

Projekt pokretanja Festivala kulture i komunikacija

Devetak, Lorena

Master's thesis / Specijalistički diplomski stručni

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **The University of Applied Sciences Baltazar Zaprešić / Veleučilište s pravom javnosti Baltazar Zaprešić**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:129:350099>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-27**

Repository / Repozitorij:

[Digital Repository of the University of Applied Sciences Baltazar Zaprešić - The aim of Digital Repository is to collect and publish diploma works, dissertations, scientific and professional publications](#)



VELEUČILIŠTE
s pravom javnosti
BALTAZAR ZAPREŠIĆ
Zaprešić

Stručni diplomski studij
Komunikacijski menadžment

LORENA DEVETAK

PROJEKT POKRETANJA FESTIVALA KULTURE I
KOMUNIKACIJA

DIPLOMSKI RAD

Zaprešić, 2024. godine

VELEUČILIŠTE
s pravom javnosti
BALTAZAR ZAPREŠIĆ
Zaprešić

Stručni diplomski studij
Komunikacijski menadžment

DIPLOMSKI RAD
PROJEKT POKRETANJA FESTIVALA KULTURE I
KOMUNIKACIJA

Mentor:

doc. dr. sc. Zlatko Barilović

Naziv kolegija:

PROJEKTNI MENADŽMENT

Studentica:

Lorena Devetak

JMBAG studenta:

0234059941

Zaprešić, 2024. godina.

SADRŽAJ

SAŽETAK	1
ABSTRACT	2
1. UVOD.....	3
2. PREGLED LITERATURE	5
2.1 Općenito o projektima	6
2.2. Projektni menadžment.....	7
2.3 Specifičnosti projekata u kulturi i komunikacijama.....	9
3. PROJEKT: FESTIVAL KULTURE I KOMUNIKACIJA VELEUČILIŠTA BALTAZAR ZAPREŠIĆ	13
3.1 Ulazne strategije	14
3.2 Sadržaj projekta.....	17
3.3 Analize okruženja i dionika.....	17
3.4 Ciljevi projekta namjenski i objektni	20
3.5 Resursi.....	21
3.6 Faze i taktike projekta	22
3.7 Plan projekta.....	24
3.8 Analiza rizika.....	28
3.9 Ekonomika projekta	30
3.10 Projektna organizacija	31
3.11 Projektni kontroling	33
3.12 Potencijali daljnjih razvoja projekta	34
4. ZAKLJUČAK	35
5. IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI	37
6. LITERATURA	38
7. POPIS SLIKA I TABLICA	39
ŽIVOTOPIS.....	40

SAŽETAK

Veleučilište Baltazar Zeprešić (VBZ) ističe se kao dio sustava visokog obrazovanja u Republici Hrvatskoj s originalnim studijskim programima, potičući razvoj kreativnih pojedinaca sposobnih za upravljanje poslovnim procesima i doprinoseći održivom razvoju društva. Kao dio svoje posvećenosti inkluziji i poticanju kulture, VBZ organizira Festival kulture i komunikacija, multidisciplinarnu manifestaciju koja integrira znanja menadžmenta u kulturi i kulturnom turizmu i komunikacijskog menadžmenta. Festival, koji je uspješno proveden 2022. i 2023. godine, predstavlja diferentni faktor institucije, reflektirajući njezinu posvećenost promicanju raznolikosti perspektiva, umjetničkog izraza, tehnologije i društvenih pitanja. Projekt se ostvaruje kroz sponzorstva, financijska sredstva, angažman izvođača, volontera, organizatora i suradnju s lokalnom zajednicom. Lokacija izvođenja, Novi Dvori u Zeprešiću, postaje simbol tradicije održavanja i društveno odgovornog ponašanja, pridonoseći obogaćivanju kulturne i društvene scene. Unapređenje projekta za 2024. godinu rezultirat će dodatnom inkluzivnošću i društvenom odgovornošću. Rad će analizirati ciljeve projekta, plan projekta, rizike, projektnu organizaciju i plan kontrole izvođenja. Ciljevi projekta jasno odražavaju viziju VBZ, potičući kulturnu svijest, kreativnost i inovacije. Kroz taktički pristup, plan projekta, analize rizika te ekonomske aspekte, osigurava se usklađenost s postavljenim ciljevima. Projektna organizacija i plan kontrole izvođenja pridonose strukturiranom i kontroliranom provedbom, dok zaključna ocjena projekta donosi osvrt na postignuća uz prijedloge za daljnji razvoj. Festival kulture i komunikacija VBZ ne samo da oplemenjuje akademsku zajednicu, već i čini značajan korak prema stvaranju inkluzivnog i inspirativnog prostora gdje se povezuju umjetnost, tehnologija i društvo.

