

# Klasična tambura/ Funkcije menadžmenta u kulturi

---

**Marijanović, Martin**

**Undergraduate thesis / Završni rad**

**2021**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Academy of Arts and Culture in Osijek / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:251:201933>

*Rights / Prava:* [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-03-14**



*Repository / Repozitorij:*

[Repository of the Academy of Arts and Culture in Osijek](#)



SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU  
AKADEMIJA ZA UMJETNOST I KULTURU U OSIJEKU  
ODSJEK ZA INSTRUMENTALNE STUDIJE  
SVEUČILIŠNI PREDDIPLOMSKI  
STUDIJ ŽIČANI INSTRUMENTI  
SMJER TAMBURE

MARTIN MARIJANOVIĆ

# **FUNKCIJE MENADŽMENTA U KULTURI**

ZAVRŠNI RAD

Mentor: red.prof.art. Davor Bobić

Sumentor: dr.sc. Igor Mavrin

Osijek, 2021.

## SAŽETAK

Veliki uspon menadžmenta dogodio se šezdesetih godina prošlog stoljeća, ponajviše u Americi. Tako se 1966. godine osniva Arts Administration Research Institute pri Harvard Business School, a godine 1969., profesor Ichak Adizes na University of California (UCLA) osniva i vodi prvi program za menadžere u kulturi. Profesor Adizes tada već zastupa tvrdnju da treba izgraditi posebnu granu menadžmenta specijaliziranu za kulturu, a ne prenositi principe i modele poslovnog i industrijskog menadžmenta.

Cilj ovog rada je detaljnije prikazati menadžment u kulturi i njegove funkcije. Objasniti će se što je menadžment i koja je njegova definicija, te koja je posebnost menadžmenta u kulturi. Dodaći će se samo jedan dio menadžmenta u kulturi, odnosno pobliže će se vidjeti koje su to funkcije koje čine menadžment u kulturi.

**Ključne riječi:** menadžment u kulturi, menadžment, funkcije

## SUMMARY

A great rise in management occurred in the 1960's, mostly in America. In 1966, the Arts Administration Research Institute was founded at Harvard business school, and in 1969, Professor Ichak Adizes at the University of California (UCLA) founded and manages the first program for cultural managers. Professor Adizes then already advocates the claim that a special branch of management specialized in culture should be built rather than convey principles and models of business and industrial management.

The aim of this paper is to detail the management in culture and its functions. It will be explained what management is and what its definition is, and what is the specificity of management in culture. Only one part of cultural management will be reached, that is, it will be seen in more detail what are the functions of cultural management.

**Keywords:** management in culture, management, functions

# **SADRŽAJ**

<b>UVOD</b>	<b>1</b>
<b>TEMELJNE FUNKCIJE MENADŽMENTA U KULTURI</b>	<b>2</b>
2.1 PLANIRANJE	2
2.2 ORGANIZIRANJE	5
2.3 UPRAVLJANJE LJUDSKIM RESURSIMA	7
2.4 VOĐENJE	8
2.5 KONTROLA	9
<b>POSEBNE FUNKCIJE MENADŽMENTA U KULTURI</b>	<b>11</b>
3.1 DOPRINOS KULTURI	11
3.2 UMJETNIČKA KREATIVNOST	11
3.3 ODNOS PREMA JAVNOSTI	12
3.4 OBRAZOVNI KARAKTER	12
<b>ZAKLJUČAK</b>	<b>14</b>
<b>POPIS LITERATURE</b>	<b>15</b>
<b>POPIS SLIKA</b>	<b>16</b>

## UVOD

“Menadžment je proces oblikovanja i održavanja okruženja u kojem pojedinci, radeći zajedno u skupinama, efikasno ostvaruju odabrane ciljeve” (Weihrich & Koontz, 1998). Kultura kao i svako drugo područje ljudske aktivnosti zahtijeva odgovarajuće upravljanje i organizaciju, a osobito kada je u pitanju neka od djelatnosti u kulturi. Isto tako menadžment kao aktivnost usmjerena na postizanje unaprijed određenih ciljeva, svakodnevno i sve češće pronalazi svoje mjesto u djelatnostima i aktivnostima u kulturi. Funkcije menadžmenta u kulturi možemo podijeliti u dvije skupine, a to su temeljne i posebne funkcije menadžmenta.

