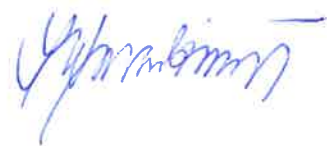


## MARKETING UMENIA

1. Vznik, vývoj a formy marketingu umenia. Význam a funkcia marketingu pre rozvoj kultúrnej organizácie.
2. Využitie marketingu na chápanie hodnoty, vytváranie komunikácie a poskytovanie hodnoty. Tvorba hodnotových proklamácií a budovanie hodnoty značky. Tvorba marketingového mixu a stratégia získavania pozície na trhu..
3. Získavanie, udržiavanie a kultivovanie zákazníkov. Tvorba a poskytovanie väčšej hodnoty zákazníkovi. Audience building.
4. Adaptácia na elektronický marketing a sociálne média. Ďalšie moderné trendy v marketingu.
5. Marketingové plánovanie, jeho význam, východiská marketingového plánovania a marketingový plán.
6. Marketingový výskum trhu, jeho potreba, úlohy a funkcie, klasifikácia výskumov a proces výskumu trhu. Metódy a techniky marketingového výskumu
7. Integrovaná marketingová komunikácia, nástroje komunikačnej politiky, osobný predaj a reklama. Práca s verejnosťou, jej úloha a nástroje PR. Podpora predaja, jej ciele, členenie a prostriedky podpory predaja, priamy marketing.
8. Situačná analýza a analýza SWOT, BCG matica analýzy produktu ako východisko tvorby marketingovej stratégie.
9. Trh, segmentácie trhu a cieľové skupiny - podstata a význam. Výber cieľového trhu a trhová pozícia, pyramída návštevnosti, získanie nových návštevníkov.
10. Princípy fundraisingu, typy zdrojov a analýza zdrojov fundraisingu. Kategorizácia donorov, donorské pyramídy.
11. Typy metód fundraisingu a jednotlivé nástroje. Cause related marketing a spoločenská zodpovednosť ako nástroj marketingu firiem - rozvoj a jednotlivé stupne CSR.



## **MANAŽMENT KULTÚRY A KULTÚRNA POLITIKA**

1. Inštitucionálne aspekty kultúrnej politiky na Slovensku so zameraním na divadlo od druhej polovice osemdesiatych rokov 20. storočia.
2. Systém kultúrnych operátorov na Slovensku a právne normy upravujúce ich fungovanie.
3. Modely kultúrnych politík v Európe v 90. rokoch 20. storočia a aktuálne spoločné témy a trendy v európskych štátoch.
4. Vplyv členstva SR v Európskej únii v rámci aktuálneho kultúrno-politického diskurzu.
5. Medzinárodná kultúrna spolupráca a kultúrna diplomacia.
6. Tvorba projektov kultúrnych/umeleckých podujatí a ich adaptácia na rôzne grantové schémy.
7. Aktuálne úlohy miest a regiónov pri revitalizácii kultúrneho života a zabezpečovaní dostupnosti kultúry.
8. Špecifiká divadelného manažmentu a kľúčové zručnosti manažéra.

