различитим срединама. Студент се оспособљава за самосталну израду концепта уметничког рада у јавном простору, његово планирање и реализацију, као и евалуацију и критичку анализу резултата.</p>
<p>Садржај предмета:</p> <p>Обухвата бројне области од представљања историје уметничких поетика са посебним освртом на остварење уметничког дела у јавном простору; испитивања односа авангарде, неоавангарде и постдрамског извођења у јавном простору; изучавања статуса, функције и значаја различитих кустоских пракси спектакла; те на крају изучавање односа између кустосирања спектакла и гледаоца. Смисао режије и кустосирања спектакла/светковине у јавном простору биће проблематизован кроз велики број историјских и савремених примера</p> <p>Теме које ће бити обрађене: 1. Уводно предавање; 2. Кустосирања фестивала у јавном простору; 3. Концептуализација и контекст светковине; 4. Феноменологија сценског дизајна; 5. Архитектура изложби и догађаја; 6-7. Дизајн ванпозоришног спектакла; 8-9. Уметничко обликовање спектакла <i>in-situ</i>; 10-11. Град као позорница – архитектоника спектакла; 12-13. Спектакл и идентитет- кустосирање и режија; 14. Процес естетске и културне медијације; 15. Евалуација културелних и уметничких резултата</p>
<p>Литература</p> <p>Janelle Reinelt, Shirin Rai, eds. (2014) <i>The Grammar of Politics and Performance</i>, London: Routledge</p> <p>Schechner R. (1988, 2003), <i>Performance Theory</i>, London: Routledge</p> <p>Eugenio Barba, (2010), <i>On Directing and Dramaturgy: Burning the House</i>, London: Routledge</p> <p>Getz, Dennis (2007) <i>Event Studies: Theory, research and Politics of Planed Events</i>. Oxford: Elsevier</p> <p>Quinn, Bernadette (2005) “Arts Festival and the City”, in <i>Urban Studies</i>, Vol. 42 No. 5-6, pp. 927-943.</p> <p>Waterman, Stanley. “Carnivals for Elites: The Cultural Politics of arts Festivals”, <i>Progress in Human Geography</i> 22 (1), pp. 55-74.</p> <p>Publ Hauptfleisch, Temple, Lev-Aladgem Shulamith, Jacqueline Martin, Willmar Sauter and Henri Schoenmakerset, eds. (2007). <i>Festivalising: Theatrical Events, Politics and Culture</i>. Amsterdam/New York, NY: Rodopi.</p> <p>Bachelard, G. (1994), <i>The poetics of space</i>, Beacon Press, Boston</p> <p>Carlson, M. Places of Performance (1993): <i>The Semiotics of Theatre Architecture</i>, Cornell University Press, New York.</p> <p>McAuley, G. (2000), <i>Space in Performance: Making Meaning in the Theatre</i>, University of Michigan Press</p> <p>Mackintosh, I. (2005), <i>Architecture, Actor and Audience (Theatre concepts)</i>, London: Routledge</p> <p>Kaprow. A. ed. (2003) <i>Essays on the Blurring of Art and Life</i>, University of California Press, Berkley, Los Angeles, London,</p>

Nick Kay, Nick (2000). <i>Specific Art: Performance Place and Documentation</i> , Routledge, London			
Kwon, Miwon (1997), <i>One Place after Another: Notes on Site Specificity</i> , The MIT Press, Cambridge			
Број часова активне наставе: 3	Теоријска настава: 2	Практична настава: 1	
Методe извођења наставе: Предавања, дискусије, презентације, студије случаја, истраживачки задаци. Студент ће у раду на овом предмету пролазити кроз различите аспекте анализе одређених историјских и савремених примера, као и кроз практичне радионице у којима ће се испитивати редитељски поступак и посао кустоса. Студент ће се кроз вежбе и самостални истраживачки рад упознати са свим аспектима режије, дизајна, архитектуре и кустосирања једног спектакла.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	40 поена	Завршни испит	60 поена
Присуство на часовима	10	Презентација/реализација студентског пројекта	60
Концепција пројекта	30		

Студијски програм: Културна политика и менаџмент			
Назив предмета: Менаџмент и продукција филма и медија			
Наставник: др Мартиноли А. Ана, ванр. проф. ФДУ, Митровић В. Јелена, доцент, ФДУ;			
Статус предмета: изборни			
Број ЕСПБ: 3			
Услов: Уписане мастер академске студије односно одговарајући семестар сличног студијског програма за студенте у програму размене			
Циљ предмета Циљ курса је мапирање глобалних медијских трендова и анализа еволуције електронских медија, са акцентом на филмску продукцију и позицију креативног продуцента као кључног учесника процеса производње филмског садржаја, од развијања почетне идеје до дистрибуције и пласмана готовог производа. Курс ће студентима пружити основна теоријска знања из области теорије медија и медијске продукције, истраживања медијске публике, као и конкретна, практична и савремена знања из области менаџмента филма, неопходна за разумевање различитих облика филмске продукције и њихове комуникације са публиком.			
Исход предмета Разумевање глобалних и локалних кретања у медијској и филмској индустрији; Уочавање потенцијала и слабости медијског-филмског тржишта из перспективе продукције и дистрибуције садржаја; Анализа квалитативних и квантитативних истраживања медијског-филмског тржишта и истраживања публике; Самостално осмишљавање и теоријска/практична разрада модела медијског-филмског пројекта кроз све његове етапе, од планирања продукције, преко финансирања до промоције и дистрибуције.			
