

SILABUS KOLEGIJA

Akademska godina 2023./2024.

1. OPĆE INFORMACIJE O KOLEGIJU

1.1. Naziv kolegija	Kulturna baština kao gospodarski resurs								
1.2. Studijski program	Stručni prijediplomski studij Komunikacijski menadžment								
1.3. Kratica kolegija	KBGR	1.7. Godina studija	1.						
1.4. Šifra kolegija	PRM23216	1.8. Semestar	2. / ljetni						
1.5. Status kolegija	Izborni	1.9. ECTS	4						
1.6. Nastavno opterećenje	<table><thead><tr><th>Vrsta nastave</th><th>Ukupno sati</th></tr></thead><tbody><tr><td>Predavanja</td><td>15</td></tr><tr><td>Vježbe</td><td>15</td></tr></tbody></table>	Vrsta nastave	Ukupno sati	Predavanja	15	Vježbe	15	1.10. Mjesto i vrijeme održavanja nastave	Bernays – prema objavljenome rasporedu
Vrsta nastave	Ukupno sati								
Predavanja	15								
Vježbe	15								

2. NASTAVNO OSOBLJE

2.1. Nositelj	Romana Lekić	2.6. Suradnici na predmetu	Krešimir Starčević
2.2. Akademski stupanj	Doc. dr. sc.	2.7. Akademski stupanj	Dr.sc.
2.3. Zvanje	Docent, prof. struč. stud.	2.8. Zvanje	
2.4. Kontakt e-mail	romana.lekic@bernays.hr	2.9. Kontakt e-mail	kresimir.starcevic@bernays.hr
2.5. Konzultacije	Bernays – prema objavljenome rasporedu	2.10. Konzultacije	Bernays – prema objavljenome rasporedu

3. OPIS KOLEGIJA

3.1. Ciljevi kolegija	Cilj je Kolegija <i>Kulturna baština kao gospodarski resurs</i> . upoznati studente s poslovnim potencijalom kulturne baštine kao gospodarskim resursom. Kroz teorijsku analizu te kroz studije slučaja i iskustveno učenje studenti će spoznati osnovne značajke kulturne baštine te veliki poslovni potencijal kulturne baštine u turističkom gospodarstvu s naglaskom na korištenje kulturne baštine kroz upravljanje doživljajem u turizmu
3.2. Uvjeti za upis	Nema uvjeta za upis kolegija.

3.3. Ishodi učenja	<p>I1: Analizirati temeljne pojmove kreativne industrije, kulturne baštine, gospodarskih modela upravljanja i kulturnog turizma I2: Vrednovati ulogu izvornih dionika prilikom korištenja, marketinga i promocije tradicijske kulture i baštine u sektoru turizma I3: Osmisliti <i>poslovne modele korištenja tradicijske kulture i baštine u kreiranju doživljaja u turizmu</i> temeljenog uz korištenje metoda interpretacije i interaktivnosti u prezentaciji sadržaja I4: Izraditi poslovni plan interpretacijskog centra tradicijske kulture i baštine kao kulturno-turističke destinacije</p>													
3.4. Sadržaj kolegija	<p>1. Temeljni pojmovi kreativne industrije. Kružni pristup u kreativnoj industriji. Sektor baštine kao dio kreativne industrije. Podjela baštine: prirodna, kulturna, materijalna i nematerijalna, pokretna i nepokretna. Modeli korporativnog upravljanja. Prevladavajući modeli upravljanja organizacijama u kulturi. Neprofitne organizacije. Utjecaj modela upravljanja na rezultate organizacije. Pojam kulturnog turizma. Kulturni turisti. 2. Uloga izvornih dionika prilikom marketinga i promocije ali i zaštite tradicijske kulture i baštine u okviru njena korištenja u sektoru turizma. 3. Poslovni modeli korištenja tradicijske kulture i baštine. Kulturne manifestacije. Organizirano, institucionalno korištenje. Primjeri interpretacijskih centara iz Hrvatske i inozemstva kao modeli korištenja tradicijske kulture i baštine te kreiranja doživljaja u kulturnom turizmu. Očekivanja turista u odnosu na doživljaje u turizmu temeljenog na tradicijskoj kulturi i baštini. Važnost interpretacije, interaktivnosti i uključivanja turista/posjetitelja u kreiranju kulturnog proizvoda, doživljaja i atrakcije u turizmu temeljenog na tradicijskoj kulturi i baštini. 4. Osmišljavanje i izrada poslovnog plana interpretacijskog centra tradicijske kulture i baštine, uz prijedlog godišnjeg kulturnog programa, ponude suvenira i jelovnika u nacionalnom (etno) restoranu.</p>													
3.5. Vrste izvođenja nastave	x	Predavanja	x	Vježbe	x	Terenska nastava	Multimedija i mreža	Mentorski rad						
3.6. Vrste vježbi (ako su na kolegiju predviđene vježbe)	x	Seminari i radionice	x	Obrazovanje na daljinu	x	Samostalni zadaci	Laboratorij	Ostalo						
3.6. Vrste vježbi (ako su na kolegiju predviđene vježbe)	x	Auditorne vježbe	x	Metodičke vježbe		Vježbe u praktikumu	Laboratorijske vježbe	Eksperimentalne vježbe						
3.6. Vrste vježbi (ako su na kolegiju predviđene vježbe)	x	Terenske vježbe		Lektorske i govorne vježbe		Vježbe iz stranog jezika	Projektantske vježbe	Ostalo						
3.7. Jezik izvođenja	<p>Hrvatski jezik</p>													
3.8. Obveze studenata	<p>Pohađanje nastave, vježbi i terenske nastave, pisanje seminarskog rada (studija slučaja) i pisanje projekta uz usmenu prezentaciju projekta – analiza poslovnog potencijala kulturne baštine u Republici Hrvatskoj kroz poslovni model interpretacijskog centra tradicijske kulture i baštine</p>													
3.9. Praćenje rada studenata i ECTS bodovi	1	Pohađanje nastave		Aktivnost na nastavi		Pismeni ispit	Usmeni ispit	Kolokviji						
3.9. Praćenje rada studenata i ECTS bodovi		Seminarski rad	2	Projekt	1	Vježbe	Esej	Ostalo						
3.10. Ocjenjivanje studenta tijekom nastave i	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="371 1933 850 1977">Vrsta ocjene</th> <th data-bbox="850 1933 1125 1977">Bodovi</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="371 1977 850 2022">1. Pohađanje nastave aktivnost na nastavi</td> <td data-bbox="850 1977 1125 2022">10 (5+5)</td> </tr> <tr> <td data-bbox="371 2022 850 2067">2. Vježbe/terenska nastava</td> <td data-bbox="850 2022 1125 2067">30</td> </tr> </tbody> </table>								Vrsta ocjene	Bodovi	1. Pohađanje nastave aktivnost na nastavi	10 (5+5)	2. Vježbe/terenska nastava	30
Vrsta ocjene	Bodovi													
1. Pohađanje nastave aktivnost na nastavi	10 (5+5)													
2. Vježbe/terenska nastava	30													