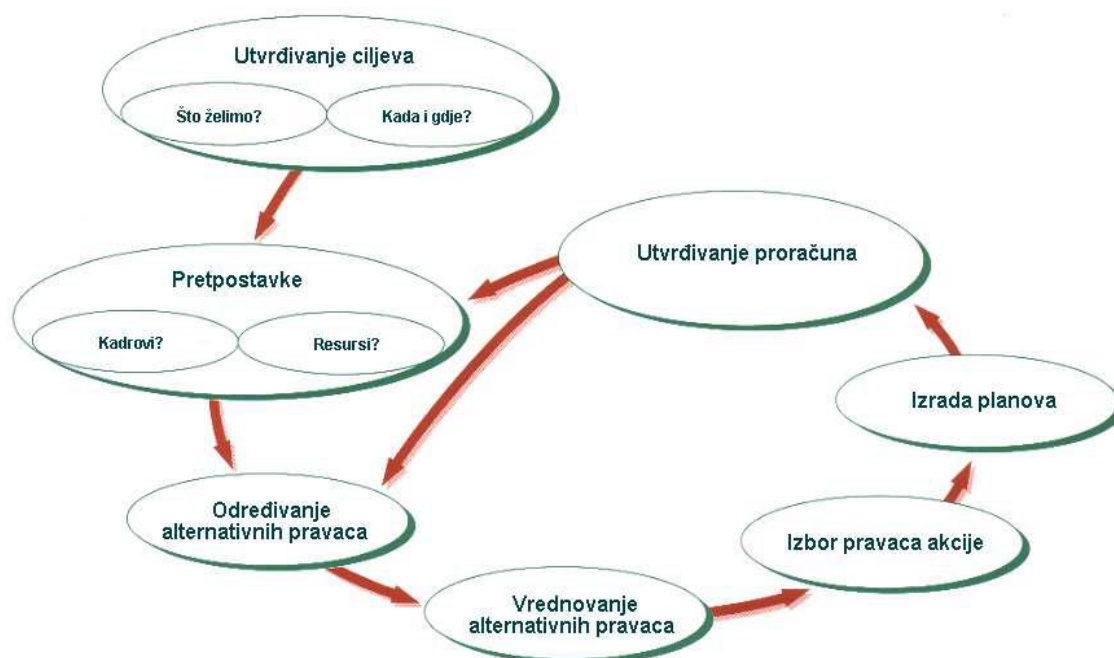
# TEMELJNE FUNKCIJE MENADŽMENTA U KULTURI

Antolović (Antolović, 2009.) definira pet temeljnih funkcija menadžmenta u kulturi:

- Planiranje
- Organiziranje
- Upravljanje ljudskim resursima
- Vođenje
- Kontroliranje

## 2.1 PLANIRANJE

Planiranje uključuje odabiranje zadataka, ciljeva i akcija kojima bi se oni postigli. Zahtijeva donošenje odluka, to jest odabir budućih smjerova akcije među mogućim mogućnostima. Planiranje u području kulture može se spoznati u sedam koraka koji će pomoći da se kroz buduće aktivnosti ostvare postavljeni zadaci i ciljevi. Važno je biti svjestan prilika u odnosu na postojeću kulturnu ponudu, želje publike, konkurenciju, vlastite mogućnosti i slabosti.



Slika 1 - Koraci u planiranju

Izvor: <https://hadrian.hr/wp-content/uploads/2019/11/MENADZMENT-U-KULTURI.pdf>

Preuzeto: 19. lipnja 2021.

Koraci u planiranju:

1. Utvrđivanje ciljeva

Da bi se utvrdili ciljevi mora se znati što se želi ostvariti, gdje i kada. U ovom koraku će se utvrditi kakav se kulturni projekt želi ostvariti, te gdje i kada će se pokušati realizirati. Pri utvrđivanju ciljeva potrebno je precizirati očekivane rezultate kako bi sami ciljevi bili što jasnije određeni, jer će to bitno odrediti preostali proces planiranja.

