

Marija Završki

IZAZOVI I POTENCIJALI STUDIJSKOG PROGRAMA MENADŽMENT U KULTURI U OSIJEKU

Sažetak

Suvremeno doba obilježeno je sveopćom komodifikacijom znanja i kulture. Kultura i znanje danas se interpretiraju kao "proizvodi" na tržištu. Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku jedina je visokoobrazovna ustanova u Hrvatskoj sa studijskim programom inicijalno osmišljenim u cilju obrazovanja stručnjaka u širokom spektru djelatnosti kulturalnog menadžmenta u Slavoniji i Baranji. Naime, do pojave ovakvih studijskih programa na hrvatskim visokim učilištima, stjecanje znanja i vještina o upravljanju projektima i institucijama u kulturnom sektoru bilo je svedeno ili pod široko postavljen nazivnik - menadžment neprofitnih organizacija ili ograničeno obrazovanjem za zanimanje u eksplicitno definiranom području kulturne industrije - kazališnoj i filmskoj produkciji. Menadžment u kulturi na osječkom sveučilištu u znanstveni diskurs uvodi jedinstvenu metodologiju istraživanja - preddiplomski i diplomski studiji ovdje su strategizirani kao kros-klasteri interdiciplinarnih područja znanja. Studenti tako slušaju kolegije iz kulturalnih studija, antropologije, sociologije, multimedije i umjetnosti, ali i menadžmenta, ekonomike kulture i odnosa s javnošću. Nadalje, studijski program putem volontiranja studente potiče na stjecanje praktičnog iskustva. Analizom strategije studijskog programa detektirani su čimbenici koji utječu na izvedbeni smjer i percepciju ovog studija u svojem okruženju.

Ključne riječi : kultura, menadžment, strategija, visoko obrazovanje, Osijek

Uvod

Suvremeno je neoliberalno i globalizacijsko doba obilježeno neprestanom komodifikacijom znanja. Obrazovne politike specifičnim mehanizmima redefiniraju i reinterpretiraju koncept znanja i obrazovanja na visokoobrazovnim intitucijama diljem Europe i Sjedinjenih Američkih Država. Na razini sustava visokog obrazovanja, sveučilišta i veleučilišta dolazi do turbulentnih zahvata i preinaka u koceptu humboldtovskog poimanja sveučilišnog habitusa. Stjecanje i primjena znanja, kao ekonomskog resursa , *modus* su *operandi* kojim školovana osoba postaje jedan od konkurenata u društveno zajednici sukladno tržišnim uvjetima. Oni su uređeni u cilju stalne potražnje za novim znanjima i novim radnicima u skladu s neprestanim generiranjem inovativnih i hibridnih zanimanja i poslova. Ti visoko obrazovani stručnjaci svojim radom mijenjaju unutarnju logiku određenog segmenta tržišta i zapošljivosti. Drugim riječima, ukoliko se znanjem može upravljati menadžerskim i marketinškim alatima i time mu dodavati vrijednost ono, za potrebe tržišta, proživljava ciklus „neprestanog izmišljanja“. Kultura u posvemašnjoj „ekonomiji znanja“ i (post)demokračičnom dobu proživljava

sveobuhvatnu renesansu u razvojnog konktestu kulturnih i kreativnih industrija. Kulturne ustanove više nisu podložne državnoj subvenciji, već različitim izvorima finacniranja. Kulturni se resurs (izložba, predstava, kulturni događaj) u globaliziranom kapitalističkom društvu interpretira kao "proizvod", a proizvodnja je označitelj kulturnih i kreativnih industrija. Taj „proizvod“ moraju znati oblikovati i tržištu ponuditi obrazovani stručnjaci – menadžeri u kulturi.

