

Tematické okruhy ke zkoušce z předmětu Muzejní marketing a management (akad. r. 2014/2015).

- 1) Základní principy strategií firem v podmínkách globalizace a revoluce informačních technologií a jejich odraz ve světě muzeí. Trh volného času a jak mohou muzea obstát v konkurenci na tomto trhu (v čem spočívá specifika muzea jako poskytovatele veřejně prospěšné služby).
- 2) V čem spočívá proces řízení instituce. Jaké má manažer muzea zdroje (nástroje nebo prostředky) k uskutečnění svých záměrů a jejich bližší charakteristika.
- 3) Osobnost manažera a jeho základní úkoly v procesu řízení instituce. Typy manažerů podle stylu řízení a osobnostních dispozic. Některé zvláštní situace v řízení muzea: např. týmové řízení; brainstorming. Úloha a význam podnikové kultury, v čem se projevuje.
- 4) Plánování muzea jako základní nástroj řízení: význam a typy koncepcí nebo plánů muzea: nebo plánů (typologie a jejich charakteristika). Příklady některých specifických druhů plánů nebo koncepcí: např. plán výstavní činnosti; plán akviziční politiky (sbírkotvorný plán).
- 5) Hlavní zásady tvorby koncepcí a plánů (organizační a obsahová stránka vzniku koncepcí a plánů; funkce těchto dokumentů v procesu řízení a v činnosti muzea). SWOT analýza aj., Manažer a zaměstnanci muzea z pohledu tvorby a uplatnění plánů nebo koncepcí.
- 6) Marketing z pohledu muzeí – marketingový mix 4P. Bližší charakteristika problematiky některých složek marketingového mixu.
- 7) Hlavní zásady strategie činnosti muzea v oblasti styků s veřejností (PR). Hlavní nástroje muzea v oblasti PR.
- 8) Formy a metody evaluace činnosti muzeí.
- 9) Možnosti spolupráce muzea se sdělovacími prostředky při budování dobrého jména muzea.