Садржај предмета 1-2. Understanding New media, Theories of Digital Media (Baudrillard, Virilio, Manovich, Castells, Jenkins...), Networked Society, Web 2.0, Web 3.0, Media convergence; 3. Understanding (Digital) Media audience – Traditional & Digital audience research ;4. Digital media: new production and distribution models – Rise of streaming services, Transmedia storytelling, Scripted and Unscripted genres, VR, print/radio/TV for 21 st century; 5. Audience as a producer (prosumers), Crowdsourcing, Rise of personal media; 6. Virtual Identity, Second Self, Social Networks ; 7. Digital media audience: new habits and new expectations (binge watching, divided attention...); 8.Почетак продуцентског рада на филму, од идеје до прве руке сценарија. Структура сценарија. Тестирање интернационалног потенцијала идеје и приче, прављење стратегије. Уговори за сценарио и ауторска права. Платформе и фондови за развој пројеката и сценарија; 9. Израда продуцентског пакета. Буџет за развој пројекта. Пичинг; 10. Фаза финансирања пројекта: Буџетирање пројекта - Трошкови изнад и испод линије. Уговори са осталим члановима екипе. Извори финансирања. Финансијски план; 11. Никобуџетни филмови. Финансирање документарца; 12. Копродуције- финансијски и правни аспекти. Међународни фондови и апликације – Еуримегес, Креативна Европа-Медија Деск; 13. Дистрибуција и промоција: Како дистрибутерске куће функционишу и купују филмове. Основни термини у дистрибуцији и елементи потребни за дистрибуцију. Припрема дистрибутерског маркетиншког плана. Елементи за кампању-постер, трејлер, ПР материјали. Стратегије за промоцију и дистрибуцију; 14. Пласман филма, фестивали и фестивалска стратегија; 15. Волдд сале`с агенти и продаја филма-правни и финансијски аспекти.			
Литература Jenkins, Henry, 2008, <i>Convergence Culture: Where Old and New Media Collide</i> , NYU Press, New York, USA Couldry, Nick, 2010, <i>Media, Society, World: Social Theory and Digital Media Practice</i> , Polity Press, Oxford, UK Fidler, Roger, 1997, <i>Mediamorphosis – Understanding New Media</i> , Pine Forge Press, New York, USA Bolter, David & Grusin, Richard, 2000, <i>Remediation</i> , MIT Press, London, UK Hurt, Jacqueline, 2002, <i>Film Financing Strategy</i> , Seminar Grove, Eliot, 2004, <i>Raindance Producers' Lab Lo-To-No Budget Filmmaking</i> , Focal Press, Waltham, Massachusetts, USA Litwak, Mark, 2004, <i>Risky Business-Financing and Distributing Independent</i> , Hampstead Enterprises Ltd, London, UK			
Број часова	активне наставе 2	Теоријска настава: 2	Практична настава: /
Методе извођења наставе: Предавања, радионице, презентације гостујућих предавача из области филма и медија			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	30 поена	Завршни испит	70 поена
активност у току предавања	30	писмени испит	70
практична настава		усмени испит	

Студијски програм: Културна политика и менаџмент			
Назив предмета: Стручна пракса			
Наставник: др Љиљана Рогач Мијатовић, научни сарадник, Факултет драмских уметности			
Статус предмета: обавезни предмет			
Број ЕСПБ: 6			
Услов: Претходно положени испит из Стратегијског менаџмента у култури (из првог семестра).			
Циљ предмета: Циљ стручне праксе је да студенти практично примене стечена теоријска знања, провере стечене вештине комуникације, тимског рада, истраживања, презентације, али и да продубе увиде у практично поље културе у домаћим и међународним условима.			
Исход предмета: Очекује се да студент реализује или учествује у реализацији неког културног пројекта или активности, да стекне практично знање о раду у специфичној области или условима и да стекне професионалне контакте који ће бити одржавани кроз његов даљи професионални рад. Такође се очекује да студент искористи прилику за презентацију своје културне средине и њених домета у другој средини у којој се обавља стаж (уколико је стаж организован у другој земљи од земље порекла студента).			
Садржај предмета			
Садржај стручне праксе зависи од институције која организује праксу, тј. од области културе у којој се пракса реализује. Од студента се очекује укључење у специфичан пројекат институције и рад на одређеним задацима који могу бити у домену истраживања (прикупљање података за пројекат), администрације пројекта, координације пројектним активностима, односа са јавношћу, рада са публиком и посетиоцима, организације изложби, фестивала, културних догађаја и манифестација и слично.			
Стручна пракса представља практичан рад на терену и тако чини допуну теоријском образовању на овом студијском програму.			
Литература:			
Одабране библиографске јединице везане за предмет и теме обухваћене стручном праксом.			
Број часова активне наставе: 12		Теоријска настава: /	Практична настава: 12
Методe извођења наставе: Студент бира домен културе у којем ће обавити стручну праксу, а у договору са наставницима задуженим за организацију стручне праксе дефинише се институција или организација, као и конкретан задатак. Стручна пракса обухвата: истраживачки рад (анализа организације или рада на пројекту), организационо-практични рад студента, администрирање пројекта, евалуација ефеката деловања или резултата пројекта у чију је организацију студент био укључен. Студент је у обавези да напише извештај о обављеној стручној пракси који се оцењује, да би на основу тог и извештаја одговорног лица из институције која организује стаж, добио предвиђен број бодова и укупну оцену.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	50 поена	Завршни испит	50 поена
активност у току предавања		писмени испит	50
практична настава	50	усмени испит	

Студијски програм: Културна политика и менаџмент			
Назив предмета: Читање слике Балкана			
Наставник: др Даковић М. Невена, ред. проф. ФДУ, др Миловановић В. Александра, доцент ФДУ, др Ракочевић Ч. Селена, доцент ФМУ			
Статус предмета: Изборни			
Број ЕСПБ: 3			
Услов: Уписане мастер академске студије односно одговарајући семестар сличног студијског програма за студенте у програму размене			
Циљ предмета Циљ курса је да испита питања културе, друштва и историје Балкана кроз анализу текстова репрезентације – као скупа испреплетаних система кодова - усложњених свеобухватним деловањем контекста.			
Исход предмета По успешном завршетку наставе из предмета од студента се очекује да буде способан да дефинише кључне термине Студија културе Балкана, да дефинише репрезентацијске жанрове и стилове, да буде способан да учествује у критичким дебатама о култури Балкана, Студијама културе, културног идентитета и њихове посебности и зависности од историјских и идеолошких мена, да буде способан да анализира текст и евалуира теоријске премисе и да овлада техником писања научног есеја.			
