

P Ē T E R S B E N D I K S E N S

IEVADS

KULTŪRAS UN MĀKSLAS

MENEDŽMENTĀ

SATURS

Priekšvārds latviešu izdevumam	9
Tulkotāja priekšvārds	10
1. Prasme pavērt ceļu kultūrai. Pirmā tuvināšanās	11
2. Ekonomiskais pamats – uzņēmējdarbības zinātnisko principu pārņemšana	35
2.1. Teksts un konteksts – menedžmenta un kultūras saistība	35
2.2. Vai pārņemsim uzņēmējdarbības menedžmenta principus?	39
2.3. Vispārējā menedžmenta mācība	47
2.4. Menedžmenta struktūras un procesi	51
2.4.1. Menedžments kā organizācijas centrs	51
2.4.2. Menedžments kā funkcija un vadošais uzdevums darbībā	64
2.4.3. Menedžments kā metode un naudas šarms	70
2.5. Menedžments starp teoriju un praksi	89
2.5.1. Menedžeris un <i>homo oeconomicus</i>	89
2.5.2. Menedžeris kā meklētājs un darītājs	104
3. Kultūras un mākslas menedžments – funkcijas un metodes	108
3.1. Kultūras menedžmenta jēdziens	108
3.2. Kultūras jēdziena ietvari	122
3.3. Kultūras un mākslas menedžmenta sastāvdaļas	130
3.4. Kultūras menedžmenta pamatfunkcijas	142
3.4.1. Atklāt un atrast	144
3.4.2. Novērtēt un izlemt	148
3.4.3. Attīstīt un izveidot	150
3.4.4. Realizēt un pārveidot	156
3.5. Plānošana vai mēģinājums un kļūda?	159
3.6. Menedžments	163
4. Tirgus un publiskās vides komunikāciju menedžments	171
4.1. Kultūrvides apstrāde	171
4.2. Tirgus un publiskās vides jēdzieni un nozīme	173

4.3. Tirgus un publiskās vides struktūras	177
4.3.1. Mārketingu un mārketinga komplekss (<i>Marketingmix</i>)	177
4.3.2. Tirgus un tā apstrāde	182
4.3.3. Publiskā vide un sabiedrisko attiecību darbs	196
4.3.4. Vide, scēna un publika	204
4.3.5. Atbalsta apvienības un attiecību tīklojumi	216
4.4. Mārketinga konceptu iestrāde	217
5. Finansiālā nodrošinājuma menedžments	228
5.1. Saimniekošana ekonomikā un kultūrā	228
5.2. Naudas aprīte ekonomikā un kultūrā	233
5.3. Dažādie kultūras finansējuma avoti	239
5.4. Naudas plūsmas aprītes pārrāvums kultūras uzņēmumā	240
5.5. Kultūras finansējuma diplomātija	243
5.6. Finanšu avotu mobilizēšanas perspektīvas	249
5.6.1. Kultūrpolitiskas piebildes	249
5.6.2. Valsts kultūras institūciju finansējums	254
5.6.3. Valsts finansiālā atbalsta formas	257
5.6.4. Sadarbība ar privāto sektoru	260
5.6.5. Sabiedrības atbalsts	266
6. Organizācijas menedžments un strukturālā piemērošanās	273
6.1. Kultūras institūciju organizācija un racionalizācija	273
6.2. Ekonomiskums un kvalitātes standarts	274
6.3. Organizācija un strukturālās pārmaiņas	277
6.4. Racionalizācija un ekspertu problemātika	283
6.4.1. Produktivitātes robeži un to absurds	283
6.4.2. Racionalizācija kā kreatīvs process	286
6.4.3. Pieaicinātu ekspertu iesaistīšanas formas	290
7. Kultūras un mākslas menedžments darbībā	297
7.1. Cik jauns ir kultūras menedžments? Par diletantismu un profesionālismu	297
7.1.1. Kultūras menedžments – jauns akcents vecā praksē	298
7.1.2. Kultūras menedžments kā vecas prakses moderna versija	306
7.1.3. Kultūras menedžments kā citādas kultūras priekšvēstnesis	308
7.2. Kultūras un mākslas menedžmenta lietojuma sfēras	312
7.2.1. Kultūras menedžmenta profesionālais aptvērumu	312
7.2.2. Izpildītājmākslas nozare	313

7.2.3. Beletristika un tēlotājmāksla	317
7.2.4. Kultūras nodaļas saimnieciskos uzņēmumos	320
7.2.5. Kultūras administrācijas ierēdņi un citi sabiedriskie dienesti	321
7.2.6. Kultūrtūrisms	322
7.2.7. Kultūras iniciatīvu loma reģionālajā attīstībā	327
7.2.8. Kultūras menedžeris – konsultants	332
7.2.9. Izglītības iestādes	333
7.3. Paplašināšanas perspektīva – kultūras menedžments ekonomikā	336
8. Kultūras un mākslas menedžmenta izglītība	339
8.1. Izglītība, treniņš un prakse	339
8.2. Bāzes kvalifikācijas	341
8.2.1. Ekonomikas zinātņu pamatnostādnes	342
8.2.2. Kultūras zinātņu pamatnostādnes	344
8.2.3. Tiesiskās pamatnostādnes	344
8.2.4. Pārvaldes zinātniskās pamatnostādnes	346
8.2.5. Pamatnostādnes informātikas izmantošanā	347
8.3. Īpašo spēju treniņš	348
8.4. Prakse kā izglītības sastāvdaļa	354
9. Atklāti jautājumi un perspektīvas	358
Personu rādītājs	365
Literatūras saraksts	366