Ključne riječi: projekt, projektni menadžment, kultura, komunikacija, festival, strategije.

ABSTRACT

PROJECT FOR THE LAUNCH OF A FESTIVAL OF CULTURE AND COMMUNICATION

University of Applied Sciences Baltazar Zaprešić (UAS), stands out as a part of the higher education system in the Republic of Croatia with its original study programs, fostering the development of creative individuals capable of managing business processes and contributing to sustainable societal development. As part of its commitment to inclusion and promoting culture, VBZ organizes the Festival of Culture and Communication, a multidisciplinary event that integrates knowledge of cultural management, cultural tourism, and communication management. The Festival, successfully held in 2022 and 2023, serves as a distinguishing factor for the institution, reflecting its dedication to promoting diversity of perspectives, artistic expression, technology, and societal issues. The project is realized through sponsorships, financial resources, engagement of performers, volunteers, organizers, and collaboration with the local community. The venue, Novi Dvori in Zaprešić, becomes a symbol of tradition and socially responsible behavior, enriching the cultural and social scene. Enhancements planned for the 2024 project will result in additional inclusivity and social responsibility. The paper will analyze project objectives, the project plan, risks, project organization, and execution control plan. Project objectives clearly reflect the UAS vision, fostering cultural awareness, creativity, and innovation. Through a tactical approach, project planning, risk analysis, and economic aspects ensure alignment with set goals. Project organization and execution control plan contribute to structured and controlled implementation, while the final project evaluation provides insights into achievements with suggestions for further development. The Culture and Communication Festival of UAS not only enriches the academic community but also takes a significant step towards creating an inclusive and inspiring space where art, technology, and society converge.

Keywords: project, project management, culture, communications, festival, strategies.

1. UVOD

U modernom društvu, visokoškolske institucije igraju ključnu ulogu u oblikovanju budućih generacija i doprinosu društvenom napretku. U tom kontekstu, VBZ se ističe kao važan stup visokog obrazovanja u Republici Hrvatskoj. S originalnim studijskim programima, ova institucija ne samo što potiče akademski razvoj već i promiče kreativnost i inovacije među svojim studentima. Kroz svoje strategije, VBZ nastoji razviti kreativne pojedince sposobne za upravljanje poslovnim procesima, čime doprinosi održivom razvoju društva.

U skladu sa svojim ciljevima posvećenosti inkluziji i poticanju kulturnih vrijednosti, VBZ organizira Festival kulture i komunikacija. Ovaj multidisciplinarni događaj integrira znanja iz područja menadžmenta kulture i komunikacijskog menadžmenta te predstavlja važan aspekt akademske i kulturne scene. Kroz Festival, institucija aktivno promiče raznolikost perspektiva, umjetnički izraz, tehnološke inovacije i društvenu odgovornost.

U ovom radu, analizirat će se Festival kulture i komunikacija VBZ kao primjer uspješnog projekta koji ne samo da obogaćuje akademsku zajednicu, već predstavlja i korak prema stvaranju inkluzivnog i inspirativnog prostora gdje se umjetnost, tehnologija i društvo povezuju na inovativan način. Kroz detaljnu analizu ciljeva projekta, planiranja, provedbe i zaključne evaluacije, analizirat će se ključni aspekti ovog projekta i njegov doprinos akademskoj i kulturnoj zajednici.

Rad će pružiti ne samo retrospektivni osvrt na postignuća Festivala, već i konkretnu podlogu za daljnji razvoj, jačanje utjecaja i doprinos zajednici. Kroz sve analize, očekuje se da će rad doprinijeti ne samo razumijevanju važnosti projekata u kulturi i komunikaciji već i pružiti smjernice za optimalno planiranje, izvršavanje i kontroliranje sličnih kulturnih manifestacija.

Teorijski dio diplomskog rada imat će ključnu ulogu u pružanju temeljnog razumijevanja pojmova i principa koji su relevantni za analizu projekta Festivala kulture i komunikacija jer će predstaviti temeljno upoznavanje s ključnim pojmovima i konceptima u području projektnog menadžmenta. Analizirat će se osnovne karakteristike projekta, projektni ciklus, različiti pristupi upravljanju projektima te njihov značaj. Kroz pregled relevantne literature, rad će se fokusirati na identifikaciju ključnih elemenata uspješnog vođenja projekata.