Садржај предмета <i>Теоријска настава</i> Курс Читање слике Балкана бави се анализом репрезентацијских парадигми Балкана у уметности и медијима 20. века функционално одређених у односу на творбу и деконструкцију нације и национално-културног идентитета. Теме које се обрађују у оквиру предмета: 1-3. Национални и културни идентитет, 4. Балканска оперета и оперетски Балкан, 5. Сећање Балкана: транскултурално, трансмедијално и транстекстуелно, 6. Очеви и оци - репрезентација Балкана и балканских тема у литератури, 7-8. Покретне и друге слике: Балканизам на филму и у електронским медијима, 9. Немогућа фотографија 10. Екрани Балкана: Балкан од дигитекта до хипертекста, 11-12. Балканизација и Европеизација, 13. Балкански жанр као мета-жанр, 14-15. Представљање завршних радова и дебата.			
Литература 1. Bonker, K. Obreist J. and Grump S. (eds) (2016) <i>Television Behind Iron Curtain</i> , Cambridge Scholars Publishing 2. Даковић, Невена (2008) <i>Балкан као (филмски) жанр</i> . Београд: ФДУ 3. Goldsworthy, Vesna. (1998) <i>Inventing Ruritania: The Imperialism of the Imagination</i> . Yale UP 4. Todorova, Maria (1997). <i>Imagining the Balkans</i> . New York and Oxford: Oxford University Press./ (2010) <i>Dizanje prošlosti u vazduh</i> . Beograd: XX vek 5. Daković, Nevena. 2011. "Imagining Belgrade: The Cultural/Cinematic Identity of a City on European Fringes" in Katia Pizzi, Godela Weiss-Sussex (eds), <i>The Cultural Identities of European Cities</i> Oxford: Peter Lang, pp. 61-77 6. Bjelić, Dušan and Savić, Obrad (eds.) (2002). <i>Balkan as Metaphor: Between Globalisation and Fragmentation</i> . Cambridge Massachusetts: The MIT Press. 7. Jelača, Dijana (2016) <i>Dislocated Screen Memory: Narrating Trauma in Post-Yugoslav Cinema</i> . Palgrave: Macmillan			
Број часова активне наставе: 2		Теоријска настава: 2	
Практична настава: /			
Методe извођења наставе Предавања са вежбама- анализе текста, Писање семинарског рада;			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	30 поена	Завршни испит	70 поена
активност у току предавања	30	писмени испит	70
практична настава		усмени испит	-
колоквијум-и			
семинар-и			

Студијски програм: Културна политика и менаџмент			
Назив предмета: Европска култура - прошлост, садашњост и будућност			
Наставници: др Тодоровић А. Јелена, ред. проф. ФЛУ, др Шуица Ј. Никола, ред. проф. ФЛУ			
Статус предмета: Изборни			
Број ЕСПБ: 3			
Услов: Уписане мастер академске студије односно одговарајући семестар сличног студијског програма за студенте у програму размене			
Циљ предмета: 1) Да пружи целовит увид у европску културу – преглед кључних (прошких и садашњих) проблема и стратегија (научно–техничких, политичких, уметничких, филозофских, религијских и еколошких), њиховог решавања кроз историју, као и перспективе европске културе. Развија разумевање на основу целовитог увида, а не на основу парцијалних сегмената. 2) Да пружи важан контекст за друге предмете-курсе на овим студијама. 3) Да помогне студентима да сагледају своју будућност (професије и идентитете) у оквиру европских интеграција- као дугорочан однос.			
Исход предмета: 1) Поимање европске културе као културе која је прошла кроз неколико фаза (антика, средњи век, нови век, 20. в. и глобална заједница), у интеракцији са другим културама (Азије, Африке, јужне и северне Америке). 2) Увиђање да је култура срж европског пројекта и да су културни идентитет и средства комуникације основа паневропске заједнице и идентитета. 3) Поддршка јачању културних и академских веза, како између земаља региона, тако и између југоисточне Европе и Европе у ширем смислу. 4) Увиђање да интелигентно прихватање и критички став - како према локалном наслеђу тако и према глобалном друштву - могу бити права алтернатива културном затварању, трибализму, или фундаментализму.			
Садржај предмета <i>Теоријска настава</i> 1. Трагање за новим почетком - од Ное до екоцентрализма; 2. Религиозни ратови и толеранција међу религијама; 3. Романтизам и трансценденталисти; 4. Кома припада будућност (од футуризма до постмодерне); 5. Човек насупрот природи у контексту европске културе; 6. Европске идеје са глобалним импликацијама; 7. Обликовање европског идентитета; 8. Деконструкција евроцентрализма; 9. Наде и последице New Age периода; 10. Медији масовних комуникација и информатичко друштво; 11. Реч насупрот слици - конфликт и сарадња; 12. Тело и идентитет у европској уметности и култури; 13. Постмодерна држава и потрага за идентитетом; 14. Европска перспектива; 15. Крај историје, судар цивилизација и мултикултурализам.			
Литература 1. Jelena Todorovic, <i>The Realms of Eternal Present – the Hidden Legacy of Baroque Culture in Modern Literature</i> , Cambridge Scholars Publishing, Cambridge, 2017 2. Arrendt, Hannah (1951). <i>Origins of Totalitarianism</i> . New York 3. Ball, Hugo (1996). <i>Flight Out of Time: A Dada Diary</i> . University of California Press 4. Baudrillard, Jean (1981). <i>For a Critique of the Political Economy of the Sign</i> . St. Louis: Telos Press 5. Toffler, Alvin (1970). <i>The Future Shock</i> . New York: Bantam Books 6. Marcuse, Herbert (1962). <i>Eros and Civilization</i> . New York: Vintage			
Број часова активне наставе: 2		Теоријска настава: 2	Практична настава: /
Методe извођења наставе Наколико дана пре сваког предавања, студенти добијају (електронски) сажетак предавања са основном литературом и упућивањем на релевантне текстове у Читанци, како би уобличио контекст дате теме и релевантна питања. Након предавања могу да постављају питања и дискутују о појединим темама и садржајима наставе. Свако предавање је повезано са визуелним презентацијама.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе		30 поена	Завршни испит
активност у току предавања		10	писмени испит
практична настава		20	усмени испит
			70

Студијски програм: Културна политика и менаџмент			
Назив предмета: Културна политика и културна права			
Наставник: др Цветичанин М. Предраг, доцент Академија уметности у Нишу, др Филип Теје, (Teillet Philippe), ванр. проф. Институт за политичке науке, Гренобл, Француска (Institute des Etudes Politiques, Grenoble), др Моника Мокре, ред. проф. Вебстер Универзитет у Бечу, др Михаљинац С. Нина, асистент ФДУ			
Статус предмета: Обавезни			
Број ЕСПБ: 6			
Услов: Уписане мастер академске студије односно одговарајући семестар сличног студијског програма за студенте у програму размене			
Циљ предмета је да студентима пренесе неопходна знања и вештине за разумевање модела и инструмената културне политике, те да им омогући укључивање у културно-политичке дебате и процесе лобирања и заговарања (lobbying and advocacy), представи преглед опште законодавне регулативе која се тиче културе на европском нивоу, као и регулативе земаља југоисточне Европе, истовремено нудећи практичну анализу техника и инструмената, представи међусобни однос културне политике, права и економије, и да пружи знања у домену ауторских права, како међународне тако и домаће регулативе, неопходна у вођењу уметничких пројеката и менаџмента установа културе.			