2. Pretpostavke planiranja

Drugi korak u planiranju je ustanovljavanje pretpostavki planiranja, kao što su prognoze, usuglašavanje svih subjekata koji će biti obuhvaćeni planiranjem, te uvažavanje postojećih planova. Kako je okruženje u kojem se djeluje vrlo složeno, u praksi planiranja se utvrđuju kritične ili strateške pretpostavke, odnosno one koje će utjecati na ostvarenje plana.

3. Određivanje alternativnih pravaca akcije

U ovom koraku potrebno je tražiti i ispitivati alternativne pravce akcije. Često se događa da je najbolja alternativa ona koja nije bila očita na samom početku. Pri tome valja znati da je ograničen broj mogućnosti koje organizator može u potpunosti ispitati kako bi pronašao najbolje rješenje.

4. Vrednovanje alternativnih pravaca akcije

Nakon pronalazjenja nekoliko alternativnih pravaca akcije, potrebno je provesti postupak njihova vrednovanja, osobito u pogledu postizanja postavljenih ciljeva. Pri tome valja uočiti prednosti i nedostatke svake mogućnosti te ih usporedno sagledati.

5. Izbor pravaca akcije

U ovom koraku organizator usvaja plan, to jest donosi odluku kojom određuje pravac akcije. Temeljem ove odluke u nastavku će doći do razrade osnovnog plana, te je ova odluka ključna za kvalitetu plana u cjelini.

6. Utvrđivanje izvedbenih planova

Planiranje rijetko završava izborom pravca akcije, odnosno utvrđivanjem osnovnog plana, već biva nastavljeno korakom u kojem se pristupa izradi izvedbenih planova koji su gotovo uvijek potrebni da podrže realizaciju osnovnog plana.

#### 7. Utvrđivanje proračuna za izvedbu planiranog

Završni korak u procesu planiranja je analiza plana utvrđivanjem proračuna. Sve aktivnosti predviđene planom moraju biti obuhvaćene proračunom, bilo da za svoju posljednicu imaju stvaranje određenih troškova ili ostvaruju prihod. Proračun istodobno obuhvaća sve aktivnosti bile one predviđene osnovnim ili izvedbenim planovima.

Kao primjer prikazat će se organizacija projekta Dani Paje Kolarića, koji je po prvi puta organiziran 2021. godine u okviru obilježavanja 200-te obljetnice njegova rođenja. Glavni cilj projekta je bio promovirati umjetnost i kulturu 19. stoljeća na osnovu života i rada Paje Kolarića kroz programe Akademije za umjetnost i kulturu u Osijeku.

1. Korak – cilj projekta je informirati javnost i promovirati povijesni značaj i kulturno nasljeđe rada Paje Kolarića za Osijek, Slavoniju i Baranju, zaštititi arhaične vrijednosti umjetnosti 19. stoljeća kroz suvremene umjetničke izričaje mladih umjetnika i stvoriti novi turistički proizvod kroz prezentaciju osječkih povijesnih osoba te glazbene i kulturne baštine. Sam projekt se realizirao od 21. do 29. svibnja 2021. godine na više lokacija u Osijeku (Kulturni centar, zgrada Rektorata, Arheološki muzej...), s tim da je projekt imao i predprojektne aktivnosti, ali imat će i postprojektne.
2. Korak – organizacijski tim projekta morao je savladati brojne pretpostavke, među kojima su morali osigurati financije, kojih je nešto više od 150000 kuna, te vješto organizirati događanja prema mogućnostima umjetnika i ostalih učesnika. Iako sva događanja koja su planirana nisu ostvarena na prvotno zamišljeni način, većina ih je ostvarena. Na primjer, završni koncert Hrvatskog komornog ansambla previđen za 29. svibnja u HNK, održan je 22. svibnja u zgradi Rektorata. Sve financije organizatori su pokrili sponzorstvima, kojih je više od 20.
3. Korak – u vremenu pandemije, organizacija ovakvog projekta je i više nego hrabra. Organizatori su morali biti sigurni da će se događanja održati, bez obzira na epidemiološke mjere. Tako su bili spremni sva događanja prenositi online. Isto tako morali su imati i alternativu za prostore održavanja događanja.