Metodologija

Uvidom u Strategiju Odjela za kulturologiju u Osijeku izrađenu i dostupnu na mrežnim stranicama za razdoblje od 2013. do 2018. godine te skicom šireg društveno-kulturnog konteksta regije, u kojoj se program provodi, detektirani su vanjski i unutarnji čimbenici koji utječu na oblikovanje izvedbe i smjera studija te njegove buduće obrazovne perspektive. U skladu s tim, kritički je analizirana postojeća SWOT matrica studijskog programa modula Menadžment u kulturi Odjela za kulturologiju gdje su navedeni ključni čimbenici programa te potencijalne okolnosti koje bi mogle utjecati na ispunjavanje misije i vizije ovog studijskog programa.

Obrazovni model menadžmenta u kulturi u postjugoslavenskim zemljama

Govor o rastućoj potrebi za upravljačkim stručnjacima u kulturnom i kreativnom sektoru postavlja se u širi kontekst dinamičnog razvoja kulturnih i kreativnih industrija u Europi i svijetu. Te su industrije u zapadnim zemljama Europske unije (Velika Britanija, Nizozemska, Njemačka i dr.) pogon koji zapošljava oko sedam milijuna kulturnih djelatnika (Bačić, Božić, Rašić Bakarić, 2015, str. 3). S druge strane, na jugoistoku Europe te se industrije u posljednjem desetljeću ubrzano pokušavaju ustanoviti i sistematizirati. Kreativnu snagu i zamah razvoju kulturnih i kreativnih industrija industrija daje sveopća „demokratizacija kulture“ u kojoj sudjeluju pripadnici tzv. kreativne klase (Florida, 1995). Ekonomske snage i potencijal koji kulturne industrije imaju postižu *spill-over* efekt i na razvojni smjer nove i kreativne ekonomije, turizam općenito, gospodarstvo pa i (eko-kulturni turizam) poljoprivredu, a ponajviše na urbanistički razvoj. Ubrzani razvoj kulturnih i kreativnih industrija stvara potrebu za novim znanjima i vještinama koje je moguće usvojiti obrazovanjem za to zanimanje.

Premda se na pojedinim sveučilištima zapadne Europe i anglosaksonskom kulturnom prostoru upravljanje kulturnim institucijama, ustanovama i projektima podučava više od pola stoljeća, političko-društveno uređenje zemljama bivše Jugoslavije nije bilo „plodno tlo“ za pokretanje i implementaciju takvog „obrazovnog eksperimenta“. Pretvorbom i tranzicijom tržišnog i obrazovnog modela i upravljačka znanja i vještine u različitim segmentima kulturnih djelatnosti postale su dio znanja podobnog za implementaciju u sveučilišne programe. U zemljama bivše Jugoslavije studijski programi produkcije često su sadržavali kolegije komplementarne onima na studijima menadžmenta u kulturi. Na Fakultetu dramskih umjetnosti u Beogradu od 1961. godine podučava se organizacija i produkcija u kulturi, a od 2004./2005. postojeći je Odsjek za kazalište i radio preimenovan u Odsjek za menadžment i produkciju u kazalištu, radiju i kulturu („Department of Management and Production of Theater, Radio and Culture“, preuzeto s www.fdu.edu.rs/). Na Fakultetu za kulturu i medije u Beogradu kandidati biraju između tri smjera,

a među njima je Menadžment u kulturi i medijima. Nastavni plan i program studija može se sažeti u dijelu misije, a to je ...“ *pružanje kvalitetnog obrazovanja na području kulture, medija, novinarstva i odnosa s javnošću*“ („MISIJA FAKULTETA“, PREUZETO S [HTTP://FKM.MEGATREND.EDU.RS/MISIJA-FAKULTETA/](http://FKM.MEGATREND.EDU.RS/MISIJA-FAKULTETA/))“. U Bosni i Hercegovini znanja iz menadžmenta podučavaju se na Odsjeku za produkciju na Akademiji scenskih umjetnosti u Sarajevu (Akademija scenskih umjetnosti, 2016).

