

# Universitatea "Dunărea de Jos" din Galați

## Facultatea de Istorie, Filosofie și Teologie

### Departamentul de Teologie

Str. Domnească nr. 111, 800201, GALAȚI, ROMÂNIA

Tel.: (+4) 0336 13 01 94; Fax: (+4) 0236 47 21 01

E-mail: [secretar.ift@ugal.ro](mailto:secretar.ift@ugal.ro), Webpage: [www.fift.ugal.ro](http://www.fift.ugal.ro)

**ANEXA nr. 3 la metodologie**

#### FIȘA DISCIPLINEI:

#### MANAGEMENT CULTURAL ȘI CURATORIAL

##### 1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA "DUNĂREA DE JOS" GALATI
1.2 Facultatea	ISTORIE, FILOSOFIE SI TEOLOGIE
1.3 Catedra / Departamentul	TEOLOGIE
1.4 Domeniul de studii	ARTE VIZUALE
1.5 Ciclul de studii	LICENȚĂ
1.6 Programul de studii/Calificarea	<b>ARTĂ SACRĂ</b> <b>Ocupații conform COR:</b> Artist plastic – 265102; Pictor – 265106; Restaurator tablouri – 265110; Art director – 216609; Evaluator bunuri culturale – 241267; Restaurator de opere de artă și monumente istorice (studii superioare) – 262104.

##### 2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	<b>MANAGEMENT CULTURAL ȘI CURATORIAL</b>						
2.2 Titularul activităților de curs							
2.3 Titularul activităților de seminar							
2.4 Anul de studiu	<b>III</b>	2.5 Semestrul	<b>I</b>	2.6 Tipul de evaluare	<b>E</b>	2.7 Regimul disciplinei	<b>OB</b>

##### 3. Timpul total estimat (ore pe semestru al activităților didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână	2	din care: 3.2 curs	1	3.3 seminar/laborator	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	28	din care: 3.5 curs	14	3.6 seminar/laborator	14
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					56
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					28
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					28
Tutoriat					-
Examinări					4
Alte activități: CUNOAȘTEREA MODULUI DE FUNCȚIONARE A UNUI MUZEU, în toate serviciile / departamentele / secțiunile / componentele sale; vizite la diverse muzee					78
3.7 Total ore studiu individual	194				
3.9 Total ore pe semestru	222				

<b>3.10 Numărul de credite</b>	<b>5</b>
--------------------------------	----------

#### 4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>
4.2 de competențe	<ul style="list-style-type: none"> <li>• nivel de comunicare adecvat și un limbaj de specialitate minimal</li> </ul>

#### 5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sală de curs, dotată cu videoprojector și tablă. Filme documentare. Albume.</li> </ul>
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se țin cursuri și seminarii în sălile și laboratoarele Muzeului Istoriei, Culturii și Spiritualității Creștine de la Dunărea de Jos, al Arhiepiscopiei Dunării de Jos</li> <li>• Se vizitează toate muzeele din zona Dunării de Jos, cu observații și discuții ulterioare analitice</li> </ul>

#### 6. Competențele specifice acumulate

<b>Competențe profesionale</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1. Elaborează propuneri de proiecte artistice.</li> <li>• 2. Creează schițe.</li> <li>• 3. Adună materiale de referință pentru opera de artă.</li> <li>• 4. Analizează textele care urmează să fie ilustrate.</li> <li>• 5. Stabilește compoziția imaginii.</li> <li>• 6. Adaptează conceptul artistic la locație.</li> <li>• 7. Concepe elemente vizuale.</li> <li>• 8. Utilizează material artistic pentru desen.</li> <li>• 9. Creează opere de artă.</li> <li>• 10. Discută pe marginea operelor de artă.</li> <li>• 11. Oferă consiliere în materie de conservare.</li> <li>• 12. Evaluează proceduri de restaurare.</li> </ul>
<b>Competențe transversale</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1. Se exprimă într-un mod creativ.</li> <li>• 2. Este atent la detalii.</li> <li>• 3. Apreciază diversitatea expresiilor culturale și artistice.</li> </ul>