Osim toga, teorijski dio naglasit će specifičnosti kulturnih i komunikacijskih projekata. Kroz analizu relevantnih teorijskih modela, rad će istražiti kako se ovi koncepti primjenjuju u organizaciji kulturnih događanja s posebnim osvrtom na Festival kulture i komunikacija VBZ. Teorijski dio rada bit će ključan za stvaranje temeljnog okvira i razumijevanja pojmova koji će se kasnije primijeniti u analizi konkretnog projekta Festivala.

Ciljevi rada su:

- Analizirati povijest i razvoj Festivala kulture i komunikacija Veleučilišta Baltazar Zaprešić od njegovog osnutka 2001. godine do danas.
- Procijeniti kako je Festival doprinio društvenom i kulturnom kontekstu.
- Ispitati financijske aspekte organizacije Festivala, uključujući izvore financiranja, sponzorstva te utjecaj na lokalnu ekonomiju.
- Analizirati ulogu studenata Veleučilišta u organizaciji Festivala, proučavajući njihovo profesionalno i osobno iskustvo te kako sudjelovanje u takvom projektu oblikuje njihovo obrazovanje.
- Istražiti planirane inovacije za Festival kulture i komunikacija 2024. godine te predložiti konkretne smjernice za poboljšanja i daljnji razvoj Festivala, s ciljem jačanja njegovog utjecaja i doprinosa zajednici.
- Provesti SWOT analizu kako bi se identificirale snage, slabosti, prilike i prijetnje Festivala, te razmotriti PESTLE faktore koji bi mogli utjecati na njegovu provedbu.

Metode ostvarenja ciljeva rada uključuju analizu literature, induktivno-deduktivnu metodu, metodologiju slučaja - Festival, generalizaciju na temelju teorijske analize, SWOT i PESTLE analize te deskriptivnu metodu opisa projekta, dionika, utjecaja na zajednicu i opisa rezultata projekta.

2. PREGLED LITERATURE

Projektno upravljanje igra ključnu ulogu u osiguravanju uspjeha projekata kroz jasno definirane procese i metodologije. Buble (2010) naglašava važnost planiranja i kontrole u projektom menadžmentu, ističući da su ti procesi ključni za postizanje projektnih ciljeva. Omazić i Baljkas (2005) ističu da je učinkovito upravljanje resursima presudno za uspjeh projekta, jer omogućava optimalnu alokaciju i korištenje dostupnih resursa. Hauc (2007) dodatno objašnjava važnost projektne kontrole, naglašavajući potrebu za sustavnim praćenjem i evaluacijom kako bi se pravovremeno uočila odstupanja i poduzele korektivne mjere.

Pavić-Rogošić (2012) pruža detaljan pregled upravljanja projektom ciklusom i pristupom logičke matrice, naglašavajući važnost strukturiranog pristupa u svim fazama projekta. Vaničkova (2017) ističe primjenu PRINCE2 metodologije kao standardiziranog pristupa koji može značajno unaprijediti učinkovitost i uspješnost projekata. Fertalj, Car i Nižetić Kosović (2016) također naglašavaju važnost primjene različitih metoda i alata projektne kontrole za postizanje uspjeha projekta.

Uloga menadžera projekata ključna je za koordinaciju timova i resursa, a prema Martinichu (2016), balansiranje top-down i bottom-up pristupa menadžmentu može dovesti do izvrsne izvedbe. Radujković i sur., (2012) ističu važnost planiranja i kontrole projekata, naglašavajući da su ove aktivnosti ključne za usklađivanje stvarnog izvođenja s planiranim ciljevima.

U kontekstu održivog razvoja, Čović (2019) ističe da je važno integrirati principe održivosti u sve faze projektnog ciklusa. Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije naglašava potrebu za praćenjem i vrednovanjem projekata kako bi se osigurala njihova usklađenost s ciljevima održivog razvoja.

Brendiranje u kulturnim projektima predstavlja poseban izazov, ali može donijeti značajne prednosti. Sunara i Jeličić (2010) navode da kulturne ustanove mogu koristiti brendiranje za poboljšanje svoje vidljivosti i privlačenje publike, što je ključno za njihov dugoročni uspjeh. Funda (2011) dodatno naglašava važnost menadžmenta u malim poduzećima, ističući kako učinkovito upravljanje može doprinijeti održivosti i rastu. Ljubičić (2011) istražuje specifičnosti projektnog menadžmenta u kulturnim sektorima, nudeći uvid u prilagođene strategije i metodologije.