Na slovenskim sveučilištima ne postoje zasebni studijski programi menadžmenta u kulturi. Studijski program Menadžmenta u kulturi i umjetnosti u Hrvatskoj osnovan je 2003. godine na Veleučilištu Baltazar u Zaprešiću (Veleučilište Baltazar u Zaprešiću, preuzeto s <https://www.bak.hr/>). Integrirani diplomski studij Menadžmenta i produkcije u kulturi od 2016. godine nudi i Poslovna škola u Zagrebu, a svrha mu je ...“*profilirati obrazovane i kompetentne profesionalne menadžere i producente za rad u području kulture i umjetnosti u Hrvatskoj*“ („Preddiplomski stručni studij Menadžment i produkcija u kulturi“, preuzeto s <http://www.vpsz.hr/>). U Rijeci je na Filozofskom fakultetu 2004. godine otvoren Odsjek za kulturne studije gdje studenti, među ostalim, slušaju kolegije iz područja menadžmenta i marketinga u kulturi te Odnosa s javnošću u polju kulturnih djelatnosti („Odsjek za kulturne studije“, preuzeto s <http://cultstud.ffri.hr/>). U programskom dokumentu predloženo je kako studenti, između ostaloga, “...*stječu kompetencije za rad na pomoćnim poslovima u kulturnom menadžmentu*“ („Odsjek za kulturne studije“, preuzeto s <http://cultstud.ffri.hr/>). Svi navedeni studiji ukazuju kako znanstveno-obrazovne institucije u kulturnim i kreativnim industrijama vide značajan obrazovni i razvojni potencijal.

Program studija menadžmenta u kulturi u Osijeku

U prethodnom poglavlju predloženi su veći studijski programi menadžmenta i produkcije u kulturi u zemljama bivše Jugoslavije. Odjel za kulturologiju, kao sedamnaesta je znanstveno-nastavna sastavnica Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, ustrojen u srpnju 2009. godine, a nastava se počinje izvoditi u akademskoj 2009./2010. godini (Strategija Odjela za kulturologiju od 2013.-2018., 2013). Jedini je to sveučilišni studij u Hrvatskoj koji sadrži preddiplomski i diplomski obrazovni smjer eksplicitno naslovljenog Menadžment u kulturi ili Kulturalni menadžment. Odjel za kulturologiju do 2017. godine činili su još smjerovi Medijske kulture i smjer Knjižničarstva. Potonji više ne upisuje nove generacije. Na preddiplomskoj razini studija studenti prema izvedbenom planu nastave polaze teorijske i praktične kolegije iz područja ekonomije, prava, kulturalnih studija, umjetnosti, hrvatskoga i stranih jezika (obvezni engleski ili njemački i izborni mađarski jezik), sociologije i teatrologije, teorije književnosti i odnosa s javnošću. Pod uvjetom da svi studenti u roku polože zadane obveze, za tržište rada osposobljeni su magistri kulturologije uže specijalizirani za područja medija i odnosa s javnošću te menadžmenta u kulturi. Budući kulturolozi dužni su tijekom pet godina studija položiti obvezne opće i stručne teorijske kolegije te obvezne radionice i izborne predmete. Na obveznim radionicama menadžmenta u kulturi podučavaju se kolegiji usmjereni ka stjecanju informacijske pismenosti i menadžerskih vještina. Studenti usvajaju društvena, pravna i ekonomska znanja iz

kulturnog turizma i javnog i civilnog kulturnog sektora općenito. Oko tog se ishodišta gradi metodološki okvir studijskog programa. Na Odjelu za kulturologiju modul Menadžmenta u kulturi osmišljen je kao polivalentni skup isprepletenih (pod)cjelina – jedna čini povijest kulturalnih studija i suvremenih umjetničkih teorija i praksi, a druga, u suštini, obuhvaća brojne aspekte kreativne ekonomije. Predočeno je to u Strateškom programu znanstvenih istraživanja za razdoblje od 2016. godine do 2020. godine gdje je... *“Svrha takvog metodološki pluralističkog programa ukorijenjenog u nizu znanstvenih polja i znanstvenih grana u društvenim i humanističkim znanostima te području umjetnosti razumijevanje kompleksnosti fenomena kulture (Strateški program znanstvenih istraživanja za razdoblje od 2016. godine do 2020., 2015, str.4)*. Ta je strategija u nastavi bila zamišljena, kako stoji u strateškom dokumentu za razdoblje od 2013. do 2018. godine kao *“...poticanje studenata da isti kulturološki problem analitički obrađuju iz više teorijskih modela istovremeno, te prate odnose promjenljivosti i nepromjenljivosti značenja unutar problema“* (Strategija Odjela za kulturologiju od 2013.-2018., 2013, str.27).

