

Obsah

Předmluva / <i>Ladislav Daniel</i>	7
1. Manažerské kompetence v mediaci umění / <i>Miroslava Týralová</i>.....	11
1.1. Úvod	13
1.2. Základy managementu.....	13
1.3. Manažerské funkce	15
1.3.1. Sekvenční manažerské funkce (A)	17
1.3.1.1. Plánování.....	17
1.3.1.2. Organizování	18
1.3.1.3. Výběr a rozmístění pracovníků.....	20
1.3.1.4. Vedení lidí	21
1.3.1.5. Kontrola	22
1.3.2. Paralelní manažerské funkce (B).....	24
1.3.2.1. Analýza (rozběr)	24
1.3.2.2. Rozhodování.....	24
1.3.2.3. Implementace	25
1.4. Závěr.....	25
1.5. Literatura.....	25
2. Efektivní komunikace a prezentace / <i>Dana Pokorná</i>.....	27
Úvodem	29
2.1. Komunikační proces.....	29
2.1.1. Co je to komunikace	29
2.1.2. Proces komunikace	30
2.1.3. Překážky v komunikaci.....	31
2.1.4. Zpětná vazba	32
2.1.5. Působení osobnosti a komunikační proces.....	34
2.2. Základní dovednosti v komunikaci.....	37
2.2.1. Jednosměrná a dvousměrná komunikace	37
2.2.1.1. Model jednosměrné komunikace	37
2.2.1.2. Model dvousměrné komunikace.....	38
2.2.2. Verbální a neverbální prostředky komunikace.....	39
2.2.2.1. Neverbální komunikace	39
2.2.2.2. Verbální komunikace.....	41
2.3. Komunikační techniky.....	42
2.3.1. Asertivní chování.....	43
2.3.1.1. Základní modely chování	43
2.3.1.2. Asertivní práva	44
2.3.1.3. Asertivní dovednosti	46
2.3.1.4. Vztahová úroveň asertivních technik.....	49
2.3.2. Technika vedení rozhovoru.....	51
2.3.2.1. Umění klást otázky	51
2.3.2.2. Umění naslouchat	53
2.3.2.3. Empatické naslouchání.....	54
2.3.3. Struktura rozhovoru.....	55

2.3.4. Použití komunikačních prostředků v budování vztahu	57
2.3.5. Prezentování.....	57
2.4. Zvládání náročných situací v komunikaci	63
2.4.1. Konflikty	63
2.4.2. Přesvědčování a ovlivňování	66
2.4.3. Námitky	67
2.5. Literatura.....	70
3. Grantová gramotnost / Gabriela Pokorná.....	71
3.1. Základní pojmy – projekt, projektové řízení	73
3.1.1. Slovník základních pojmů:.....	73
3.1.2. Co je to projekt?.....	74
3.1.3. Základy teorie projektového řízení	75
3.1.4. Cyklus projektového řízení	75
3.2. Plánování projektu.....	77
3.2.1. Proces plánování projektu	78
3.2.2. Vlastní plán projektu.....	79
3.3. Struktura projektové žádosti	87
3.3.1. Identifikace žadatele.....	87
3.3.2. Stručný popis projektu.....	88
3.3.3. Zdůvodnění potřeby projektu	88
3.3.4. Cíle projektu.....	88
3.3.5. Popis fází projektu	88
3.3.6. Kvantifikace výstupů projektu.....	89
3.3.7. Postupy řízení projektu.....	89
3.3.8. Projektový tým.....	89
3.3.9. Rozpočet.....	89
3.3.10. Přílohy.....	90
3.4. Možnosti financování projektů v oblasti kultury.....	90
3.4.1. Odkazy na některé poskytovatele grantů v oblasti kultury a umění.....	91
3.4.2. Příklady evropských programů na podporu kulturních aktivit	91
3.4.2.1. Program Culture (2007–2013)	91
3.4.2.2. Evropa pro občany (2007–2013).....	94
3.5. Příprava rozpočtu projektu	97
3.6. Realizace grantových projektů	101
3.6.1. Řízení projektu	102
3.6.2. Zahájení projektu.....	103
3.6.3. Vedení projektového týmu	103
3.6.4. Kontrola a monitoring projektu	104
3.6.5. Dokumentace projektu	105
3.6.6. Ukončení projektu.....	105
3.6.7. Nejčastější problémy v řízení projektů	106
3.7. Literatura.....	107
4. Reklama, PR a propagace v oblasti kultury / Josef Podstata.....	109
4.1. Úvodem.....	111
4.2. Propagace v širších souvislostech	111
4.2.1. Základní marketingové pojmy.....	112
4.2.2. Marketingový mix	112