Na kraju, Daniels (2017) pruža pregled pet faza životnog ciklusa projektnog menadžmenta, naglašavajući važnost svake faze u postizanju ukupnog uspjeha projekta. VBZ (2023) u svom planu i programu za 2024. godinu, naglašava važnost kontinuiranog obrazovanja i unapređenja vještina u području projektnog menadžmenta, što je ključno za prilagodbu promjenama u okruženju i tržištu.

2.1 Općenito o projektima

Projekt je ograničeno vremensko nastojanje koje ima za cilj stvaranje jedinstvenog proizvoda, usluge ili rezultata. Prema Fertalj, Car i Nižetić-Kosović (2016), projekt je definiran kao pothvat s jasno određenim početkom i krajem koji završava kad se postignu ciljevi ili postane očito da to neće biti ostvareno. Završetak projekta može biti i iniciran zahtjevom klijenta ili sponzora. Radujković i suradnici (2012: 17) projekt definiraju kao "svaki jednokratni ljudski pothvat s unaprijed definiranim ciljem, koji se izvodi u zadanom vremenskom roku po fazama, uz upotrebu različitih ograničenih resursa." S druge strane, prema Turneru (2009) kako je navedeno u radu Buble (2010: 1), „projekt je pokušaj u kojem su ljudski, financijski i materijalni resursi organizirani na novi način, s jedinstvenim ciljem, unutar ograničenih troškova i vremena, kako bi se isporučila korisna promjena definirana pomoću kvalitativnih i kvantitativnih ciljeva." Projekti su jedinstveni i privremeni poduhvati koji uključuju aktivnosti koje se odnose na nešto što prethodno nije postojalo. Progresivno razrađivanje ključno je za razvoj projekta, što znači da se projekt postupno razvija od koncepta prema detaljnom planu kroz neprekidna poboljšanja i detaljiziranje informacija. Kroz niz iteracija, informacije postaju sve detaljnije, a procjene sve preciznije, što rezultira razrađenim planom projekta (Fertalj, Car i Nižetić-Kosović, 2016).

Upravljanje projektima uključuje primjenu znanja, vještina, alata i tehnika kako bi se ispunili zahtjevi projekta, uključujući identifikaciju zahtjeva, upravljanje resursima, komunikaciju među dionicima i druge procese. Parametri poput opsega, kvalitete, troškova, vremena i resursa izravno utječu na uspjeh projekta (Fertalj, Car i Nižetić-Kosović, 2016).

Prema ISO standardu 10006:2003, projekt je „jedinstveni proces koji se sastoji od koordiniranih i kontroliranih aktivnosti koje imaju početak i kraj”, s postizanjem određenog cilja uzimajući u obzir ograničenja u vremenu, troškovima i resursima. Razumijevanje razlika i povezanosti između projekta, programa i portfelja ključno je za upravljanje projektima. Prema PMI (Project Management Institute, 2018), program je "skup međusobno povezanih projekata kojima se

koordinirano upravlja kako bi se postigle prednosti koje ne bi bile dostupne kad bi se njima pojedinačno upravljalo". Portfelj predstavlja skupinu programa, projekata i drugih poslova grupiranih radi poboljšanja upravljanja i postizanja strateških ciljeva organizacije.

Projekti su privremene aktivnosti s planiranim vremenskim okvirom, jasno definiranim početkom i krajem te ograničenim resursima. Financijski proračun projekta obično se izrađuje paralelno s planiranjem aktivnosti ili se definira na kraju planiranja projekta, obuhvaćajući sva sredstva potrebna za provedbu aktivnosti i ispunjenje ciljeva.

Ciljevi projekta moraju biti mjerljivi, izazovni, ali i realistični. SMART metoda (specifičan, mjerljiv, akciono orijentiran, realističan/relevantan, temporalno određen) često se koristi za postavljanje ciljeva kako bi bili ostvarivi i motivirajući (Pavić-Rogošić, 2012).

Upravljanje projektima može se provoditi odozgo prema dolje, odozdo prema gore ili kombinacijom oba pristupa, ovisno o kontekstu projekta. Balansiranje ovih pristupa može osigurati optimalno vođenje projekata, uz jasno definirane ciljeve i aktivnosti koje ih ostvaruju (Martinich, 2016).