## 7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Cunoașterea</b> reperelor importante din cadrul Managementului cultural și curatorial din perspectiva artei sacre, ortodoxe și nu numai.</li> <li>• <b>Cunoașterea (prin studiu teoretic și recunoaștere vizuală) a celor mai frumoase opere de artă creștină</b> din muzeele de la Dunărea de Jos (și nu numai) și conștientizarea valorii spiritual-patrimoniale a acestora, în context postmodern actual.</li> </ul>
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Fundamentarea legală:</b> arta creștină sacră – valoare patrimonială fundamentată, percepută ca parte majoră a tezaurului național spiritual românesc, ce trebuie apărută de legislația națională și internațională.</li> <li>• <b>Contextualizarea:</b> artă sacră și artă profană – puncte de convergență și elemente divergente, în stilurile artistice care, în istoria culturii umanității, au creat valori patrimoniale de referință;</li> <li>• <b>Simbolizarea:</b> icoana și cartea veche – sinteze a învățăturilor de credință ortodoxă;</li> <li>• <b>Arta (sacră și laică) - patrimoniu și limbaj universal și peren.</b></li> </ul>

## 8. Conținuturi

8. 1 Curs	Metode de predare	Observații
1.Descrierea disciplinei, interferența cu alte discipline, expunerea sistematică a materiei, bibliografie.	prelegerea, studiul documentelor curriculare și al bibliografiei.	2 ore
2. Managementul cultural – istoric, generalități, scop, utilitate, aplicabilitate.	prelegerea, conversația euristică, problematizarea.	2 ore
3. Caracteristicile și funcțiile managementului cultural.	prelegerea, metode de dezvoltare a gândirii critice.	2 ore
4. Studiul mecanismelor interne de funcționare ale unei instituții culturale.	prelegerea, explicația, dezbateră, studiul de caz.	2 ore
5. Stakeholderii unei instituții culturale. Cunoașterea tuturor părților interesante și a relațiilor de interdependență la nivel organizațional și comunitar – relevanța în performanța instituțională.	studiul documentelor prelegerea, conversația.	2 ore
6. Proiectul cultural – caracteristici și particularități.	analiza, sinteza metode de dezvoltare a gândirii critice.	2 ore
7. Dezvoltarea proiectelor expoziționale.	prelegerea, conversația euristică, problematizarea, simularea de situații.	2 ore
<b>Bibliografie</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. American Association of Museums (2005). <i>A Higher Standard: The Museum Accreditation Handbook</i>, Volume 2; (American Association of Museums), Washington D.C.</li> <li>2. Anderson, M., Jiang, J. (2018). <i>Teens, social media &amp; technology 2018</i>. Pew Research Centre, 31 May 2018, <a href="http://www.pewinternet.org/2018/05/31/teens-social-media-technology-2018/">http://www.pewinternet.org/2018/05/31/teens-social-media-technology-2018/</a>. Accesed December 2020</li> <li>3. Arinze, E. N. (1999). <i>The role of the museum in society</i>. Public lecture at the National Museum, Georgetown, Guyana Monday.</li> </ol>		