4.2.3. Marketingový komunikační mix	113
4.3. Reklama a propagace	114
4.3.1. Co je to reklama a propagace	114
4.3.2. Druhy reklamy	115
4.3.3. Cíle reklamy	115
4.4. Tiskové inzeráty	116
4.4.1. Výhody, nevýhody a způsoby použití inzerátů v novinách a časopisech	116
4.4.2. Doporučený obsah novinového inzerátu	116
4.4.3. Charakteristika čtení	118
4.5. Rádiová reklama	119
4.5.1. Výhody, nevýhody a působení rozhlasových spotů	119
4.5.2. Rádio a komerční komunikace	119
4.5.3. Tipy pro účinnější rozhlasovou reklamu	120
4.6. Ostatní formy propagace	121
4.6.1. TV, venkovní reklama, direct mail, atd.	121
4.6.2. Specifika prostředí internetu	123
4.7. Public relations	125
4.7.1. Hlavní prostředky pro práci se vztahy s veřejností	125
4.7.2. Základní omyly při práci s PR agenturou	126
4.7.3. Deset rad pro dobré vztahy s médii	126
4.8. Výňatky ze zákonů o reklamě	127
4.9. Slovníček	131
4.10. Literatura	134
5. Základy editorské činnosti a vydavatelské praxe / Hana Dziková	135
5.1. Úvod	137
5.2. Popis knihy a základní technické pojmy	137
5.2.1. Popis knihy a jejích částí	137
5.2.2. Řazení listů a stran v knize	138
5.2.3. Stránkování publikace	139
5.2.4. Dotisk nebo nové vydání	139
5.2.5. Autorské výtisky a přetisky	140
5.2.6. Formát knihy	140
5.2.7. Knižní vazba	141
5.3. Tvorba rukopisu, typografické minimum	141
5.3.1. Formální zásady pro pořizování rukopisu	142
5.3.2. Dělení slov	143
5.3.3. Bibliografické odkazy	144
5.3.4. Rukopis ve tvaru „camera ready“	144
5.3.5. Měření rozsahu rukopisu	144
5.4. Technologie nakladatelského procesu	144
5.4.1. Činnost nakladatele	144
5.4.2. ISBN (International Standard Book Number)	146
5.5. Vydání publikace	146
5.5.1. Předání rukopisu do DTP studia (podklady pro typografickou úpravu)	147
5.5.2. Korektury	148
5.5.3. Spolupráce s tiskárnou	149
5.5.4. Elektronické publikování	150
5.5.5. Ekonomika titulu	150

5.6. Kniha a právní řád	150
5.6.1. Autorský zákon	150
5.6.2. Zákon o neperiodických publikacích.....	151
5.6.3. Zákon o právech a povinnostech při vydávání periodického tisku a o změně některých dalších zákonů	152
5.7. Literatura.....	152
6. Památková péče a její úloha v propagaci kulturního dědictví / Marek Perůtka	153
6.1. Definice památky	155
6.2. Monumentika (monumentologie).....	155
6.3. Památková péče.....	156
6.4. Památková hodnota.....	156
6.5. Praktické aspekty památkové hodnoty	156
6.6. Základní identifikační znaky památky.....	157
6.7. Možnosti metodického přístupu k památkám	157
6.8. Institucionální památková péče	158
6.9. Druhová klasifikace památek.....	162
6.10. Škodlivé vlivy a druhy poškození památek	163
6.11. Restaurátorská dokumentace	166
6.12. Literatura (výběr).....	166