Općeprihvaćene karakteristike projekta uključuju privremenost, jedinstvenost rezultata, usmjerenost na određeni cilj, jasnu strukturu djelovanja i obavljanja zadataka unutar projekta, financijsku neovisnost te težnju za kvalitetom i provedbom promjena.

2.2 Projektni menadžment

Svaki projekt je privremen, što znači da ima definiran početak i kraj. Aktivnosti i zadatci unutar projekta trebaju se planirati i izvršavati učinkovito, u skladu s vremenskim okvirom koji je unaprijed određen. Bitno je osigurati da je zadani vremenski okvir dovoljan za učinkovito obavljanje svih zadataka.

Projektni ciklus obuhvaća niz faza kroz koje projekt prolazi od početka do kraja. Svaka faza projekta sastoji se od logički povezanih aktivnosti koje kulminiraju u ostvarenju jednog ili više isporučivih rezultata (Project Management Institute, 2018). Temeljni životni ciklus projekta uključuje tri ključne faze: inicijalnu, fazu provedbe i završnu fazu. U inicijalnoj fazi, naglasak je na oblikovanju vizije i strategije projekta, definiranju ciljeva te planiranju aktivnosti i resursa (Omazić i Baljkas, 2005). Ova faza također obuhvaća procjenu vrijednosti i izvedivosti projekta kroz dokumente poput poslovnog slučaja i studije izvedivosti. Nakon inicijalne faze, projekt

prelazi u fazu planiranja, gdje se detaljno definiraju ciljevi, isporučivi rezultati te plan aktivnosti, kako bi se osiguralo usklađivanje s vizijom projekta i optimalno iskorištenje resursa. Faza provedbe obuhvaća formiranje i organizaciju projektnog tima, te izvođenje aktivnosti prema planu uz nadzor, vođenje i rješavanje problema. Izvršna faza proizlazi iz prethodno definiranog projektnog plana. Po završetku provedbe, slijedi završna faza koja se fokusira na evaluaciju procesa i učinkovitosti projekta, analizu rezultata te planiranje budućih promjena i unaprjeđenja. Ova faza također uključuje zatvaranje projekta i prijenos resursa na sljedeći projekt, koristeći lekcije naučene za jačanje tima i procesa za buduće projekte (Daniels, 2017).

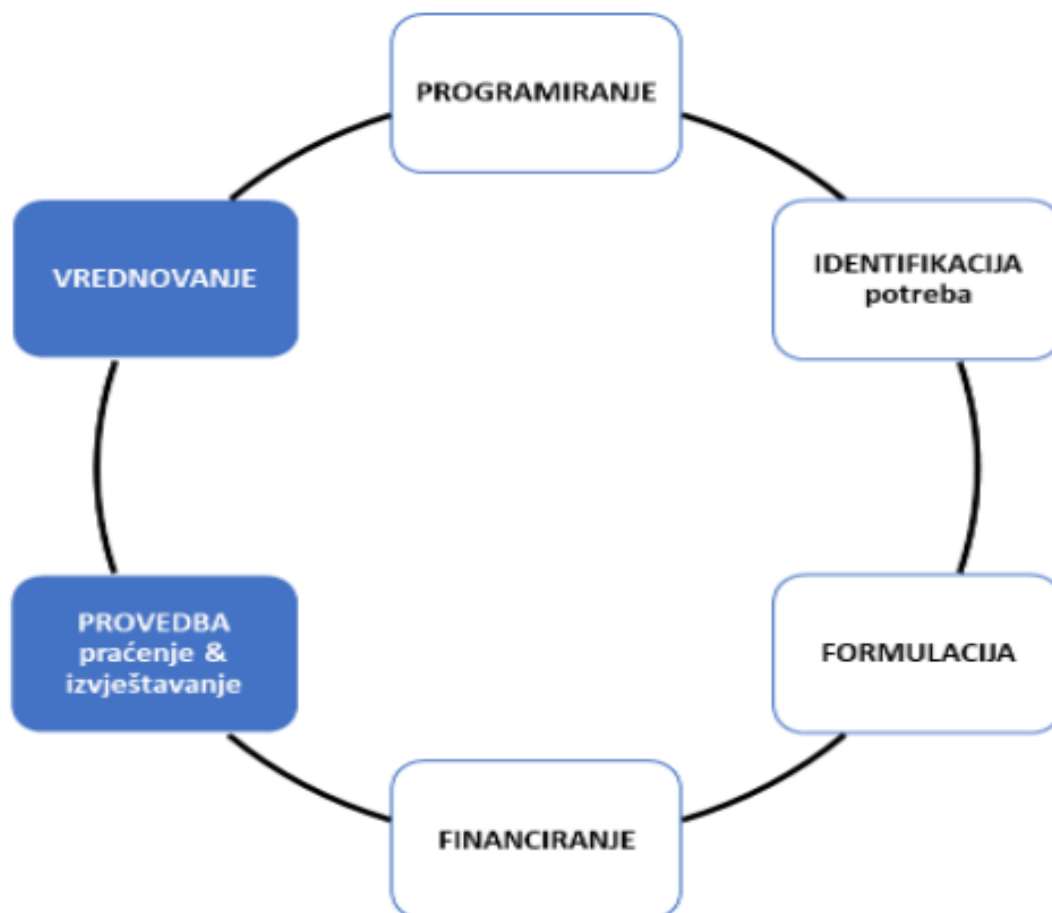
Upravljanje projektima podrazumijeva primjenu znanja, vještina, alata i tehnika u aktivnostima projekta kako bi se postigli projektni ciljevi. Jasno definirana metodologija za upravljanje projektima ključna je za osiguravanje da svi dionici projekta imaju zajedničko razumijevanje organizacije projekta i vremena izvođenja (Ministarstvo financija Republike Hrvatske, 2010). Primjena strukturiranih pristupa kao što je PRINCE2 (PROjects IN Controlled Environments) može pružiti okvir za uspješno upravljanje projektima od početka do kraja (Vanićkova, 2017).