4. Asociația muzeelor din Olanda. (2010), *Management muzeal și educație muzeală în România*, Amsterdam
5. Bucur, C. (2006), *Ce este, ce poate fi, ce trebuie să fie un muzeu astăzi*, „Revista muzeelor”, nr. 1, 9-14.
6. Chiaravalloti, F. (2016). *Performance evaluation in the arts: From the margins of accounting to the core of accountability*. University of Groningen, SOM research school.
7. Corbeanu, A. (2005), *Managementul Proiectului Cultural*, , Editura Centrului pentru Formare, Educație Permanentă și Management în Domeniul Culturii, București,
8. Dragicevici-Sesici, M., Stojkovic, B. (2002) *Cultura - Management, mediere, marketing*, Fundația Interart Triade, Timișoara,
9. Drucker, P. F. (1990). *Lessons for successful nonprofit governance. Nonprofit management and leadership*, 1(1), 7-14.
10. Gaia, G., Boiano, S., & Borda, A. (2019). *Engaging museum visitors with AI: The case of chatbots*. In *Museums and Digital Culture*, 309-329. Springer, Cham.
11. Ginsburch, V., & Mairesse, F. (1997). *Defining a museum: Suggestions for an alternative approach. Museum management and curatorship*, 16(1), 15-33.
12. Halcro, K., (2008). *Stakeholders: A Source of a Competitive Advantage? An analysis Of The Influence Of Stakeholders On The Strategies Of Independent, Rural, Scottish Museums During Their Organizational Life Cycle*. Edinburgh: Queen Margaret University, <http://etheses.qmu.ac.uk/99/>;
13. Herman, A. (2010). *Ce este un muzeu?*, Asociația muzeelor din Olanda, Amsterdam  
<https://www.scribd.com/document/40223850/Museum-management-in-romania-pdf>
14. Iancu, M. (2016). *Construirea unei noi relații comunitatea – muzeu, în Revista Patrimoniu Deschis. Muzeu în schimbare, Comunități în schimbare, Tradiții în schimbare*, Editura „ASTRA Museum”, 123-142
15. ICOM, *Code of ethics for Museums, Franța, 2017*, <http://icom.museum/the-vision/code-of-ethics>, accesat la data 20.10.2014
16. ICOM. (2004). Consiliul Internațional al Muzeelor, *Cum să administrezi un muzeu: Ghid practic*, Franța
17. Iorga, N. (1934). *Muzeele. Ce sunt și ce ar trebui să fie. Exemplul Americii?*, în „Neamul românesc”, nr. 266.
18. Kaplan, R. S. (2001). *Strategic performance measurement and management in nonprofit organizations*. *Nonprofit management & Leadership*; 11(3):353–370.
19. Koster, E., J. H. Falk. (2007). *Maximizing the External Value of Museums. Curator: The Museum journal*, Vol. 50, n° 2, p. 191-196.
20. Kotler, N., & Kotler, P. (2007). *Can museums be all things to all people?: Missions, goals, and marketing's role*. In *Museum management and marketing* (pp. 313-330). Routledge.
21. Kotler, P., Lee, N., & Criste, D. (2008). *Marketing in sectorul public*. Meteor Press.
22. Mellemsether, H., Muller, I. (2016). *De la spectatori la actanți. Implicarea prin dialog*, în Revista „Patrimoniu Deschis. Muzeu în schimbare, Comunități în schimbare, Tradiții în schimbare”, Editura „ASTRA Museum”, 15-38
23. Moreno-Mendoza, H., Santana-Talavera, A., & J. León, C. (2019). *Stakeholders of cultural heritage as responsible institutional tourism product management agents*. *Sustainability*, 11(19), 5192.
24. Neely, A., Gregory, M., & Platts, K. (2005). *Performance measurement system design: A literature review and research agenda. International journal of operations & production management*, 25(12), 1228-1263.
25. Opriș, I. (2008). *Provocarea noilor muzeografii*, Editura Istros a Muzeului Brăilei „Carol I”, Brăila
26. Papoulias, E., & Zounis, T. P. (2020). *Strategic management and art museums: The case study of the historical museum of the University of Athens*. In „Strategic Innovative Marketing and Tourism” (pp. 889-897). Springer, Cham.
27. Popescu, R. I., & Corboș, R. A. (2011). *Studiu privind sursele de creștere a competitivității Muzeului Național de Istorie a României în contextul dezvoltării urbane prin analiza percepției vizitatorilor*. „Revista Transilvană de Științe Administrative”, 13(29), 155-172.
28. Porter, M. (2006). *Strategy for Museums*. Boston: Harvard Business School.
29. Stylianou-Lambert, T., Boukas, N., & Christodoulou-Yerali, M. (2014). *Museums and cultural sustainability: stakeholders, forces, and cultural policies*. *International Journal of Cultural Policy*, 20(5), 566-587.
30. Zbucnea, A. (2005). *O viziune de marketing privind expozițiile muzeale*, în „Revista Muzeelor”, 1, 81-85
31. Zbucnea, A. (2005). *Rolul cercetării de marketing în cunoașterea comportamentului vizitatorilor unui muzeu/ The Role of Marketing Research in Understanding Museum Visitors*. „Revista muzeelor / Romanian Journal of Museums”. 93-97.
32. Zbucnea, A. (2010). *Muzeu 2.0, Marketingul și educația în muzeu* (coord. Ovidiu Baron, Eliza Penciu), Sibiu: „Astra Museum”, 7-24
33. Zecheru, V. (2001) *Management în cultură*, Editura Centrului pentru Formare, Educație Permanentă și

