ŠTÁTNICOVÉ OTÁZKY
Teoretické okruhy z manažmentu

Bakalársky stupeň
Študijný plán divadelný manažment
2025/2026

PREDMETY:

1. KULTÚRNA POLITIKA A MARKETING UMENIA

- Tematický okruh: Kultúrna politika a manažment kultúry – s. 1
- Tematický okruh: Marketing umenia – s. 2

2. MANAŽMENT, EKONOMIKA PODNIKU A PRÁVO

- Tematický okruh: Manažment – s. 3
- Tematický okruh: Právo – s. 4
- Tematický okruh: Podnik a Podnikanie – s. 5

PREDMET: KULTÚRNA POLITIKA A MARKETING UMENIA

TEMATICKÝ OKRUH:
KULTÚRNA POLITIKA A MANAŽMENT KULTÚRY

1. **Inštitucionálny vývoj kultúrnej politiky na Slovensku**. Etapizácia zmien v kultúrnej politike po druhej svetovej vojne. Decentralizácia a deetatizácia kultúry od roku 1990. Nástroje kultúrnej politiky.

2. **Kultúrne a umelecké inštitúcie a organizácie na Slovensku.** Aktuálna sieť kultúrnych operátorov. Právne formy kultúrnych a umeleckých organizácií a ich špecifiká.Kultúrne organizácie z hľadiska ich zamerania a poskytovaných služieb.

3. **Financovanie kultúry.** Úlohy štátu a samosprávy pri financovaní kultúrnych a umeleckých organizácií. Zdroje financovania organizácií a projektov v oblasti umenia a kultúry. Viaczdrojové financovanie a udržateľnosť kultúrnych organizácií.

4. **Východiskové modely kultúrnych politík vybraných európskych štátov**. Vývoj kultúrnych politík po druhej svetovej vojne v európskom priestore. Vzťah manažmentu kultúry a kultúrnej politiky. Vplyv medzinárodných a medzivládnych organizácií na vývoj kultúrnych politík. Hlavné kultúrnopolitické témy a priority vo vybraných krajinách.

5. **Slovensko ako súčasť medzinárodných a medzivládnych organizácií.** Slovenská republika od roku 1993 a jej členstvo v UNESCO, Rade Európy, Európskej únii. Medzinárodné kultúrnopolitické dokumenty determinujúce smerovanie slovenskej kultúrnej politiky.

6. **Aktuálne témy a trendy v manažmente kultúrnych organizácií a kultúrnej politike.** Dostupnosť kultúrnych tovarov a služieb. Sociálna inklúzia a rozvoj publika. Postavenie umelcov a kultúrnych pracovníkov. Medzinárodná kultúrna spolupráca a mobility. Infraštruktúra kultúry a adaptácia nových priestorov pre umelecké a kultúrne aktivity. Viaczdrojové financovanie kultúry. Úloha miest a regiónov v podpore kultúry a kultúrnych komunít

7. **Projektový manažment.** Základné náležitosti projektu. Význam identifikácie cieľových skupín. Zámery a ciele projektu. Vzťah výstupov, výsledkov a dopadov projektu. Udržateľnosť projektu. Rozpočet projektu a viaczdrojové financovanie. Logická rámcová matica.

Vypracovala: Mgr. Zuzana Mrvová, PhD

PREDMET: KULTÚRNA POLITIKA A MARKETING UMENIA

TEMATICKÝ OKRUH:
MARKETING UMENIA

1. **Marketing umenia.** Historický vývoj marketingu. Vývoj a špecifiká marketingu umenia.

2. **Marketingové prostredie kultúrnych organizácií.** Mikroprostredie a makroprostredie. Priama a nepriama konkurencia. SWOT analýza.

3. **Segmentácia, voľba cieľového publika a stanovenie trhovej pozície.** Trhový segment. Základné kritéria trhovej segmentácie. Segmentácia publika podľa modelu Needscope. Marketingové persóny. Prístupy k targetingu – výberu cieľového publika. Prístupy k pozicioningu – stanoveniu trhovej pozície.

4. **Značka.** Vývoj značiek. Základné princípy manažmentu značky. Esencia značky. Archetypy.

5. **Marketingový mix.** Špecifiká marketingového mixu v umení a alternatívne koncepcie marketingového mixu.

6. **Produkt v marketingu umenia.** Model štyroch úrovní produktu. Manažment produktového mixu – BCG matica.

7. **Cena a distribúcia v marketingu umenia.** Strategické a taktické nástroje cenotvorby. Inovatívne formy distribúcie umenia.

8. **Marketingová komunikácia.** Úlohy marketingovej komunikácie. Modely marketingovej komunikácie – model AIDA a model See-Think-Do-Care. Nástroje marketingovej komunikácie a ich využitie v marketingu umenia: reklama, priamy predaj, podpora predaja, public relations a direct marketing.

9. **Aktuálne trendy v marketingovej komunikácie.** Marketing na sociálnych sieťach. Netradičné formy marketingovej komunikácie – guerilla marketing a teasing.

10. **Marketingové plánovanie.** Proces marketingového plánovania. Analýza marketingového prostredia. Štruktúra marketingového plánu.

Vypracoval: Matúš Benža, MA, ArtD.