PRINCE2 metodologija se temelji na sedam ključnih principa, sedam upravljačkih tema i sedam procesa. Glavne karakteristike uključuju naglasak na poslovnoj opravdanosti, definiranu organizacijsku strukturu, podjelu projekta na upravljačke faze, fokus na proizvode i njihovu kvalitetu te fleksibilnost. Ovi principi, teme i procesi zajedno osiguravaju učinkovito upravljanje projektima.

Održivost projekta obuhvaća kontinuirano održavanje postignutih rezultata i ciljeva projekta čak i nakon formalnog završetka. Implementacija održivosti počinje tijekom provedbe projekta i ključna je za dugoročni utjecaj projekta na zajednicu (Čović, 2019). Različite dimenzije održivosti uključuju financijsku, institucionalnu, političku i ekološku održivost.

Praćenje i vrednovanje su ključni dijelovi provedbe projekata, ali se razlikuju po fokusima i metodologijama. Dok se praćenje usredotočuje na kontinuirano prikupljanje podataka o napretku projekta, vrednovanje je sveobuhvatnija aktivnost usmjerena na dublju analizu učinka i efikasnosti projekta te na procjenu različitih aspekata upravljanja. Vrednovanje, ili evaluacija, provodi se sustavno i objektivno kako bi se donositeljima odluka pružile informacije o djelotvornosti, učinkovitosti, održivosti, relevantnosti i ostalim karakteristikama projekta (Slika 1). Revizije pružaju dublju analizu kako su poslovni procesi unutar sustava doprinijeli

promjenama i usklađenost intervencija (Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije, 2021).



Slika 1: Vrednovanje i provedba

Izvor: Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije (2021).

2.3 Specifičnosti projekata u kulturi i komunikacijama

Kultura predstavlja kompleksan pojam koji se teško može jednostavno definirati zbog svoje raznolikosti i dubokih društvenih korijena. Prema Ljubičiću (2011), ona se može promatrati kao opći proces civilizacije koji obuhvaća samouzdizanje i obrazovanje, kao i skup vjerovanja, praksi i načina života koji razlikuju etničke skupine, društvene slojeve i profesionalne zajednice. Također, kultura obuhvaća i djela intelektualne, osobito umjetničke aktivnosti koje čine temelj ljudske kreativnosti i izražavanja.

Tradicionalni kulturni sektor dijeli se na nekoliko ključnih segmenata. Ne-industrijski sektor obuhvaća umjetnička djela koja se konzumiraju na licu mjesta, poput koncerata, izložbi i kulturne baštine koja se ne može jednostavno reproducirati. S druge strane, industrijski sektor fokusira se na masovnu produkciju kulturnih proizvoda poput knjiga, filmova i glazbenih snimki koristeći suvremene tehnologije za brzu distribuciju i visoku financijsku vrijednost. Kreativni sektor integrira kulturu u proizvodnju ne-kulturnih dobara poput dizajna, arhitekture i kulturnog turizma, povezujući umjetnost s komercijalnim i inovativnim industrijama (Ljubičić, 2011).