U strateškom programu znanstvenog istraživanja utvrđen je smjer praktičnog obrazovanja polaznika studija *“ obveznim radionicama afirmira suvremeni pristup izvođenju nastavegdje se neposredno isprepleću teorijske spoznaje s praksom u struci“* (Strateški program znanstvenih istraživanja za razdoblje od 2016. godine do 2020., 2015, str.4). S obzirom da je riječ o novim znanjima iz područja kulturnih djelatnosti, bilo da je riječ o upravljanju kazalištem ili međunarodnim umjetničkim projektima zaštite baštine sve to podrazumijeva praktično znanje koje proizlazi iz iskustva dobivenog *simulacijom* tih poslovnih uloga.

Strategija studija menadžmenta u kulturi u okruženju

Strategija Odjela za kulturologiju za razdoblje od 2013. – 2018. godine sadrži razradu planova i aktivnosti kojima Odjel jača suradničke potencijale s više obrazovnih institucija i kulturnih institucija grada Osijeka. U dokumentu je tako predloženo da ... *“ suradnjom s kulturnim institucijama i stručnjacima iz prakse studenti stječu znanja i kompetencije u struci za koju se obrazuju (kazališta, galerije, muzeji, državni arhiv, knjižnice – opće i specijalne, visoka učilišta, medijske kuće, nakladničke tvrtke) te za djelatnosti vezane uz različite oblike javnog komuniciranja te poslove organizacije...(Strategija Odjela za kulturologiju 2013.-2018., 2013, str.28).“* Tu je strategiju Odjel promicao suradnjama s ostalim sveučilišnim sastavnicama, prvenstveno s Umjetničkom akademijom i Ekonomskim fakultetom te kulturnim ustanovama u Osijeku i Osječko-baranjskoj županiji. Nadalje, studenti su praktično iskustvo stjecali i stječu na edukativnim radionicama u Muzeju Slavonije i Muzeju likovnih umjetnosti u Osijeku, Hrvatskom narodnom kazalištu u Osijeku, arhivima i kulturnim udrugama različitih umjetničkih provenijencija. Studenti, sukladno zajedničkom sporazumu godinama volontiraju u Muzeju Slavonije na manifestaciji „Noć muzeja“ (Mautner, 2017), a u prostoru Arheološkog muzeja u sklopu kolegija „Menadžment koncerta“ studenti imaju priliku organizirati i voditi kulturne i glazbene događaje u sklopu projekta „Glazbena srijeda“. Primjerice, u suradnji s Hrvatskim narodnim kazalištem u Osijeku studenti su 2015. godine kao koautori sudjelovali u realizaciji projekta „Kazališna ljetna špica“ (Levak, 2015). Studenti praksu stječu i volontiranjem na

manifestacijama kao što su Noć muzeja ili tradicionalno Osječko ljeto kulture, najveća regionalna kulturna manifestacija Slavonije i Baranje.