završnog ispita	3. Izrada projekta	30
	4. Prezentacija projekta	30
	Ukupno bodova (nastava + završni ispit)	100

3.11. Obvezna literatura

1. Rašić Bakarić, I., Bačić, K., Božić Lj. (2015). *Projektna studija: Mapiranje kreativnih i kulturnih industrija u Republici Hrvatskoj*. Ekonomski institut, Zagreb.; samo odabrana **poglavlja 5. i 6.** <https://kreativneindustrije.me/wp-content/uploads/2019/07/09-Mapiranje-kreativnih-i-kulturnih-industrija-u-Republici-Hrvatskoj.pdf>
2. Gredičak, T. (2008). Kulturna baština u funkciji turizma. *Acta turistica nova, 2(2)*. Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, 205-234; <https://hrcak.srce.hr/clanak/67705>
3. ICOMOS - *Charter for the Interpretation and Presentation of Cultural Heritage Sites* (2018). Dostupno na: http://icip.icomos.org/downloads/ICOMOS_Interpretation_Charter_ENG_04_10_08.pdf;
4. Cerović, Z. (2000). *Animacija u turizmu*. Sveučilišta u Rijeci, Fakultet za hotelski i turistički menadžment. Opatija; samo odabrana **poglavlja 6. i 7.**; <https://repository.fthm.uniri.hr/en/islandora/object/fthm:2742>

3.12. Dopunska literatura

1. Marasović, T. (2001). *Kulturna baština, sv. I*. Veleučilište Split, Split
2. Hartley, J., Potts, J., Flew, T., Cunningham, S., Keane, M., Banks, J. (Eds.). (2013). *Key concepts in creative industries*. Sage Publishing, London, UK
3. Get, D. (2008). Event Tourism: Definition, evaluation and reasearch. *Tourism Management., 29(3)*. Elsevier, Amsterdam, Netherlands
4. Pavičić, J., Alfirević, N. i Aleksić, L. (2006). *Marketing i menadžment u kulturi i umjetnosti*. Udžbenici Sveučilišta u Splitu; Manualia Univesritatis studiorum Spalatensis. Split
5. Mrak, I. (2013). Kulturna dobra kao nositelji kulturnih i ekonomskih vrijednosti. *Vjesnik Državnog arhiva u Rijeci*. Rijeka, 53-54 Matečić, I. (2016). Specifičnosti procesa vrednovanja materijalne kulturne baštine u turizmu. *Acta turistica, 28(1)*, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Zagreb. 73-100

3.13. Način praćenja kvalitete

Opservacije i evaluacije nastave: studentska anketa