U dosadašnjem radu istaknuto je da su ključne karakteristike projektnog menadžmenta privremenost i jedinstvenost. Svaki kulturni događaj poput festivala, koncerta ili izložbe može se smatrati jedinstvenim projektom koji zahtijeva pažljivo planiranje, provedbu i evaluaciju kako bi se postigao uspjeh. Upravljanje festivalom, primjerice, zahtijeva primjenu specifičnih znanja, alata i tehnika projektnog menadžmenta kako bi se koordinirali različiti segmenti poput umjetničkih nastupa, logistike i promocije.

Menadžment u kulturi odražava primjenu suvremenih menadžerskih pristupa u stvaranju, promidžbi i distribuciji kulturnih proizvoda. U kontekstu sve veće komercijalizacije kulture, znanje i tehnike projektnog menadžmenta postaju ključne za opstanak kulturnih i umjetničkih ustanova te za uspješno povezivanje kulturnih događaja s publikom i tržištem. Projektni menadžment idealno se prilagođava potrebama kulturnih organizacija jer omogućuje strukturirano vođenje kompleksnih projekata poput umjetničkih produkcija i festivala, koji istovremeno obogaćuju društvo i potiču javnu raspravu.

Ukratko, projektni menadžment u kulturi nije samo metodologija već i ključni alat za inovaciju, održivost i razvoj kulturnog sektora. Poznavanje ovih principa omogućuje kulturnim djelatnicima i umjetnicima uspješnu organizaciju događanja koja ne samo što zabavljaju i informiraju, već i aktivno doprinose razvoju društva i kulture.

U suvremenom društvu, projekti u području kulture i komunikacija igraju ključnu ulogu u oblikovanju identiteta, promicanju kulturne raznolikosti i poticanju javne rasprave o važnim pitanjima. Od umjetničkih izložbi i kazališnih predstava do medijskih kampanja i digitalnih projekata, projekti u kulturi i komunikaciji obuhvaćaju širok spektar aktivnosti koje imaju dubok i širok utjecaj na društvo.

Ovi projekti se suočavaju s jedinstvenim izazovima i mogućnostima koji proizlaze iz dinamične prirode kreativnih industrija, brzog razvoja tehnologije i promjenjivih društvenih trendova. Stoga je razumijevanje specifičnosti ovih projekata ključno za uspješno planiranje, implementaciju i evaluaciju. Prema Schein (1990) posebnosti projekta u kulturi i komunikaciji su sljedeći.

- **Kreativni procesi:** Ovi projekti često se oslanjaju na kreativne procese kao što su dizajn, umjetnost, književnost ili medijska produkcija. Stoga je važno upravljati projektima s razumijevanjem specifičnih potreba kreativnog procesa i prilagodbom tradicionalnih metodologija projektiranja.
- **Interdisciplinarnost:** Projekti u kulturi i komunikaciji često zahtijevaju suradnju između različitih disciplina poput umjetnosti, tehnologije, društvenih znanosti i komunikacijskih studija. Stoga je ključno uspostaviti efikasne mehanizme komunikacije i suradnje između različitih stručnjaka.
- **Emocionalna angažiranost:** Ovi projekti često imaju emocionalni utjecaj na publiku ili korisnike. Stoga je važno razumjeti i upravljati emocionalnim aspektima projekta kako bi se postigao željeni utjecaj ili reakcija.
- **Javni interes:** Mnogi projekti u kulturi i komunikaciji imaju cilj promicanja javnog interesa, obrazovanja ili kulturne raznolikosti. Stoga je bitno uzeti u obzir širu društvenu i kulturnu kontekstualizaciju projekta prilikom planiranja i implementacije.
- **Inovacija i eksperimentiranje:** Kultura i komunikacija često potiču inovativne ideje i eksperimentiranje s novim formatima, tehnologijama ili umjetničkim izrazima. Stoga je važno imati fleksibilnost i otvorenost za promjene tijekom projekta kako bi se podržalo eksperimentiranje i inovacije.
- **Publika i angažman zajednice:** Ovi projekti često su usmjereni na publiku i angažman zajednice. Stoga je bitno istražiti kako se ti projekti povezuju s publikom, kako ih privlače i uključuju u aktivnosti te kako stvaraju osjećaj pripadnosti i identiteta.
- **Društveni utjecaj:** Projekti u kulturi i komunikaciji često imaju društveni utjecaj, bilo kroz promicanje kulturne raznolikosti, podizanje svijesti o određenim temama ili poticanje društvenih promjena. Stoga je važno istražiti kako vaš festival doprinosi društvenim ciljevima i promjenama.
- **Upotreba tehnologije:** U današnjem digitalnom dobu, tehnologija igra važnu ulogu u projektima kulture i komunikacija. Stoga je bitno istražiti kako se tehnologija koristi u

vašem projektu, bilo kroz online platforme, interaktivne instalacije, digitalne medije ili druge inovativne pristupe.

