

Tematické okruhy ke zkoušce z předmětu Muzejní marketing a management (akad. rok 2020 / 2021).

- 1) Základní principy strategie 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. 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. úloha a význam podnikové kultury, motivace k plnění úkolů, zaměstnanci muzea a působení instituce na veřejnost.
- 3) Hlavní zásady tvorby koncepcí a plánů (organizační a obsahová stránka vzniku koncepce a plánů; funkce těchto dokumentů v procesu řízení a v činnosti muzea). Příklady některých specifických druhů plánů nebo koncepcí: např. plán výstavní činnosti; plán akviziční politiky (sbírkotvorný plán), marketingový plán (koncepce) apod.
- 4) Marketing z pohledu muzeí – marketingový mix 4P (+ další P). Bližší charakteristika problematiky některé ze složek marketingového mixu, zejména místa nabídky služeb muzea, tj. členění prostor muzea, funkční zóny veřejnosti přístupných prostor.
- 5) Marketing z pohledu muzeí – marketingový mix 4P (+ další P). Bližší charakteristika problematiky některých složek marketingového mixu, jako např. problematika konstrukce ceny vstupného a otevírací doby muzeí, propagace a reklamy.
- 6) Hlavní zásady strategie činnosti muzea v oblasti styků s veřejností (PR). Hlavní nástroje muzea v oblasti PR. Rozebrat význam a možnosti direct marketingu v podmínkách muzeí.
- 7) Hlavní zásady strategie činnosti muzea v oblasti styků s veřejností (PR). Hlavní nástroje muzea v oblasti PR. Rozebrat význam a možnosti spolupráce se sdělovacími prostředky.
- 8) Hlavní zásady strategie činnosti muzea v oblasti styků s veřejností (PR). Hlavní nástroje muzea v oblasti PR. Rozebrat význam budování značky a dobrého jména instituce.
- 9) Formy a metody evaluace činnosti muzeí.