Management în Domeniul Culturii, București, 34. Zorloni, A. (2010). <i>Managing Performance Indicators in Visual Art Museums</i> . Museum Management and Curatorship, Vol. 25, n° 2, p. 169-182.		
8. 2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Legislația națională pentru funcționarea muzeelor și Codul Deontologic pentru Muzeu – ICOM 2001	studiul documentelor și al bibliografiei problematizarea.	2 ore
2. Curatorul – prevederi normative, obligații profesionale, particularități	studiul documentelor și al bibliografiei problematizarea.	2 ore
3. Muzeograful – prevederi normative, obligații profesionale, particularități	metode de dezvoltare a gândirii critice, portofoliul.	2 ore
4. Conservatorul – prevederi normative, obligații profesionale, particularități	metode de dezvoltare a gândirii critice.	2 ore
5. Restauratorul – prevederi normative, obligații profesionale, particularități	studiul documentelor și al bibliografiei problematizarea.	2 ore
6. Spațiul expozițional	studiul documentelor și al bibliografiei.	2 ore
7. Modele și practici expoziționale	studiul documentelor și al bibliografiei	2 ore
<b>Bibliografie</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1) American Association of Museums (2005). A Higher Standard: The Museum Accreditation Handbook, Volume 2; (American Association of Museums, Washington D.C.</li> <li>2) Anderson, M., Jiang, J. (2018). Teens, social media &amp; technology 2018. Pew Research Centre, 31 May 2018, <a href="http://www.pewinternet.org/2018/05/31/teens-social-media-technology-2018/">http://www.pewinternet.org/2018/05/31/teens-social-media-technology-2018/</a>. Accessed December 2020</li> <li>3) Arinze, E. N. (1999). The role of the museum in society. Public lecture at the National Museum, Georgetown, Guyana Monday.</li> <li>4) Asociația muzeelor din Olanda. (2010). Management muzeal și educație muzeală în România, Amsterdam</li> <li>5) Bucur, C. (2006). Ce este, ce poate fi, ce trebuie să fie un muzeu astăzi. Revista muzeelor, 1, 9-14.</li> <li>6) Chiaravalloti, F. (2016). Performance evaluation in the arts: From the margins of accounting to the core of accountability. University of Groningen, SOM research school.</li> <li>7) Corbeanu, A. (2005), <i>Managementul Proiectului Cultural</i>, Editura Centrului pentru Formare, Educație Permanentă și Management în Domeniul Culturii, București,</li> <li>8) Dragicevici-Sesici, M., Stojkovic, B. (2002) <i>Cultura - Management, mediere, marketing</i>, Fundația Interart Triade, Timișoara,</li> <li>9) Drucker, P. F. (1990). Lessons for successful nonprofit governance. Nonprofit management and leadership, 1(1), 7-14.</li> <li>10) Gaia, G., Boiano, S., &amp; Borda, A. (2019). Engaging museum visitors with AI: The case of chatbots. In <i>Museums and Digital Culture</i>, 309-329. Springer, Cham.</li> <li>11) Ginsburch, V., &amp; Mairesse, F. (1997). Defining a museum: Suggestions for an alternative approach. <i>Museum management and curatorship</i>, 16(1), 15-33.</li> <li>12) Halcro, K., (2008). Stakeholders: A Source of a Competitive Advantage? An analysis Of The Influence Of Stakeholders On The Strategies Of Independent, Rural, Scottish Museums During Their Organizational Life Cycle. Edinburgh: Queen Margaret University, <a href="http://theses.qmu.ac.uk/99/">http://theses.qmu.ac.uk/99/</a>;</li> <li>13) Herman, A. (2010). Ce este un muzeu?, Asociația muzeelor din Olanda, Amsterdam <a href="https://www.scribd.com/document/402223850/Museum-management-in-romania-pdf">https://www.scribd.com/document/402223850/Museum-management-in-romania-pdf</a></li> <li>14) Iancu, M. (2016). Construirea unei noi relații comunitate – muzeu, în <i>Revista Patrimoniu Deschis. Muzeu în schimbare, Comunități în schimbare, Tradiții în schimbare</i>, Editura „ASTRA Museum”, 123-142</li> </ol>		