4. Korak – kako zbog epidemioloških mjera, događanja koja bi se održavala u zatvorenim prostorima ne bi mogla primiti puno ljudi, tako se za sva događanja imalo više rješenja prostora. Na primjer, koncert Golden Strings Orchestra održan 29. svibnja u Arheološkom muzeju, prvotno je planiran održati se na otvorenom, na Trgu Vatroslava Lisinskog, ali zbog lošeg vremena je premješten.
5. Korak – usvojen je plan koji je detaljno razrađivao svih devet dana projekta. Pri tome je donesena odluka da se sva događanja prenose online, iako će biti dostupna i publici uživo.
6. Korak – iako je plan donesen, nezaobilazna je prilagodba provedbenih aktivnosti.
7. Korak – u planiranju projekta izrađen je proračun i troškovnik projekta, te tako utvrđena razina prohoda koja se treba osigurati iz različitih izvora i sponzora.

## 2.2 ORGANIZIRANJE

“Organizacija je ustanovljavanje i klasificiranje potrebnih aktivnosti, grupiranje aktivnosti nužnih za postizanje ciljeva, dodjeljivanje svake grupe aktivnosti pojedinom izvršitelju zajedno s ovlastima nužnim za njihovo nadgledanje te osiguranje koordinacije unutar organizacijske strukture.” (Antolović, 2013). Organiziranje je dio menadžmenta koji osigurava da svi zadaci neophodni za ispunjenje ciljeva budu dodijeljeni ljudima koji ih mogu najkvalitetnije ispuniti. Organiziranje u kulturi pojavljuje se u pravilu u dvije situacije, a to su: organiziranje unutar ustanove, odnosno institucije koja obavlja neku od kulturnih djelatnosti i samostalno organiziranje kulturnih programa i aktivnosti. U oba slučaja uspostavlja se odgovarajuća organizacija, koja ako je institucionalna, ima izraženiju formalnu organizaciju, dok izvaninstitucionalna organizacija ima naglašeniju neformalnu organizaciju.

Načela organiziranja u kulturi:

1. Načelo jedinstva ciljeva

Svi pojedinci koji su uključeni u ostvarenje nekog programa u kulturi moraju pridonijeti ostvarenju ciljeva. Ciljevi moraju biti jasno utvrđeni, a organizacija mora omogućiti svima da daju svoj doprinos sukladno znanjima i sposobnostima kojima raspolažu.

2. Načelo organizacijske učinkovitosti

Organizacija mora biti tako postavljena da njezina struktura pridonosi postizanju ciljeva, pri čemu se moramo oslanjati na učinkovitosti organizacijske strukture, a ne na sposobnosti pojedinca. Time će se izbjeći negativne posljedice koje nastupaju kada pojedinac nema dovoljnu razinu znanja ili vještina, jer će ga organizacijska struktura onemogućiti u stvaranju povećanih troškova ili pak nastupanju neželjenih posljedica.

### 3. Načelo jasnih ovlasti

Ovo načelo zahtijeva da se unutar organizacije jasno utvrde ovlasti pojedinaca u upravnoj i rukovodnoj strukturi. Provedbom ovog načela poboljšava se komunikacija unutar organizacije

### 4. Načelo delegiranja prema očekivanim rezultatima

Podučava nas kako svakom pojedincu treba dati onoliko ovlasti koliko se rezultata može očekivati od njegova rada.

### 5. Načelo apsolutne odgovornosti

Ovo načelo traži apsolutnu odgovornost podređenih prema nadređenima.

### 6. Načelo ravnomjernosti ovlasti i odgovornosti

Ovo načelo u praksi znači da nitko ne može imati veće, a niti manje odgovornosti od ovlasti koje su na njega prenesene. Omjer ovlasti i odgovornosti je jedan od važnijih čimbenika učinkovite organizacije.

