

A TANTÁRGY ADATLAPJA

Bevezetés a kulturális marketingbe 1

Egyetemi tanév 2026-2027

1. A képzési program adatai

1.1. Felsőoktatási intézmény	Babeş-Bolyai Tudományegyetem, Kolozsvár
1.2. Kar	Református Tanárképző és Zeneművészeti Kar
1.3. Intézet	Református Tanárképző és Zeneművészeti Intézet
1.4. Szakterület	Zene
1.5. Képzési szint	Mesterképzés
1.6. Tanulmányi program/ Képesítés	Zeneművészet a kortárs térben
1.7. Képzési forma	Nappali

2. A tantárgy adatai

2.1. A tantárgy neve	Bevezetés a kulturális marketingbe 1			A tantárgy kódja	TMM 1221
2.2. Az előadásért felelős tanár neve	Dr. Miklós Noémi – egyetemi adjunktus				
2.3. A szemináriumért felelős tanár neve	Dr. Miklós Noémi – egyetemi adjunktus				
2.4. Tanulmányi év	I	2.5. Félév	II	2.6. Értékelés módja	Vizsga
2.7. Tantárgy rendszere	Kötelező			2.8. Tantárgy típusa	Alaptárgy

3. Teljes becsült idő (az oktatási tevékenység féléves óraszám)

3.1. Heti óraszám	2	melyből: 3.2. előadás	1	3.3. szeminárium/labor/projekt	1
3.4. Tantervben szereplő összóraszám	28	melyből: 3.5. előadás	14	3.6 szeminárium/labor	14
3.5 Az egyéni tanulmányi idő (ET) és az önképzési tevékenységekre (ÖT) szánt idő elosztása:					óra
3.5.1. A tankönyv, a jegyzet, a szakirodalom vagy saját jegyzetek tanulmányozása (ET)					25
3.5.2. Könyvtárban, elektronikus adatbázisokban vagy terepen való további tájékozódás					25
3.5.3. Szemináriumok/ laborok, házi feladatok, portfóliók, referátumok, esszék kidolgozása (nagyobb vagy egyenlő a tantárgy naptárában az ellenőrzési feladatokra előírt összórással)					10
3.5.4. Egyéni készségfejlesztés (tutorálás)					10
3.5.5. Vizsgák					2
3.5.6. Más tevékenységek:					
3.7. Egyéni tanulmányi idő (ET) és önképzési tevékenységekre (ÖT) szánt idő összórássága					72
3.8. A félév összórássága					100
3.9. Kreditszám					4

4. Előfeltételek (ha vannak)

4.1. tantervi	-
4.2. kompetenciabeli	Az angol nyelv legalább középfokú ismerete feltétlenül szükséges. Az előző eseményszervezés terén szerzett tapasztalatok előnyt jelentenek. Nyitottság, befogadóképesség az új dolgok iránt.

5. Feltételek (ha vannak)

5.1. Az előadás lebonyolításának feltételei	Audiovizuális műszerekkel felszerelt előadóterem.
5.2. A szeminárium/ labor lebonyolításának feltételei	Legfrissebb kiadványokkal ellátott szakkönyvtár.

6.1. A tanulmányi program elvégzése során elsajátított kompetenciák (a tantervből kell átvenni)¹

Szakmai kompetenciák	
Kompetencia kódja	Kompetencia
CP1	Művészeti menedzsment- és impresszáriói tevékenységet végez
CP2	Művészeti turnékat koordinál
CP3	Adománygyűjtési tevékenységeket koordinál
CP4	Zenei eseményeket ütemez és programoz
CP7	Kontextusba helyezi a művészeti tevékenységet
CP8	Ösztönzi és támogatja a művészek művészi potenciáljának kibontakozását
CP14	Lépést tart az aktuális szakmai és művészeti trendekkel
Transzverzális kompetenciák	
Kompetencia kódja	Kompetencia
CT3	Ösztönzi a kreativitást a csapaton belül.