Tako studenti na *licu mjesta* usvajaju znanja potrebna za napredovanje u daljnjem obrazovnom ciklusu. Ta se usvojena znanja u konačnici dodatno vrednuju na kolegijima i ispitima. Odjel za kulturologiju, među ostalim, plodonosno surađuje s Ogrankom Matice hrvatske u Osijeku i Hrvatskim društvom kulturnog turizma (Odjel za kulturologiju, 2018). To praktično iskustvo studentima donosi dodatne bodove i uspjeh na nastavi unutar koje moraju osmisliti, precizno, kroz etape razraditi i na koncu postaviti neki kulturni projekt. Studenti su se prijašnjih godina mahom referirali za lokalne i regionalne teme književnog, kulturnog i pop kanona. S kritičkim odmakom te iz novog i svježeg rakursa reformirali su značajan potencijal lokalne umjetničke, glazbene i književne te kazališne baštine 20. stoljeća grada i regije u cilju predstavljanja i promocije u javnosti. Na koncu, na najvišoj razini podršku studiju i studentima pruža i lokalna samouprava. Naime, Grad Osijek i Odjel za kulturologiju potpisali su Sporazum o suradnji na različitim projektima u području društvenih djelatnosti usko vezanih uz kulturu i umjetnost (Odjel za kulturologiju, 2018). Sve te manifestacije i događanja u kulturi imaju značajan potencijal za uspješni razvoj kulturnog turizma, a studenti svojim angažmanom pomažu tu promociju i bolju vidljivost na turističkoj karti Europe. Primjerice, projekt Europske prijestolnice kulture za koju su se kandidirala i dva slavonska grada, Osijek i Đakovo ukazali su na potrebu za stručnjacima u *brendiranju* kulturnog identiteta posttranzicijskih gradova kao i na nužnost preciznog i dubinskog razumijevanja lokalnih kulturnih politika u nacionalnom i međunarodnom prostoru. Time se vode strateški dokumenti Odjela za kulturologiju gdje se ističe „*važnost socijalne participacije u lokalnoj zajednici, gradu Osijeku i cijeloj istočnoj Hrvatskoj*“ (Strategija Odjela za kulturologiju od 2013.-2018., 2013, str. 28). Posebnu priliku za stjecanje iskustva studenti su imali prilikom projekta kandidature za projekt Europska prijestolnica kulture kada su osmislili kulturno-turističke projekte revalorizacije lokalne baštine (Homa, 2017, str.149). Tim su inicijalno osmišljenim konceptima ostvarili i mjesto u Prijavnoj knjizi, strateškom dokumentu ostvarivanja i razvijanja potencijala kulturnog turizma u gradu. Sve su to prednosti i prilike koje omogućuju Odjelu za kulturologiju i studentima obrazovanje i osposobljavanje.

Strategija Odjela za kulturologiju od 2013.-2018. sadrži i SWOT analizu osmišljenu za petogodišnje razdoblje od 2013. do 2015. godine

Tablica 1: Swot analiza Odjela za kulturologiju

<u>Prednosti / snage</u>	<u>Nedostatci / slabosti</u>
•Sustavno praćenje kvalitete / samoevaluacija •Inoviranje nastavnih sadržaja •Kvalitetan znanstveno-nastavni kadar •Interdisciplinarnost •Dovoljni prostorni kapaciteti	•Loša materijalna opremljenost •Suradnja s drugim visokoškolskim i znanstveno-istraživačkim ustanovama nije dovoljno razvijena •Manjak vlastitih znanstveno-istraživačkih projekata •Manjak komercijalnih projekata •Niska mobilnost nastavnika i studenata •Kratko postojanje, manja poznatost u javnosti

<u>Mogućnosti / prilike</u> •Izražen interes sadašnjih i potencijalnih studenata za interdisciplinarno područje kulturologije •Razvoj u smjeru post-industrijskog gospodarstva dodatno pojačava važnost kreativnih industrija •Aktivnosti pružanja cjeloživotnog obrazovanja	<u>Opasnosti</u> Nedostatak financijskih sredstava – smanjenje proračunskih sredstava za znanost i visoko obrazovanje •Loše gospodarske okolnosti koje mogu utjecati na nisku zapošljivost završenih studenata •Ograničena mogućnost zapošljavanja novih djelatnika
--	---

Izvor: Strategija Odjela za kulturologiju 2013.-2018.

Čitava se izvedba studijskog programa treba promatrati u specifičnom društveno-gospodarskom kontekstu istočne regije Hrvatske i čitave zemlje. U nacionalnom kontekstu vanjski čimbenici poput dugotrajne ekonomske krize, nedostatnih državnih izdvajanja za kulturu te neprecizne implementacije Bolonjske reforme u ovom su strateškom dokumentu detektirane kao prijetnje i slabosti koje utječu na misiju i kvalitetu ovog studijskog programa.