- 15) ICOM, Code of ethics for Museums, Franța, 2017, <http://icom.museum/the-vision/code-of-ethics>, accesat la data 20.10.2014
- 16) ICOM. (2004). Consiliul Internațional al Muzeelor, Cum să administrezi un muzeu: Ghid practic, Franța
- 17) Iorga, N. (1934). Muzeele. Ce sunt și ce ar trebui să fie. Exemplul Americii?, în „Neamul românesc”, nr. 266.
- 18) Kaplan, R. S. (2001). Strategic performance measurement and management in nonprofit organizations. *Nonprofit management & Leadership*; 11(3):353–370.
- 19) Koster, E., J. H. Falk. (2007). Maximizing the External Value of Museums. *Curator: The Museum Journal*, Vol. 50, n° 2, p. 191-196.
- 20) Kotler, N., & Kotler, P. (2007). Can museums be all things to all people?: Missions, goals, and marketing's role. In *Museum management and marketing* (pp. 313-330). Routledge.
- 21) Kotler, P., Lee, N., & Criste, D. (2008). *Marketing in sectorul public*. Meteor Press.
- 22) Mellemsether, H., Muller, I. (2016). De la spectatori la actanți. Implicarea prin dialog, în *Revista Patrimoniu Deschis. Muzeu în schimbare, Comunități în schimbare, Tradiții în schimbare*, Editura „ASTRA Museum”, 15-38
- 23) Moreno-Mendoza, H., Santana-Talavera, A., & J. León, C. (2019). Stakeholders of cultural heritage as responsible institutional tourism product management agents. *Sustainability*, 11(19), 5192.
- 24) Neely, A., Gregory, M., & Platts, K. (2005). Performance measurement system design: A literature review and research agenda. *International journal of operations & production management*, 25(12), 1228-1263.
- 25) Oprea, I. (2008). Provocarea noilor muzeografii, Editura Istros a Muzeului Brăilei „Carol I”, Brăila
- 26) Papoulias, E., & Zounis, T. P. (2020). Strategic management and art museums: The case study of the historical museum of the University of Athens. In *Strategic Innovative Marketing and Tourism* (pp. 889-897). Springer, Cham.
- 27) Popescu, R. I., & Corboș, R. A. (2011). Studiu privind sursele de creștere a competitivității Muzeului Național de Istorie a României în contextul dezvoltării urbane prin analiza percepției vizitatorilor. *Revista Transilvană de Științe Administrative*, 13(29), 155-172.
- 28) Porter, M. (2006). *Strategy for Museums*. Boston: Harvard Business School.
- 29) Stylianou-Lambert, T., Boukas, N., & Christodoulou-Yerali, M. (2014). Museums and cultural sustainability: stakeholders, forces, and cultural policies. *International Journal of Cultural Policy*, 20(5), 566-587.
- 30) Zbucea, A. (2005). O viziune de marketing privind expozițiile muzeale, în *Revista Muzeelor*, 1, 81-85
- 31) Zbucea, A. (2005). Rolul cercetării de marketing în cunoașterea comportamentului vizitatorilor unui muzeu/ The Role of Marketing Research in Understanding Museum Visitors. *Revista muzeelor / Romanian Journal of Museums*. 93-97.
- 32) Zbucea, A. (2010). Muzeu 2.0, Marketingul și educația în muzee (coord. Ovidiu Baron, Eliza Penciu), Sibiu: Astra Museum, 7-24
- 33) Zecheru, V. (2001) *Management în cultură*, Editura Centrului pentru Formare, Educație Permanentă și Management în Domeniul Culturii, București,
- 34) Zorloni, A. (2010). Managing Performance Indicators in Visual Art Museums. *Museum Management and Curatorship*, Vol. 25, n° 2, p. 169-182.

### 9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului

- Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatori reprezentativi din domeniu este realizată prin acoperirea întregii game de metode, tehnici și instrumente de lucru pe caz, prin metodele de predare stabilite și prin atingerea obiectivelor specifice disciplinei.

### 10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală

10.4 Curs	nota la examinarea finală	Examinare scris și oral	50% + 10% din oficiu
10.5 Seminar/laborator	prezentarea lucrărilor de seminar	referate susținute în fața colectivului de studenți	20%
	participarea la dezbaterile de la seminarii	observarea continuă	20%
10.6. Standarde minime de performanță			
<p>-Identificarea valorilor spirituale fundamentale pentru afirmarea identității cu rădăcini și filon istoric creștin ortodox, a culturii române, în cadru european și global, în actualitate.</p> <p>- Explicarea importanței și influenței pozitive ale valorilor spirituale și moral-religioase, teaurizate în patrimoniul creștin mobil și imobil al Bisericii Ortodoxe Române, pentru viața fiecărei persoanei, a societății românești în ansamblul ei, și relevanța acestora pentru cultura universală.</p> <p>-Analiza modului în care valorile spirituale și morale creștine, românești (și nu numai), sunt protejate (prin conservare, restaurare) și integrate (prin prezentare muzeală și promovare) în viața culturală a societății românești, europene și internaționale.</p> <p>-Elaborarea unor programe de parteneriat între instituții eclesiale de cultură (precum muzeele eparhiale, în speță Muzeul Istoriei, Culturii și Spiritualității Creștine de la Dunărea de Jos) și alte instituții de cultură, de profil, din țară și din lume: baze legale, principii de conlucrare, criterii de selecție-etalar, promovare în / prin Mass-Media, limite.</p>			