### 7. Načelo jedinstva vodstva

Osigurava da se izbjegnu nesporazumi i neučinkovitosti koje proizlaze iz različitih naredbi i uputa. Što je sustav upravljanja centraliziraniji, ovo je načelo lakše ostvariti dok kod decentraliziranog sustava odlučivanja ovo načelo je teže provedivo.

### 8. Načelo razine ovlasti

Svatko za svoju razinu ovlasti mora sam preuzeti odgovornost, a ne prosljeđivati na višu razinu organizacijske strukture.

## 9. Načelo utvrđivanja funkcija

Svakom pojedincu ili grupi treba utvrditi koje funkcije mora preuzeti i koje vrste zadaća mora izvršiti. Sukladno dodijeljenim funkcijama utvrđuju se ovlasti i odgovornosti.

## 10. Načelo fleksibilnosti

Omogućit će da se uspostavljena organizacija prilagodi na promjenu bilo unutrašnjeg ili vanjskog okruženja. Fleksibilnost će se moći izmjeriti brzinom reakcije na promjene.

Iznesena načela primjenjiva su i u institucionalnoj, i u projektnoj organizaciji te ih stoga treba uvijek imati na umu želeći izbjeći probleme koji nastaju kao posljedica neorganiziranosti ili nedovoljno kvalitetne organizacije poslova.

## 2.3 UPRAVLJANJE LJUDSKIM RESURSIMA

Upravljanje ljudskim resursima je jedna od najzahtjevnijih zadaća svakog menadžera. Znanje i ljudski rad pokretači su svake aktivnosti, a kada se želi da aktivnost postigne očekivani rezultat tada će za to biti najodlučniji ljudski čimbenik. Rijetko su na raspolaganju osobe koje raspolazu znanjem i vještinama koje idealno zadovoljavaju potrebe projekta. "Upravljanje ljudskim potencijalima definiramo kao popuna radnih mjesta (poslova i zadataka) u organizacijskoj strukturi i održavanje njihove popunjenosti." (Antolović, 2009.), piše Antolović.

### Motivacija

Upravljanje ljudskim resursima uključuje vođenje pojedinaca i timova, a jedan od najvažnijih faktora je motivacija. Vrlo često menadžer mora motivirati svoje suradnike i time ih potaknuti da u realizaciju svojih zadataka ulože sve svoje snage, znanje i vještine. Motiviranost za uspjeh je put prema uspješnosti organizacije, a uspješnost organizacije cilj je svakog kvalitetnog menadžera. Uz motiviranost suradnika od izuzetne važnosti je razina njihova obrazovanja i stručnosti koja predstavlja preduvjet njihove kompetentnosti za obavljanje poslova.

### Stručnost i obrazovanje

Menadžment zahtijeva obrazovane i stručne kadrove, a osobito za osobe na čelnim položajima i dužnostima. Uz znanje kao temeljni preduvjet za uspješan menadžment potrebna je i visoka razina sposobnosti za komunikaciju i odlučivanje.

Znanje i profesionalnost zahtijeva od menadžera da dobro poznaje područja:

- financija i računovodstva, prodaje i marketinga, istraživanja i razvoja, proizvodnje i distribucije
- strateškog, taktičkog i operativnog planiranja;
- organizacije, edukacije i motivacije kadrova;
- upravljanja vremenom i resursima.

Menadžeri moraju imati znanja i sposobnosti biti voditelji projekata što zahtijeva visoku razinu sposobnosti komunikacije, te sposobnost donošenja i provedbe odluka.

## 2.4 VOĐENJE

Vođenjem se utječe na ljude kako bi doprinijeli organizaciji i ostvarenju ciljeva. Pretpostavka efikasnog menadžmenta je efikasnost vođenja. Za vođenje je izrazito važno postojanje kvalitetne informiranosti i komunikacije svih suradnika o aktivnostima i ciljevima u koje su uključeni. Vođenje kao funkcija menadžmenta nezamislivo je bez sposobnosti donošenja i provedbe odluka, to jest odlučivanja.