Исход предмета: Након завршеног курса студенти ће стећи потребне вештине и способности за преузимање активне улоге у процесу доношења кључних одлука о културном развоју и дизајнирању културних политика на националном, регионалном и локалном нивоу јавних управа. За сваку област уметности студент ће упознати и одговарајуће моделе инструмената културних политика у Европи. Студент ће стећи знања о процесима културне политике, као делу јавне политике, кроз општу легислативу и појединачна законска акта релевантна за културни менаџмент. Студент ће, такође, стећи неопходна знања о заштити ауторских права и могућностима установа културе и уметника да кроз заштиту остваре додатне приходе.			
Садржај предмета <i>Теоријска настава</i> Предавања у оквиру курса Културне политике су интерактивна и организована у три конзистентне целине које изводе професори из Француске, Хрватске и Србије: Културне политике Европске уније, Културне политике на Балкану и Националне културне политике. Курс обухвата и радионице: како се пише <i>policy paper</i> и како се приоритети министарства културе изражавају кроз конкурсне приоритете и уговоре са институцијама културе и сл. Изазов за креаторе културне политике је како да усагласе заштиту позитивних карактеристика институција уметности и културе са креативним динамизмом и иновацијом у свим областим уметности и науке, као и како да примене ту врсту политике. Стога је важно да се сагледају изазови и потенцијали стварања законске регулативе која би помогла остваривању тих циљева. Кроз компаративну анализу ауторског права и проблема његове имплементације у земљама транзиционе економије обрађиваће се и аспекти везани за заштиту како ауторских, стваралачких, тако и извођачких малих права. 1. Кључни појмови културне политике; 2. Историја културних политика – од Грчке до Совјетског савеза; 3. Историја културних политика – културна политика Краљевине Југославија, СФРЈ и СРЈ; 4. Историја културних политика – Малроова културна политика у Француској; 5. Историја културних политика – Глазерова културна политика у Немачкој; 6. Нивои културне политике; 7. Модели културне политике; 8. Инструменти културне политике; 9. Законска регулатива везана за културну политику; 10. Однос културне политике и права; 11. Однос културне политике и економије; 12-13. Ауторска права; 14-15. Презентације студентских радова <i>Практична настава</i> Анализа инструмената културне политике на локалном и међународном нивоу.			
Литература 1. <i>Writing Effective Public Policy Papers – A guide for Policy Advisers in Central and Eastern Europe, Local Government and Public Service Reform initiative</i> , OSI, Budapest, 2000, http://lgi.osi.hu 2. Djukic Dojcinovic, Vesna (2002). <i>Cultural policy in Serbia</i> , activity report, research and policy papers, www.policy.hu/fellows/djukic 3. Mundy, Simon (2000). <i>Cultural Policy, A Short Guide</i> . Council of Europe 4. Bourdieu, Pierre (1979). <i>La distinction, critique sociale du jugement</i> , Paris: Minuit 5. d'Angelo, Mario e Vespérini, Paul (1998). <i>Politiques culturelles en Europe: une approche comparative</i> , Strasbourg, Editions du Conseil de l'Europe, Série Formation, sept. 1998			
Број часова активне наставе: 5		Теоријска настава: 2	
		Практична настава: 3	
Методе извођења наставе: предавања, вежбе, дискусије и евалуације међународних конвенција.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	30 поена	Завршни испит	70 поена
активност у току предавања	20	писмени испит	50
практична настава	10	усмени испит	20

Студијски програм: Културна политика и менаџмент			
Назив предмета: Лидерство и развој креативних тимова			
Наставници: др Ирена Ј. Ристић, ванр. проф. Факултет драмских уметности, др Драгићевић Шешић Д. Милена, ред. проф. Факултет драмских уметности, Универзитет уметности у Београду			
Статус предмета: Обавезни			
Број ЕСПБ: 4			
Услов: Уписане мастер академске студије односно одговарајући семестар сличног студијског програма за студенте у програму размене			
Циљ предмета: Стицање знања и вештина у домену вођења и развоја креативних тимова, и упознавање студената са научно-теоријским системом и савременим истраживањима креативности која се могу применити у установама културе и уметности.			
Исход предмета: Од студената се очекује да на крају курса буду способни за анализу релевантних теорија и истраживања, као и за примену стечених знања кроз студије случаја и професионално искуство у оквиру изабраних културалних пракси.			
Садржај предмета: Приказ и анализа кључних истраживања креативних тимова фокусираних на процес, мотивацију и развој способности. Разматрање принципа релационе и групне креативности, методолошких дилема и питања, са посебним освртом на следеће теме: 1-2. Нови лидерски модели: разумевање динамике и развоја људских ресурса у култури; 3-4. Појам креативног тима: услови настанка и анализа потенцијала. Савремена истраживања тимског рада и организационе креативности; 5-6. Формирање креативних тимова: анализа, планирање, селекција и обука; 7-8. Мотивациона основа креативног процеса и концепт мотивационе синергије. Истраживања ефеката интринзичких и екстринзичких фактора на дивергентну продукцију; 9-10. Структура и динамика креативних тимова: учење и напредовање (развијање уметничког талента); 11-12. Услови за развој иновације и нових модела. Контекстуална ограничења, препреке и проблеми. Ефекти групне климе; 13-14. Креирање заједничких вредности, и улога организационе културе у ширењу домета културне продукције: од креативног тима до креативног друштва. Тешкоће у изградњи плуралистичких модела и 15. Евалуација и технике мерења.			