6.2. A tanulmányi programra jellemző képzési eredmények (a tantervből kell átvenni)²

A tantárgy által megcélzott tanulási eredmények		
Kompetencia kódja	Ismeret és megértés (Knowledge and understanding)	Specifikus tudományos készségek (Specific academic skills)
CP1	1. A hallgató/végzett hallgató ismeri a művészeti impresszáriói tevékenység jogi, gazdasági és szervezeti kereteit, valamint a kulturális menedzsment és a művészek népszerűsítésének alapelveit. Érti a kulturális piac működési mechanizmusait és a területre jellemző szerződéses viszonyokat.	1. A hallgató/végzett hallgató képes művészeti impresszáriói tevékenységeket tervezni, tárgyalni és koordinálni, ajánlatokat és szerződéseket kidolgozni, valamint kezelni a művészek, szervezők és intézményi partnerek közötti kapcsolatokat.
CP2	2. A hallgató/végzett hallgató ismeri a művészeti turnék koordinálásának szervezési, logisztikai és pénzügyi alapelveit, valamint a hazai és nemzetközi kulturális mobilitásra vonatkozó szerződéses kereteket és szabályozásokat.	2. A hallgató/végzett hallgató képes művészeti turnék útvonalának megtervezésére és koordinálására, a logisztikai feladatok – szállítás, szállás, felszerelés – kezelésére, a helyi partnerekkel való kommunikációra, valamint a turné keretében megvalósuló események hatékony lebonyolításának biztosítására.
CP3	3. A hallgató/végzett hallgató ismeri a kulturális forrásteremtés (fundraising) alapelveit, a köz- és magánfinanszírozási forrásokat, valamint a művészeti projektek finanszírozásához kapcsolódó jogi és etikai kereteket.	3. A hallgató/végzett hallgató képes forrásteremtési stratégiákat kidolgozni, pályázati és szponzorációs kérelmeket összeállítani, partnerségeket kialakítani, valamint a támogatókkal és finanszírozókkal fennálló kapcsolatokat kezelni.

¹ A tanulmányi program tantervéből át kell venni azokat a szakmai és/vagy transzverzális kompetenciákat, amelyek fejlesztéséhez az a tantárgy is hozzájárul, amelyhez az adott tantárgyi adatlap készült. Minden kompetencia esetében változatlan formában át kell venni a teljes kijelentést, beleértve a kompetencia kódját is, ahogyan a tantervben megjelenik. Amennyiben a két kategória közül valamelyikből nem vesznek át kompetenciákat, a táblázatban az adott kategóriának megfelelő sort törölni kell.

² Meg kell említeni a tanulmányi programra jellemző képzési eredményeket, amelyek fejlesztéséhez az a tantárgy is hozzájárul, amelyhez az adott tantárgyi adatlap készült. A tantárgy típusának (alaptárgy/szaktárgy/kiegészítő tárgy) megfelelő jellemzőket változatlan formában kell átvenni a tantervből, és a kapcsolódó kompetencia jobb oldalán kell feltüntetni.

CP4	4. A hallgató/végzett hallgató ismeri a zenei események programozásának művészeti, szervezési és menedzsmentelvéit. Érti a zenei program szerkezetét, logikáját és koherenciáját a célközönség és a kulturális kontextus függvényében.	4. A hallgató/végzett hallgató képes az adott művészeti kontextushoz és közönségtípushoz igazodó zenei eseményprogramokat kialakítani és strukturálni. Képes a repertoár kiválasztására, valamint az esemény menetének koherens és szakmailag megalapozott megszervezésére.
CP7	7. A hallgató/végzett hallgató ismeri saját művészeti területének releváns történeti, kulturális és esztétikai vonatkozásait, és érti a művészi alkotás, valamint annak társadalmi, kulturális és ideológiai kontextusa közötti kapcsolatot.	7. A hallgató/végzett hallgató képes a művészeti tevékenységet tágabb kulturális és interdiszciplináris összefüggésekben elemezni és értelmezni, érvekkel alátámasztott interpretációkat megfogalmazni, valamint az alkotást művészeti irányzatokhoz, stílusokhoz és esztétikai paradigmákhoz kapcsolni.
CP8	8. A hallgató/végzett hallgató ismeri az egyéni művészi fejlődés alapelveit, a motiváció elméleteit és a művészekkel való munkában alkalmazható pedagógiai módszereket. Érti a művészi képzés és kibontakozás folyamatának sajátosságait.	8. A hallgató/végzett hallgató képes felismerni a művészekben rejlő potenciált, konstruktív visszajelzést adni, valamint megfelelő stratégiákat alkalmazni a kreativitás és a művészi teljesítmény ösztönzésére.
CP14	14. A hallgató/végzett hallgató ismeri a zenei és művészeti terület aktuális trendjeit, valamint a szakirányához kapcsolódó releváns technológiai és koncepcionális fejlődési irányokat. Érti ezek előadói, pedagógiai vagy alkotói gyakorlatokra gyakorolt hatását.	14. A hallgató/végzett hallgató képes az új trendeket felismerni, elemezni és kritikusan integrálni művészeti vagy oktatási tevékenységébe, szakmai tevékenységét a kortárs kulturális környezet változásaihoz igazítva.
CT3	3. A hallgató/végzett hallgató ismeri a kreativitás elméleteit, a csoportos alkotói folyamatok dinamikáját, valamint az interdiszciplináris együttműködés alapelveit művészeti kontextusokban.	3. A hallgató/végzett hallgató képes az ötletek szabad kifejezését támogató légkör kialakítására, az ötletbörze és a művészeti együttműködés elősegítésére, valamint a csapattagok kreatív potenciáljának felismerésére és kibontakoztatására.