### Informiranost i komunikacija

Komunikacija pridonosi razmjeni informacija. Tako pošiljalatelj snosi odgovornost za jasnoću i kompletnost informacije kako bi je primatelj dobio korektnu. U menadžmentu posebno je važan jedan od oblika komunikacije, a to je pregovaranje. Pregovaranje je proces između najmanje dvije osobe ili strane u kojem je potrebno postići suglasnost o nekom pitanju, dogovoru ili ugovoru.

Komunikacija se odvija na sljedeća četiri načina:

- neformalno – uspostavljanje komunikacije s drugim ljudima kad se za to stvori prilika
- javno – putem medija
- grupno – kada se na razini grupe razmjenjuju odgovarajuće informacije, na primjer radni sastanci

- pojedinačno – u pravilu je to razgovor

Postojanje komunikacije ne mora ujedno značiti i dobru informiranost, ali naprotiv dobra i pravovremena informiranost ne može se postići bez kvalitetne komunikacije.

### Odlučivanje

Odlučivanje je proces donošenja odluka između više mogućnosti, čime se određuje buduća aktivnost. Odlukom se izabire rješenje za problemsku situaciju koja je bila predmet odlučivanja. Odlučivanje ima sljedeće faze:

- uočavanje problema
- dijagnoza problema
- postavljanje ciljeva
- traženje rješenja
- selekcija boljih rješenja
- izbor optimalnog rješenja – donošenje odluke
- planiranje primjene
- nadzor
- dorada odluke u primjeni

## 2.5 KONTROLA

Kontroliranje je mjerenje i ispravljanje organizacijskog i pojedinačnog rada kako bi se osiguralo da događaji teku prema planu. Kontrolne aktivnosti uglavnom uključuju mjerenje postignutog u odnosu na planirano. Cilj kontrole je utvrditi odstupanja od planiranog i u tom slučaju pokrenuti dodatne aktivnosti koje će pridonijeti bržem ostvarenju planiranih ciljeva.

Ciljevi kontroliranja su:

- pomoći u ostvarenju planiranih rezultata
- pomoći u prilagodbi na promjene
- spriječiti nastanak štete
- smanjiti troškove

Proces kontroliranja se odvija u tri faze, a to su:

- mjerenje ostvarenih aktivnosti
- usporedba plana i ostvarenog
- provođenje korekcija, ako je potrebno

Prema tipu, kontrola može biti:

- preventivna, predviđa probleme prije nastanka
- simultana, korigira probleme
- naknadna, otklanja posljedice problema

## POSEBNE FUNKCIJE MENADŽMENTA U KULTURI

Prema Antoloviću (Antolović, 2009.) postoje četiri posebne funkcije menadžmenta u kulturi, a to su:

- doprinos kulturi
- umjetnička kreativnost
- odnos prema javnosti
- obrazovni karakter

### 3.1 DOPRINOS KULTURI

Doprinos kulturi jedna je od važnih funkcija menadžmenta u kulturi koja se razlikuje od menadžmenta u gospodarstvu. U gospodarstvu je menadžment okrenut prioritetno prema ostvarenju profita, no to se ne može reći za menadžment u kulturi. Brojni programi i projekti u kulturi pokrenuti su i realiziraju se u želji da se ostvari kulturni pomak koji će svojim sadržajem publici dati „novo iskustvo“. Upravo ta težnja zahtijeva i potiče kontinuirani rad i stvaralaštvo koje zahtijeva od menadžmenta i umjetnika da pokušaju dati svoj doprinos kulturi. Taj doprinos se vrlo često potvrđuje kritikama, stavom publike ili nagradama.

### 3.2 UMJETNIČKA KREATIVNOST

Umjetnička kreativnost je energija koja usmjerava programe i potiče stvaralaštvo i projekte u kulturi. Bez te kreativnosti kulturna scena završila bi u stereotipima koji bi izgubila publiku. Stoga je znanje izrazito važno za uspješni menadžment kojim će poduprijeti umjetničku kreativnost kao pokretačku i temeljnu energiju ostvarenja programa ili projekta. Umjetnička kreativnost i stvaralaštvo je nezamjenjivi pokretač svih procesa u kulturi. Uloga ove stavke menadžmenta u kulturi je otkrivati i poticati kreativnost i stvaralaštvo, kako bi se ostvarili što značajniji doprinosi u kulturi i umjetnosti.