Литература			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Argyris, C. & Schon, D. A. (1996). <i>Organization Learning II: Theory, Method and Practice</i>. MA: Addison-Wesley 2. Paulus, P. B. & Nijstad, B. A. (2003) <i>Group Creativity. Innovation Through Collaboration</i>. New York: Oxford University Press 3. Pynes, J. E. (2009) <i>Human resources management for public and nonprofit organizations. A strategic approach</i>, Third edition. San Francisco: Jossey-Bass 4. Coghlan, D. & Brannick, T. (2002). <i>Doing Action Research in Your Own Organisation</i>. Thousand Oaks, Ca: Sage 			
Број часова активне наставе: 2		Теоријска настава: 2	
Практична настава: /			
Методe извођења наставe			
Предавања, дискусије, радионице, семинари, демонстрације гостујућих експерата, истраживачки пројекти. Преовлађујући начин рада у оквиру часова чини дијалoшка метода, која подразумева активно учешће студената у разговорима о темама које су предмет преиспитивања. Интерактивност у раду на предмету постиже се и кроз учешће студената/студенткиња у радионицама и критичким приказима истраживања.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Да би приступили полагању испита, студенти треба да редовно похађају часове и активно учествују у настави, као и да припреме семинарски приказ у оквиру изабране теме. Оцена се изводи из бодовања студентовог ангажовања у оквиру наставе (учешће у предавањима, дискусијама и радионицама), семинарског приказа и процене постигнућа у оквиру завршног испитног истраживања.			
Предиспитне обавезе	40 поена	Завршни испит	60 поена
активност у току предавања	30	писмени испит	60
Редовно похађање наставе	10	усмени испит	

Студијски програм: Културна политика и менаџмент			
Назив предмета: Маркетинг у култури			
Наставник: др Мартиноли А. Ана, ванр.проф, ФДУ, др Варбанова Лидија, доцент, Десаутелс факултет менаџмента, Универзитет МекГил, Монтреал, Канада (Desautels Faculty of Management, McGill University, Montreal, Canada); др Доминик Саго-Дувору (Sagot-Duvaroux Dominique) ред. проф, Универзитет у Анжеу, Француска, (Université d'Angers); др Камиј Житан, ред. проф. Институт за комуникације, Универзитет Лумиер Лион 2 (Institut de la Communication, Université Lumière Lyon 2)			
Статус предмета: Обавезни			
Број ЕСПБ: 5			
Услов: Уписане мастер академске студије односно одговарајући семестар сличног студијског програма за студенте у програму размене			
Циљ предмета Циљеви предмета су да представи теоријске домете маркетинга у култури, те упозна студенте са могућностима примене знања, инструмената и техника маркетинга у установама културе, као и у реализацији уметничких пројеката и манифестација; овладавање стратегијама односа са јавношћу; разумевање међузависности програмско-маркетиншког деловања и значаја рада на развоју публике, као и међународном пласману уметничких дела и пројеката.			
Исход предмета Студенти ће стећи теоријска и практична знања у домену маркетинга и односа са јавношћу; знаће да израде маркетиншки план и план односа са јавношћу, као и да развију одговарајуће инструменте њихове реализације; знаће да конципирају корпоративни идентитет организације у култури; биће упућени у процес и кључне аспекте производње и примене промотивних материјала организације; знаће да направе план прикупљања средстава, спонзорски пакет, а упознаће и основне елементе правних уговора потребних у домену маркетинга			
Садржај предмета <i>Теоријска настава</i> Курс Маркетинг у култури пружа студентима теоријске и практичне аспекте везане за развијање маркетиншких планова, побољшања и обogaћивања политика развоја публике, и пружа увид у значај који односи са јавношћу имају за развијање партнерстава и двосмерну комуникацију између организације и средине у којој она функционише. Теме које се обрађују у оквиру предмета су: 1. Увод у маркетинг у култури, 2. Тржиште културе; 3. Истраживање и анализа тржишта (публика и непублика) 4. Стратегијски маркетинг у установама културе, 5. Функције маркетинга; 6. Идентитет установа културе (корпоративни идентитет); 7. Маркетинг микс у установама културе; 8. Маркетиншка кампања, оглашавање и медија план; 9. Масовни медији – радио, телевизија, интернет и нови медији у функцији промоције културних дешавања; 10. План прикупљања средстава и фандрејзинг стратегије (спонзорства и донације); 11. Друштвено одговорно пословање; 12. Односи са јавношћу; 13. Облици деловања и стратегије односа са јавношћу; 14-15. Презентације студентских радова.			
Литература 1. Colbert, Francois et al (2006). <i>Le marketing des arts et de la culture</i> (3e edition). Montreal, Canada: Gaetan Morin Editeur 2. Byrnes, William (2009). <i>Management and the Arts</i> . Burlingon, USA: Elsevier 3. Kotler, Philip and Scheff, Joanne (1997). <i>Standing Room Only: Strategies for Marketing the Performing Arts</i> . Boston, Massachusetts: Harvard Business School Press 4. Diggle, Keith (1994) <i>Arts Marketing</i> , Rhinegold Publishing Ltd, (<i>Marketing umetnosti</i> , srpsko izdanje, CLIO, Beograd) 5. <i>Privatization and Culture</i> (1998), Ed. by Peter B. Boorsman, Kluwer Academic Publishers, Dordrecht			
Број часова активне наставе: 3		Теоријска настава: 2	Практична настава: 1
Методе извођења наставе: Предавања, презентације, студија случаја			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе		40 поена	Завршни испит
активност у току предавања		10	писмени испит
практична настава			усмени испит
колоквијум-и			
семинар-и		30	
			60 поена
			60

5Студијски програм: Културна политика и менаџмент			
Назив предмета: Менаџмент интеркултуралних уметничких пројеката			
Наставник: др Томка З. Горан, доцент, Факултет за туризам и спорт, Едуконс Универзитет у Новом Саду, Марковић Н. Марина, ред. проф. ФДУ, др Александар Бркић, доцент, ЛАСАЛ Колеџ у Сингапуру (LASALLE College of the Arts, Singapore);			
Статус предмета: Обавезни			
Број ЕСПБ: 6			
Услов: Уписане мастер академске студије односно одговарајући семестар сличног студијског програма за студенте у програму размене.			