7. Tárgy-specifikus tanulási eredmények

Ismeret és megértés (Knowledge and understanding)
1. A hallgató ismeri a kulturális marketing alapfogalmait, elméleti háttérét és szerepét a kulturális szektorban, valamint annak kapcsolatát a kulturális intézmények és projektek sikerességével.
2. A hallgató rendelkezik tudással a kulturális közönség szegmentálásáról és elemzéséről, és képes a különböző célcsoportok igényeinek megfelelő marketingeszközök kiválasztására.
3. A hallgató ismeri a kulturális marketing legfontosabb kommunikációs és pozicionálási alapelveit, valamint a különféle kulturális termékek és események célzott promóciójának módszereit.
4. A hallgató átlátja a közönségkapcsolati stratégiák kialakításának elveit, valamint a márkaépítés és közönségépítés fontosságát a kulturális szektorban.
5. A hallgató tudást szerez a digitális marketing és közösségi média alkalmazásáról a kulturális tartalmak népszerűsítése, elérése és a közönség interakcióinak kezelésére.
6. A hallgató ismeri a kulturális marketing alapfogalmait, elméleti háttérét és szerepét a kulturális szektorban, valamint annak kapcsolatát a kulturális intézmények és projektek sikerességével.
7. A hallgató rendelkezik tudással a kulturális közönség szegmentálásáról és elemzéséről, és képes a különböző célcsoportok igényeinek megfelelő marketingeszközök kiválasztására.
Specifikus tudományos készségek (Specific academic skills)
1. A hallgató képes kulturális marketingstratégiák kidolgozására és a kulturális események, termékek vagy szolgáltatások célzott pozicionálására a megfelelő közönség számára.
2. A hallgató képes célzott közönségszegmentációra és a megfelelő marketingkommunikációs csatornák kiválasztására, a kulturális marketingkampányok hatékony megvalósítása érdekében.
3. A hallgató képes kreatív marketingtartalmak előállítására, beleértve vizuális és szöveges anyagok készítését, amelyek vonzóak és relevánsak a kulturális közönség számára.
4. A hallgató képes digitális marketing eszközök alkalmazására, például közösségi média kampányok indítására, e-mail marketingre, online reklámok kezelésére és kulturális tartalmak online népszerűsítésére.

5. A hallgató képes közönségkapcsolatok kialakítására és fenntartására, beleértve a kulturális márkák és intézmények számára a hosszú távú közönségköteleződés és márkahűség biztosítását.
6. A hallgató képes piaci és közönségre vonatkozó adatokat elemezni és értékelni, valamint a marketingstratégiai döntéseket a gyűjtött információk alapján meghozni.
7. A hallgató képes kulturális marketingstratégiák kidolgozására és a kulturális események, termékek vagy szolgáltatások célzott pozicionálására a megfelelő közönség számára.

8. A tantárgy tartalma

8.1 Előadás/Szeminárium	Didaktikai módszerek	Megjegyzések
1. Mi a marketing? Jelentés és eredet. Történelmi áttekintés	- Előadás - Nyitott beszélgetés - ppt. bemutató - Rövid filmek bemutatása a témát illetően	Paul Allen, Artist Management for the Music Business, Routledge Edition
2. A termelő és a fogyasztó közötti kapcsolat	- Előadás - Nyitott beszélgetés - ppt. bemutató - Rövid filmek bemutatása a témát illetően	Mihai Diaconescu, Marketing, Editura Universitară București
3. A kulturális piac (művészek, menedzserek, kérés, ajánlat, szolgáltatások, termékek, szegmentálás) 1	- Előadás - Nyitott beszélgetés - ppt. bemutató - Rövid filmek bemutatása a témát illetően	Mihai Diaconescu, Marketing, Editura Universitară București
3. A kulturális piac (művészek, menedzserek, kérés, ajánlat, szolgáltatások, termékek, szegmentálás) 2	- Előadás - Nyitott beszélgetés - ppt. bemutató - Rövid filmek bemutatása a témát illetően	Mihai Diaconescu, Marketing, Editura Universitară București
5. A kérés és az ajánlat közötti szerves kapcsolatról (minőség, mennyiség, fogyasztó)	- Előadás - Nyitott beszélgetés - ppt. bemutató - Rövid filmek bemutatása a témát illetően	Vágási Mária, Marketing – stratégia és menedzsment, Alinea kiadó
6. Egy marketing terv kialakítása (reklámozás, személyre szabás, image)	- Előadás - Nyitott beszélgetés - ppt. bemutató - Rövid filmek bemutatása a témát illetően	Vágási Mária, Marketing – stratégia és menedzsment, Alinea kiadó
7. Gyakorlatok végzése	- Nyitott beszélgetés - Rövid filmek bemutatása a témát illetően	
8. A Branding fogalma. Történelmi áttekintés (bejegyzett védjegy, személyes védjegy)	- Előadás - Nyitott beszélgetés - ppt. bemutató - Rövid filmek bemutatása a témát illetően	Vágási Mária, Marketing – stratégia és menedzsment, Alinea kiadó
8. Branding	- Előadás - Nyitott beszélgetés - ppt. bemutató - Rövid filmek bemutatása a témát illetően	Brown, Stephen: Brands and Branding, Sage Publications Ltd.
10. A személyes brand kialakításának lépései	- Előadás - Nyitott beszélgetés - ppt. bemutató - Rövid filmek bemutatása a témát illetően	Brown, Stephen: Brands and Branding, Sage Publications Ltd.
11. A művész mint brand és vállalkozás	- Előadás - Nyitott beszélgetés - ppt. bemutató	Brown, Stephen: Brands and Branding, Sage Publications Ltd.