### 3.3 ODNOS PREMA JAVNOSTI

Kulturni projekt bez publike nema smisao. Koliko god je dobro pripremljen i organiziran projekt, na kraju će biti najvažniji stav publike. U svakom trenutku pripreme ili provedbe kulturne akcije mora se promišljati o publici. Publiku treba stvarati i čuvati. Građane nije dovoljno samo informirati o događaju, već ih treba zainteresirati za program. Znatiželjni i zainteresirani građani stvaraju publiku. Informiranje treba biti korektno, ne smiju se koristiti netočne informacije, ne predstavljati program onim što nije, jer će to imati za posljedicu razočarenje publike, a tako stečena publika se brzo gubi.

Publiku uvijek treba obnavljati i ponovno ih zainteresirati za program. Na stvaranje publike utječu brojni čimbenici: društvene navike, odgoj, obrazovanje. Marketing, prisutnost u medijima i obrazovanje su ključni za stvaranje publike.

Komunikacija s javnosti, to jest informiranje publike o kulturnom događaju uz pomoć promidžbenih materijala, plakata, novina, televizije, programskih brošura ili na bilo koji drugi način od najvećeg je značaja za stvaranje publike. Informacije o događaju moraju odgovarati na sljedeća pitanja:

- Što se događa?
- Kada, kojeg datuma i u koje vrijeme?
- Tko su izvođači?
- Hoće li program biti zanimljiv?
- Treba li doći sam ili u društvu?
- Koliko pojedinac mora izdvojiti novca za događaj?
- Kako osigurati mjesto u publici?

Uloga medija u informiranju publike od velike je važnosti, ne samo prije održavanja programa, već i nakon održavanja, pogotovo ako se program ponovno izvodi. Objava kritika značajna je za stvaranje publike.

### 3.4 OBRAZOVNI KARAKTER

Programi i projekti u kulturi uvijek su različiti, pa i onda kada se radi o repriznom izvođenju nekog kazališnog djela, jer u konačnici ako nema drugih razlika, prisutna je druga



publika što stvara mogućnost nove interakcije sa izvođačima. Upravo u toj interakciji između djela i publike ostvaruje se edukativni proces koji obilježava programe i projekte u kulturi. Sudjelovanje umjetnika ili osoba koje nazivamo kulturnim stvarateljima u kulturnom projektu, daje edukativnu komponentu tome činu. Obrazovni karakter programa i projekata u kulturi nije jednosmjernan već dvosmjernan proces, jer se u njemu dodatno obrazuju i svi njegovi sudionici, a ne samo publika. Tako ova funkcija menadžmenta u kulturi stvara potrebu za postizanjem izvrsnosti.

## ZAKLJUČAK

Menadžment je proces održavanja i oblikovanja okruženja kako bi se odabrani ciljevi mogli učinkovito ostvariti. Tako je shvaćen i menadžment u kulturi. Menadžment je umijeće, kao i svaka druga ljudska aktivnost. Međutim, to umijeće nije samo pitanje talenta pojedinca, već njegovih znanja o menadžmentu i kulturi. Od polovice prošlog stoljeća i razvitka menadžmenta, te razvitka kulturnog menadžmenta kao zasebne grane, razvijaju se i posebna pravila za menadžment u kulturi. Planiranje i organizacija događaja velik su i odgovoran posao za menadžere, a kako bi događaj bio dobro izveden menadžeri moraju sve držati pod kontrolom. Funkcije menadžmenta u kulturi samo su jedan dio cjelokupnog menadžmenta, ali vrlo važan, a dobro poznavanje funkcija temelj su svakog dobrog menadžera.

## POPIS LITERATURE

1. Antolović, J.: *Menadžment u kulturi*. Zagreb: Hadrian, 2009.
2. Antolović, J.: *Organizacija i kultura*. Zagreb: Hadrian, 2013.
3. Wehrich i Koontz: *Menadžment*. Zagreb: MATE, 1998.

## POPIS SLIKA

Slika 1 - Koraci u planiranju

4