Циљ предмета је да омогући студентима да разумеју потребу и значај подстицања интеркултурних уметничких пројеката у мултикултурној средини и савременом европском контексту; да им да знања из пројектне методологије и управљања пројектима: од идеје и концептуализације, преко дизајна предлога пројекта, развијања тима и тимског рада, прављења буџета пројекта, фандрезинг активности, те инструмената за мониторинг и евалуацију. Циљ предмета је такође да омогући студентима да овладају и вештинама презентације, убеђивања, а посебно оним вештинама које су неопходне у интеркултурном дијалогу.			
Исход предмета: Овладавање знањима која студенте оспособљавају да самостално осмисле пројектну идеју (или је препознају), да знају различите методе развијања идеје, да конципирају пројекат са јасном методологијом реализације, напишу га и форматирају у облику акционог плана, раде на прикупљању средстава, по могућству реализују и евалуирају.			
Садржај предмета <i>Теоријска настава</i> Предмет се бави знањима и вештинама менаџмента интеркултурних уметничких пројеката, њиховом методологијом и методама које се могу применити у њиховој реализацији. Теме које се обрађују током курса: 1. Пројектна логика и пројектни менаџмент; 2. Интеркултурна медијација и комуникација; 3. Интеркултурни уметнички пројекти, анимациона делатност и community art пројекти; 4. Истраживање потреба и мотивација - проблематизација пројекта (циљне групе, циљеви пројекта); 5. Дефинисање идеје интеркултурног пројекта; 6. Развијање идеје пројекта, 7. Лидерство и пројектни тим; 8- 9. Програм и методологија пројекта – оперативни план; 10. Одрживост пројекта, буџет и финансијски план пројекта; 11. Основе fundraisinga (донације, спонзорства, партнерства); 12. евалуација пројеката; 13. Мониторинг пројекта 14. Анализа испитних предлога 15. Анализа семинарских радова. <i>Практична настава</i> Израда предлога пројекта; Успешно представљање пројекта - израда презентације			
Литература 1. Dragičević Šešić, Milena i Dragojević, Sanjin (2004). <i>Intercultural mediation in the Balkans</i> , Sarajevo: Library "The University Book" 2. Драгићевић Шешић, Милена и Стојковић, Бранимир (2007). <i>Култура: менаџмент, анимација, маркетинг</i> (шесто издање). Београд: Клио 3. Chong, Derreck (2007). <i>Intercultural Dialogue. Best Practices at Community Level Arts Management</i> . London: Routhledge, ec.europa.eu/dgs/education_culture/dialogue/catal_dial_en.pdf 4. Mollard, Claude (1994). <i>L'ingenierie culturelle</i> . Paris: Presses universitaires de France			
Број часова активне наставе: 5		Теоријска настава: 2	Практична настава: 3
Методе извођења наставе: Предавања, радионице, дебате, студије случаја			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе		40 поена	Завршни испит
активност у току предавања		20	писмени испит
практична настава		20	усмени испит
			60 поена
			40
			20

Студијски програм: Културна политика и менаџмент			
Назив предмета: Менаџмент културног наслеђа			
Наставник: др Милан Попадић, ванредни професор, Филозофски факултет, УБ			
Статус предмета: Изборни			
Број ЕСПБ: 5			
Услов: Уписан други семестар овог или сличног мастер студијског програма за студенте у програму размене.			
Циљ предмета је да студенти стекну знања потребна за примену инструмената и модела културног наслеђа, као и да развију методе менаџмента усмерене ка будућем развоју културног наслеђа. Истовремено, циљ курса је да упозна студенте са развојем маркетиншке свести, посматрањем и истраживањем посетилаца локалитета и споменика културног наслеђа као конзументата услуга, са посматрањем ситуације из њихове перспективе, као и да упозна студенте са прилагођавањем програма и пратећих услуга потребама и жељама посетилаца.			
Исход предмета Студенти ће стећи теоријска знања у овом домену везана за познавање инструмената културне политике на националном нивоу, али и на нивоу UNESCO-а, Савета Европе и Европске уније. Истовремено стећи ће практична знања и способности за активно учење, конципирање и реализовање пројеката у доменима менаџмента културног наслеђа, са специфичним акцентом на интерсекторску сарадњу, уз ефективно и ефикасно коришћења техника менаџмента.			
Садржај предмета <i>Теоријска настава</i> Курс треба да упозна полазнике са стратегијама менаџмента културног наслеђа и начинима његовог очувања, као и улогом музејског маркетинга и менаџмента, разјашњавајући и усклађујући потребе корисника са низом практичних активности. Помоћу теоријског и практичног искуства, студенти ће бити у прилици да предложе један од могућих праваца редефинисање музеја. Са друге стране акценат је на специфичностима културног наслеђа Балкана, те европских и националних програма за његову ревалоризацију и укључивање у савремени културни живот. Предмет критичке анализе и евалуације биће програми попут културних рута, ревитализације индустријске археологије, етно туризма, као и повезаности културног туризма и менаџмента културног наслеђа. Предмет упознаје студенте са улогом маркетинга и менаџмента у управљању културним наслеђем и музејима, разјашњавајући и усклађујући потребе корисника са низом практичних активности. Помоћу теоријског и практичног искуства, студенти ће бити у прилици да предложе један од могућих праваца редефинисања неког музеја кроз студије случаја. Теме укључују: 1-2. Културно наслеђе Балкана; 3. Стратегије заштите културне баштине; 4. Споменици и археолошки локалитети; 5-6. Менаџмент културне баштине; 7-8. Маркетинг културне баштине; 9-10. Менаџмент музеја; 11-12. Маркетинг музеја; 13. Планирање нових или ре-концептуализација постојећих локалитета; 14. Културни туризам и културно наслеђе; 15. Савремена уметност у функцији редефинисања културне баштине			
Литература 1. DCMS Great Britain (2007). <i>Heritage Protection for the 21st Century</i> . London: DCMS 2. Ђукић Дојчиновић, Весна (2005). <i>Културни туризам</i> . Београд: Клио 3. Glévarec, Hervé and Saez, Guy (2002). <i>Le patrimoine saisi par les associations</i> , Paris: La Documentation française 4. Howard, Peter (2003). <i>Heritage: management, interpretation, identity</i> . London: Continuum 5. Xavier, Greffe (1999). <i>La gestion du patrimoine culturel</i> . Paris: Presse Universitaire de France			
Број часова активне наставе: 3		Теоријска настава: 2	Практична настава: 1
Методe извођења наставе: Интерактивна: предавања, презентације, истраживачке студије, анализе студија случаја, дискусије.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе		30 поена	Завршни испит
активност у току предавања		30	писмени испит
			70 поена
			70

Студијски програм: Културна политика и менаџмент			
Назив предмета: Методологија научно-истраживачког рада			
Наставници: др Цвејић П. Слободан, ванр. проф, Филозофски факултет, Универзитет у Београду, др Љиљана Рогач Мијатовић, научни сарадник ФДУ, др Томка З. Горан, доцент, Факултет за спорт и туризам, Едуколс Универзитет у Новом Саду, др Михаљинац С. Нина, асистент ФДУ			
Статус предмета: Обавезан			
Број ЕСПБ: 5			
Услов: Уписан други семестар овог или сличног мастер студијског програма за студенте у програму размене.			