Nadalje, postavlja se važno pitanje zapošljivosti nakon završenog studija. Naime, prema provedenoj SWOT analizi Uprava Odjela svjesna je opasnosti koju nose loše gospodarske okolnosti i pojačan trend iseljavanja kao i ograničene mogućnosti zapošljavanja (Strategija Odjela za kulturologiju od 2013.-2018., 2013, str. 26). Prema Preporuci Zavoda za zapošljavanje Regionalnog ureda u Osijeku (Hrvatski zavod za zapošljavanje, 2017, str. 32) obrazovni programi u kojima treba smanjiti broj studenata na području Osječko-baranjske županije upravo su oni koji se izvode na Odjelu za kulturologiju. To ukazuje na potrebu za reguliranjem odnosno smanjivanjem upisnih kvota na studiju.

Slabosti i opasnosti s kojima se sreće budući menadžer su i kratko postojanje i nedovoljna poznatost u javnosti, kako je detektirano u SWOT analizi. Kratko rečeno, ta zanimanja nisu etabliрана u javnosti. Na takvo mnijenje utječe i to da menadžeri u kulturi obično djeluju na više različitih područja gdje su primorani balansirati između više poslovnih funkcija u javnom i privatnom sektoru kulture, gospodarstva, prosvjete i medija. Takvo „balansiranje između više funkcija“ bio to pravno - administrativni rad u muzejima, galerijama, neprofitnim organizacijama ili projektno zapošljavanje putem agencije zadužene za kulturne djelatnosti znači da bi magistar kulturologije tj. menadžmenta u kulturi morao poznavati sve aspekte funkcioniranja i djelovanja institucionaliziranih i vaninstitucionaliziranih ustanova. Ipak, studenti se za to pripremaju na nastavi. Prva godina preddiplomskog studija studente upoznaje s praksom menadžmenta, uvodom u marketing, a student usvaja općenitosti i zakonitosti menadžmenta. Usporedo s time prati nastavu iz umjetničkog područja i kulturnih studija. Na diplomskom studiju ta znanja student oformljuje u mini-klastere znanja. Tako budući menadžer uči kako mora "preuzeti brigu" i za financijski i za umjetnički dio posla za koji se školuje (Dubois, 2010; Chiapello 1998; Kusters 2010). Menadžer u kulturi odgovara za sve aspekte uspješnog pozicioniranja kulturne ustanove, događaja ili projekta u svom okruženju.

Umjesto zaključka

Studijski program Menadžmenta u kulturi na Odjelu za kulturologiju Sveučilištu u Osijeku studentima pruža jedinstven obrazovni put koji izravno korespondira sa zahtjevima postindustrijskog doba. Studenti se u petogodišnjem razdoblju obrazuju, stječu znanja, sposobnosti i iskustvo volontiranjem na kulturnim projektima, u ustanovama i sl. hmModul djeluje u dva glavna smjera. S jedne strane, studentima je na raspolaganju korpus znanja iz područja kreativne ekonomije, marketinga i kulturalnih studija. Ta znanja oblikuju kompetencije budućih djelatnika za upravljačke funkcije u kulturnom sektoru. S druge strane, neprestanom nadogradnjom metodološkog okvira studijski program korespondira s poslovnom dinamikom društva i gospodarstva gdje budući menadžeri, potkovani znanjima u upravljanju periodičnim projektima, postaju vrsni prekarni radnici. Međutim, stvarni uvjeti tržišta i mogućnost zapošljavanja nisu dovoljno precizno usklađeni. U tom kontekstu i ovaj će obrazovni model morati kontinuirano nadograđivati i mijenjati svoj program, strategiju i izvedbu nastave.

Literatura

Knjige

1. Florida, R. (1995). *Cities and the Creative Class*. New York: Routledge.

Rad u elektroničkom obliku

1. Dubois, V. (2010). Who wants to become an arts manager? A survey on applicants to master's programmes in arts and cultural management in France. Archive Ouverte HAL, URL:https://www.researchgate.net/publication/278618378_Who_wants_to_become_an_arts_manager. Pristupljeno 28.12.2018.