PREDMET: MANAŽMENT, EKONOMIKA PODNIKU A PRÁVO

TEMATICKÝ OKRUH:
MANAŽMENT

1. **Manažment a manažér.** Podstata manažmentu, jeho vývoj. Úrovne a funkcie manažmentu. Úloha manažéra v kultúrnej organizácii a jeho manažérske roly (interpersonálne roly, informačné roly a rozhodovacie roly). Kompetenčný model manažéra. Rozdiely v manažmente z teritoriálneho pohľadu.

2. **Plánovanie ako východisková manažérska funkcia.** Úloha plánovania v organizácii. Plán a jeho základné zložky. Formulácia cieľov v kultúrnej organizácii, druhy cieľov a vzťahy medzi nimi. Kategórie plánov z časového hľadiska. Strategické plánovanie.

3. **Organizovanie ako manažérska funkcia a tvorba organizačných štruktúr.** Základné prvky organizovania. Vytváranie útvarov, rozpätie riadenia. Deľba právomocí, centralizácia a decentralizácia. Hlavné typy tradičných organizačných štruktúr a štruktúr s pružnými prvkami. Organizačné štruktúry v divadelnom prostredí.

4. **Rozhodovanie ako manažérska funkcia.** Manažérske rozhodovanie a jeho úloha v riadení organizácie z pohľadu základných funkcií manažmentu. Typy manažérskych rozhodnutí. Fázy rozhodovacieho procesu, metódy rozhodovania. Zdieľanie rozhodovania, individuálne a skupinové rozhodovanie.

5. **Vedenie ľudí ako manažérska funkcia.** Podstata vedenia ľudí a vodcovstva. Základné rozdiely medzi riadením a vedením, manažér vs. líder. Moc a zdroje moci manažéra. Prístup k vodcovstvu opierajúci sa o vlastnosti a charakteristiky vodcu, prístup zameraný na zručnosti, prístup zameraný na správanie vodcu, situačný prístup. Rozdiel medzi transakčným a transformačným vodcom. Nové koncepty vodcovstva.

6. **Riadenie ľudských zdrojov v kultúrnej organizácii.** Riadenie ľudských zdrojov v kultúrnych organizáciách a jeho ciele. Interné a externé faktory ovplyvňujúce riadenie ľudí, trh práce, zmeny v generáciách zamestnancov. Riadenie diverzity. Životný cyklus zamestnanca v organizácii. Trendy v riadení ľudských zdrojov.

Vypracovala: doc. Ing. Mgr. Zuzana Joniaková, PhD.

PREDMET: MANAŽMENT, EKONOMIKA PODNIKU A PRÁVO

TEMATICKÝ OKRUH:
PRÁVO

1. **Občiansky zákonník (Zákon č. 40/1964 Zb.).** Fyzické osoby ako účastníci občianskoprávnych vzťahov (§ 7 - § 10). Ochrana osobnosti (§ 11 - § 18). Vlastnícke právo (§ 123 – § 135c). Zmluva o dielo a jej využitie v divadelnej prevádzke (§ 631 – § 656).

2. **Zákonník práce (Zákon č. 311/2001 Z. z.).** Náležitosti pracovných zmlúv (§ 42 – § 46). Skončenie pracovného pomeru (§ 59 – § 73). Dohody o prácach vykonávaných mimo pracovný pomer a ich využitie v divadelnej prevádzke (§ 223 - § 228a).

3. **Autorský zákon (Zákon č. 185/2015 Z. z.).** Definícia autorského diela (§ 3 – § 5). Výhradné osobnostné a majetkové práva autora (§ 18 – § 32). Výnimky a obmedzenia majetkových práv (§ 34 – § 57). Licenčná zmluva a jej využitie v divadelnej prevádzke (§ 65 – § 81).

Vypracoval: prof. JUDr. Jiří Srstka

PREDMET: MANAŽMENT, EKONOMIKA PODNIKU A PRÁVO

TEMATICKÝ OKRUH:
PODNIK A PODNIKANIE

1. **Podnik a podnikanie.** Vymedzenie základných pojmov – podnikanie, podnikateľ a podnik. Okolie a ciele podniku. Riziko podnikania.

2. **Životný cyklus podniku.** Podstata a význam životného cyklu podniku. Fázy životného cyklu podniku – založenie a vznik, rast, stabilizácia, krízové riadenie, zrušenie a zánik podniku.

3. **Typológia podnikov.** Podstata, význam a kritériá klasifikácie podnikov. Charakteristika jednotlivých právnych foriem podnikov.

4. **Podnikový proces.** Charakteristika a činnosti podnikového procesu. Činnosť predaja produktov a tvorba ceny. Podstata a členenie produkčných faktorov podniku. Ľudské zdroje podniku ako podnikový produkčný faktor a charakteristika základných faktorov motivácie k práci.

5. **Majetok podniku.** Vymedzenie pojmu majetok podniku a jeho štruktúra. Zdroje krytia podnikového majetku. Neobežný majetok – štruktúra, oceňovanie, opotrebenie a odpisovanie. Obežný majetok – štruktúra.

6. **Hodnotová stránka podnikového procesu.** Náklady podniku - podstata, význam a klasifikácia nákladov podniku. Výnosy a výsledok hospodárenia podniku. Ukazovatele hodnotenia úrovne hospodárenia.

Vypracovali:
Ing. Katarína Grančičová, PhD.
doc. Ing. Mgr. Zuzana Joniaková, PhD.

Všetky okruhy overila Mgr. Katarína Figula, vedúca Katedry divadelného manažmentu