Циљ предмета Увођење студената у научно-истраживачки рад и упознавање са основним методама теоријских и емпиријских истраживања			
Исход предмета Студент би требало да савлада научни приступ истраживања феномена културе како у домену културне политике тако и менаџмента (истраживања публике, компаративна истраживања инструмената културних политика итд.); овладава вештинама дизајнирања научно-истраживачког пројекта, планирања рада на пројекту, креирању инструмената за истраживање (упитници и сл), спровођења истраживања (вештина интервјуисања). Студент треба да буде оспособљен за концептирање и реализовање мастер истраживачког пројекта и писање тезе као научног текста.			
Садржај предмета <i>Теоријска настава</i> Упознавање са научно-истраживачким приступом у култури, циљевима и задацима науке, смислу и употреби истраживања у културној политици и културном менаџменту. Садржајем су обухваћени и основни методи и истраживачке технике (анкете, интервјуи, посматрање студија случаја, итд.). 1. Фазе истраживања - Израда идејне скице истраживања (научног пројекта); 2. Теоријско-појмовно истраживање и његови методи; 3. Теоријски приступи (концепције) истраживању уметности; 4. Методи емпиријског истраживања – анкетирање, интервју, систематско посматрање; 5. Методи емпиријског истраживања - социо-културолошки експеримент, студија случаја (монографско истраживање), биографски метод, метод моделовања, статистички метод; 6. Методи емпиријског истраживања - узорковање - случајни, репрезентативни и квотни узорак; узорак за интервју, анкету, анализу садржаја, иконолошку анализу, систематско посматрање; 7. Обрада података и прикупљење грађе - методи обраде података (статистичка анализа, методи класификације, методи периодизације, методи графичког исказивања података; 8. Методи анализе и тумачења података - експлоративно-дескриптивни метод, компаративни метод, историјски компаративни метод (темпорализација и медијација), анализа и тумачење статистичких података; 9. Израда завршне истраживачке студије - начин исказивања резултата истраживања; 10-11. Технике прикупљања грађе; 12-13. Технике у обради грађе; 14. Технике структурирања грађе; 15. Структура и основни елементи научног рада <i>Практична настава</i>			
Литература 1. Berthier, N (1998). <i>Les techniques d'enquête, Méthode et exercices corrigés</i> , Paris: A. Colin, Coursus 2. Group of authors (2009). <i>Approaches to Social Research</i> , USA: Oxford University Press 3. Frey, L. R., Botan, C. H. & Kreps, G. L. (1992). <i>Interpreting Communication Research: a Case Study Approach</i> . USA: Prentice Hall 4. Kevassay, Sophie (2005). <i>Memoire de recherche</i> . Paris: Vuibert 5. Marshall, C. & G. B. Rossman (1989). <i>Designing Qualitative Research</i> , USA: Sage Publications Inc. 6. Bryman, Alan, 2012. <i>Social Research Methods</i> . Oxford: Oxford University Press. 7. Denzin, Norman, Lincoln, Yvonna, 2011. <i>The SAGE Handbook of Qualitative Research</i> , London: SAGE Publications. 8. Gary, Henry, 1990. <i>Practical Sampling</i> . London: SAGE publications.			
Број часова активне наставе: 5		Теоријска настава: 3	Практична настава: 2
Методе извођења наставе			
<ul style="list-style-type: none"> • теоријски део који се реализује кроз предавања и анализу истраживачких инструмената, • израда инструмената истраживања (упитник за истраживање публике), • анализа и евалуација постојећих истраживања и • истраживање студије случаја приликом студијског путовања у региону. 			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе		50 поена	Завршни испит
активност у току предавања		20	писмени испит
практична настава		10	усмени испит
колоквијум-и		20
			50 поена

Студијски програм: Културна политика и менаџмент			
Назив предмета: Политике фестивала извођачких уметности			
Наставници: др Драгићевић Шеших Д. Милена, ред. проф. ФДУ, др Меденица Т. Иван, ред. проф. ФДУ, др Силвија Јестровић, ред. проф. Универзитет у Ворику (University of Warwick), др Јовићевић Б. Александра, ред. проф. Ла Сапиенза Универзитет у Риму (Università degli Studi di Roma "La Sapienza")			
Статус предмета: Изборни			
Број ЕСПБ: 5			
Услов: Уписан други семестар овог или сличног мастер студијског програма за студенте у програму размене.			
Циљ предмета Упознавање студената са историјатом фестивала, њиховим статусом, функцијом и значајем у различитим контекстима. Развијање критичке мисли студената приликом усвајања и анализе одређених концепата спроведено кроз студије случаја. Уочавање различитих инструмената у конципирању, реализацији и евалуацији значајних фестивалских подухвата у земљи и иностранству.			