Službeni dokumenti

1. Odjel za kulturologiju (2013). *Strategija Odjela za kulturologiju 2013. – 2018.*, URL: http://kulturologija.unios.hr/wp-content/uploads/2015/09/strategija.ozk_I.2014.pdf/. Pristupljeno 17.02.2018.
2. Odjel za kulturologiju (2015). *Strateški program znanstvenih istraživanja za razdoblje 2016.-2020*. Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku: Osijek.
3. Hrvatski zavod za zapošljavanje (2017). *Preporuke za obrazovnu upisnu politiku i politiku stipendiranja u 2018. godini*, URL: <http://www.hzz.hr/default.aspx?id=10354>. Pristupljeno 17.02.2018. Zavod za zapošljavanje

Mrežni izvori

1. Department of Management and Production of Theater, Radio and Culture, URL: <http://www.fdu.edu.rs/>. Pristupljeno 17.02.2018.
2. MISIJA FAKULTETA, URL: <HTTP://FKM.MEGATREND.EDU.RS/MISIJA-FAKULTETA/>. PRISTUPLJENO 17.02.2018.
3. Odsjek za kulturne studije, URL: <http://cultstud.ffri.hr/>. Pristupljeno 19.02.2018.
4. Preddiplomski stručni studij Menadžment i produkcija u kulturi, URL: <http://www.vpsz.hr>. Pristupljeno 18.02.2018.

5. Studijski program: Produkcija-I Ciklus studija, Akademija scenskih umjetnosti URL: <https://www.asu.unsa.ba/>. Pristupljeno 17.02.2018.
6. Veleučilište Baltazar u Zaprešiću, URL: <https://www.bak.hr/> Pristupljeno 17.02.2018.

Novinski članci u elektroničkom obliku

1. Homa, M. (2017). Osijek nakon EPK. Notan-studenstski časopis Odjela za kulturologiju Sveučilišta J.J. Strossmayera u Osijeku, God. II., br. 3., URL: <http://kulturologija.unios.hr/wp-content/uploads/2017/12/notan3web.compressed.pdf>. Pristupljeno 13.02.2018.
2. Levak, T. (2015, 12. prosinac). Uz pomoć studenata kulturologije Kazalište planira privući mlađu publiku. Glas Slavonije, URL: <http://www.glas-slavonije.hr/287799/25/Uz-pomoc-studenata-kulturologije-Kazaliste-planira-privuci-mladju-publiku>. Pristupljeno 14. 01. 2018.
3. Mautner, T. (2017, 17. svibanj). Međunarodni dan i Europska noć muzeja. HRT-Radio Osijek, URL: <http://radio.hrt.hr/radio-osijek/clanak/meunarodni-dan-i-europska-noc-muzeja/145516/>. Pristupljeno 16.01.2018.

CHALLENGES AND OPPORTUNITIES OF STUDY PROGRAMME CULTURAL MANAGEMENT IN OSIJEK

Abstract

The modern era is marked by the general commodification of knowledge and culture. Culture and knowledge are interpreted as "products" on market. University of Josip Juraj Strossmayer in Osijek is the only higher education institution in Croatia with a study program initially designed to educate experts in a broad spectrum of Cultural Management activities. Before this program, the acquisition of knowledge and skills in project management and institutions in the cultural sector, has been reduced or too widely set up by the common name of the nonprofit organizations or limited by the professional development in the explicitly defined area of the cultural industry - theater and film production. Cultural Management at the University of Osijek in the scientific discourse introduces a unique and heterogeneous research methodology - undergraduate and graduate studies here are strategized as interdisciplinary knowledge cluster. Students are attending courses in the field of cultural studies, anthropology, sociology, multimedia and art, as well as management, economic culture and public relations. Furthermore, the volunteering study program encourages the acquisition of practical experience. By analyzing the study program's strategy, factors that influence the performance direction and perception of this study in their environment are identified.

Key words: culture, management, strategy, higher education, Osijek