	- Rövid filmek bemutatása a témát illetően	
12. A művész mint brand és vállalkozás	- Előadás - Nyitott beszélgetés - ppt. bemutató - Rövid filmek bemutatása a témát illetően	Giep Hagoort, Managementul artelor în stil antreprenorial, Editura Epigraf
13. Kreatív marketingtartalmak előállítása	- Nyitott beszélgetés - Rövid filmek bemutatása a témát illetően	
14. Ismétlés	- Előadás - Nyitott beszélgetés - ppt. bemutató - Rövid filmek bemutatása a témát illetően	
Bibliografie:		
Mihai Diaconescu, Marketing, Editura Universitară București		
Vágási Mária, Marketing – stratégia és menedzsment, Alinea kiadó		
Paul Allen, Artist Management for the Music Business, Routledge Edition		
Brown, Stephen, Brands and Branding, Sage Publications Ltd.		
Milena Dragicevici, Branimir Stojkovic, Cultura-Management, mediere, marketing		

9. Értékelés

Tevékenység típusa	9.1 Értékelési kritériumok ³	9.2 Értékelési módszerek ⁴	9.3 Aránya a végső jegyben
9.4 Előadás/ Szeminárium / Labor	A vizsgára való jelentkezés feltétele az előadások látogatása. A megjelölt anyag alapos ismerete. Pótolási lehetőség pótszesszióban.	Szóbeli vizsga: marketing terv bemutatása	70 %
	-	Részvétel a szemináriumokon, valamint a részdolgozatok elkészítése.	30 %
9.5 A teljesítmény minimumkövetelményei			
A marketing terv elkészítése és nyilvános bemutatása.			

10. SDG-ikonok (Fenntartható fejlődési célok/ Sustainable Development Goals)⁵

		A fenntartható fejlődés általános ikonja						
								
								

³ Az értékelési kritériumoknak közvetlenül tükrözniük kell a tanulmányi program és a tantárgy szintjén kitűzött képzési eredményeket. Pontosabban, a várható képzési eredményeknél felsorolt eredményeket értékeli.

⁴ Javasolt mind a végső kiértékelési módszerek, mind a folyamatos kiértékelési stratégia meghatározása.

⁵ Válasszon ki egyetlen olyan ikont, amely az *Egyetemi folyamatban történő alkalmazására vonatkozó eljárás* szerint legjobban illeszkedik az adott tantárgyhoz. Ha a tantárgy általánosságban foglalkozik a fenntartható fejlődéssel (pl. bemutatja/bevezeti a fenntartható fejlődés általános kereteit stb.), akkor a Fenntartható Fejlődés általános ikonja rendelhető hozzá. Ha egyetlen ikon sem vonatkozik a tantárgyra, válassza az utolsó opciót: „Nem alkalmazható”.

10 INEGALITĂȚI REDUSE 	11 ORĂȘE ȘI COMUNITĂȚI DURABILE 	12 CONSUM ȘI PRODUCȚIE RESPONSABILĂ 	13 ACȚIUNE CLIMATICĂ 	14 VIAȚĂ ACVATICĂ 	15 VIAȚĂ TERESTRĂ 	16 PACE, JUSTIȚIE ȘI INSTITUȚII EFICIENTE 	17 PARTENERIATE PENTRU REALIZAREA OBIECTIVELOR 	Nem alkalmaz- ható
								

Kitöltés időpontja:

2026.04.15

Az intézeti jóváhagyás dátuma:

2026.04.20.

Szeminárium felelőse:

Dr. Miklós Noémi

Intézetigazgató:

Dr. Péter István