Исход предмета: Стицање способности за самостално конципирање фестивалског пројекта, његово планирање и реализацију, као и евалуацију и критичку анализу резултата.			
Садржај предмета <i>Теоријска настава</i> Курс је намењен проучавању експлозије фестивала у Европи и њихових уметничких, образовних, економских, културно-политичких аспеката. Полазна претпоставка јесте да у толиком броју фестивала немају сви јасну сврху, улогу и прецизно дефинисан идентитет и да су бројним случајевима осмишљени за потребе маркетинга и као формула за прикупљање средстава. Обрађују се следеће теме: 1. Пад модерног фестивала. Од елитистичке саморепрезентације до културне дипломатије; 2. Алтернативни и студентски фестивали током културне револуције '60-их и '70-их; 3. Модернизам и култура иновације. Развој рефлективне функције неких фестивала; 4. Експлозија фестивала након завршетка Хладног рата; 5. Сврха, функција, позиционирање и интеракција са садржајем; 6. Уметнички циљеви и рестриктивни фактори; 7. Интернационализација и интеркултурне разлике; 8. Политика престижа. Интеракција са индустријом туризма; 9. Финансирање и спонзорства; 10. Судар локалног и глобалног. Утицај друштва и развој публице; 11. Потрага за континуитетом. Менаџерске одлуке; 12. Фестивал и образована публика; 13. Утицај медија на културни капитал; 14. Фестивал као ко-продуцент. Појава "конзорцијума" фестивала. Стратегије трансформације; 15. Будућност фестивала у Европи.			
Литература 1. Goldberg, RoseLee (1993). <i>Performance Art. From futurism to the present</i> . London: Thames and Hudson 2. Klaić, Dragan (2002). <i>The Future of Festival Formulae</i> . A background paper for the symposium of the same title organized by the Holland Festival in June 2002. 3. Klaić, Dragan (2002). <i>Local interest</i> , derived from a speech given at the EFA 50 th anniv. Conference. International Arts Manager, Dec 2002/January 2003. 4. Lacombe, Robert (2004). <i>Le spectacle vivant en Europe, Modèles d'organisations et politiques de soutien</i> . Paris: La Documentation française 5. <i>European Festival Research Project</i> www.efa-aef.eu/en/activities/efrp			
Број часова активне наставе: 3		Теоријска настава: 2	Практична настава: 1
Методе извођења наставе: Предавања, дискусије, презентације, студије случаја, истраживачки задаци.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе		30 поена	Завршни испит
активност у току предавања		30	писмени испит
			70 поена
			70

Студијски програм: Културна политика и менаџмент				
Назив предмета: Стратегијски менаџмент у култури				
Наставници: др Драгићевић Шешић Д. Милена, ред. проф. ФДУ, др Лидија Варбанова, доцент, Десаутелс факултет менаџмента, Универзитет МекГил, Монтреал, Канада (Desautels Faculty of Management, McGill University, Montreal, Canada), др Михаљинац С.Нина, асистент ФДУ				
Статус предмета: Обавезни				
Број ЕСПБ: 6				
Услов: Уписане мастер академске студије односно одговарајући семестар сличног студијског програма за студенте у програму размене.				
Циљ предмета је да студенти стекну знања и вештине из области стратегијског менаџмента, организационог развоја, стратешког планирања, метода стратешке анализе и евалуације у култури, а посебно да развију свест о значају стратешког приступа у доношењу пословних одлука у установи културе те о потреби генерисања и имплементације специфичних стратегија у развоју културних организација. Посебан акценат стављен је на стратегијски менаџмент у турбулентним околностима у земљама у процесу транзиције.				
Исход предмета: Студенти развијају свест о неопходности стратегијског мишљења и стичу знања о могућим стратегијама које културна организација примењује у свом развоју, о њиховим карактеристикама и специфичностима. Знају да оцене успех неке стратегије и коригују је уколико је то потребно, да дефинишу визију, мисију и циљеве установе културе и методе остваривања. Умеју да позиционирају организацију у односу на окружење. Владају вештинама стратешке анализе и израде стратешког плана.				
Садржај предмета <i>Теоријска настава:</i> 1. Увод у стратегијски менаџмент, 2. Менаџмент као процес, природа и логика стратегијског менаџмента, 3. Функције менаџмента, 4. Садржина и процес стратегијског менаџмента, 5. Место и улога стратегије у систему пословног одлучивања, 6. Организациони развој и подизање капацитета уметничких организација, 7. Стратешка анализа, 8. Стратешки план и његова израда, 9. Филозофија организације, мисија, визија и стратешки циљеви, 10. Сценарија будућности и врсте стратегија, формулисање, имплементација и евалуација стратегије, употреба стратегијских ресурса 11. Програмирање, планирање и процес доношења одлука, 12. Управљање организацијама у култури – стратегије руковођења, 13. Организовање и организациони дизајн, 14. Мониторинг и контрола, 15. Евалуација стратешких планова уметничких и културних установа. <i>Практична настава:</i> На вежбама се обрађују конкретне студије случаја. Студенти активно учествују у анализирању, припремању и оцењивању одређених стратегијских алтернатива. Такође, студенти имају обавезу да ураде и презентују конкретно студију случаја изабране организације културе (међународне или домаће).				
Литература 1. Анђелић, Горан (2007). <i>Стратегијски менаџмент</i> , ФТН издаваштво, Нови Сад 2. Byrnes, William (2009). <i>Management and the Arts</i> . Burlington, USA: Elsevier 3. Chong, Derrick (2007). <i>Arts Management</i> . London: Routledge 4. Dragicevic Sestic, Milena and Dragojevic, Sanjin (2005). <i>Arts management in turbulent times: adaptable quality management</i> , Amsterdam: European Cultural Foundation, Boekmanstichtung 5. Hagoort, Giep (2003). <i>Art Management, Entrepreneurial style</i> . Utrecht: Eburon				
Број часова активне наставе: 5		Теоријска настава: 2	Практична настава: 3	
Методe извођења наставе: Предавања, посете институцијама културе, дебате, радионице				
Оцена знања (максимални број поена 100)				
Предиспитне обавезе		30 поена	Завршни испит	70 поена
активност у току предавања		10	писмени испит	70
практична настава		20	усмени испит	