- **Međunarodna suradnja:** Projekti u kulturi i komunikaciji često uključuju suradnju s međunarodnim partnerima, umjetnicima ili institucijama. To može obuhvaćati organizaciju međunarodnih izložbi, festivala ili kulturnih razmjena, što zahtijeva posebnu pažnju prema različitim kulturalnim kontekstima i jezicima.
- **Održivost i ekologija:** S obzirom na sve veću svijest o ekološkim pitanjima, projekti u kulturi i komunikaciji često teže prema održivosti i ekološkoj osviještenosti. To može uključivati korištenje recikliranih materijala, smanjenje ugljičnog otiska ili promicanje ekoloških vrijednosti kroz umjetničke ili medijske aktivnosti.
- **Inkluzivnost i diversitet:** Projekti u kulturi i komunikaciji često teže prema inkluzivnosti i promicanju različitosti. To može uključivati programiranje događaja koji su pristupačni osobama s invaliditetom, promicanje različitih kulturnih identiteta ili podršku umjetnicima i kreativcima iz različitih socijalnih i kulturnih pozadina.
- **Edukacija i osnaživanje:** Mnogi projekti u kulturi i komunikaciji imaju edukativni aspekt, koji se može manifestirati kroz radionice, predavanja, ili interaktivne aktivnosti. Ovi projekti imaju potencijal ne samo za podizanje svijesti, već i za osnaživanje pojedinaca i zajednica kroz stjecanje novih vještina i znanja.
- **Financiranje i održivost:** Budući da projekti u kulturi i komunikaciji često ovise o financijskoj podršci, upravljanje financijama i osiguravanje dugoročne održivosti projekta ključni su elementi. To uključuje razvoj strategija prikupljanja sredstava, diversifikaciju prihoda i osiguravanje transparentnog financijskog upravljanja.
- **Kulturna diplomacija:** Projekti u kulturi i komunikaciji često imaju potencijal za promicanje kulturne razmjene i razumijevanja među različitim državama i kulturama. Kroz suradnju s diplomatskim misijama, međunarodnim organizacijama ili kulturnim institucijama, ovi projekti mogu doprinijeti jačanju međunarodnih odnosa i dijalogu.

Kada se radi o provođenju projekata u kulturi, osmišljavanje brenda i vizualnog identiteta postaje ključno. Vizualni identitet je ključan dio brendiranja jer je ono što se vidi. Prema Clifton i sur. (2009), vizualna prepoznatljivost brenda može biti kombinacija različitih elemenata poput imena, simbola, slogana ili boje. Ime je posebno važno jer pruža univerzalnu referentnu točku, no važnost brenda nije ograničena samo na ime.

Identitet organizacije, kako navode Sunara i Jeličić (2010), predstavlja konkretan manifest njezine stvarnosti, uključujući imena, brendove, simbole i organizacijsku viziju. Stvaranje temelja brenda uključuje definiranje misije, vrijednosti, ciljeva i ciljane publike.

Kada je riječ o projektima koji utječu na razvoj kulture, važno je razmotriti uklapanje kulturnih proizvoda u koncept brendiranja. Brend se može razvijati za različita područja ljudskog djelovanja, od proizvoda do usluga i doživljaja. Menadžeri u kulturnim ustanovama sve više prepoznaju važnost brendiranja kako bi privukli publiku.

Vizualni identitet je neizostavan dio brendiranja, a njegova kontrola je ključna kako bi se izbjegle eventualne štete. Identitet treba često pregledavati i održavati kako bi institucije, organizacije, udruge ili projekti prenijeli svoju poruku i istaknuli se na tržištu. Stoga je praćenje standarda i trendova te stalno održavanje i usavršavanje vizualnog identiteta ključno za uspjeh u promociji kulture i projekata u tom području.

Ostatak rada donosi konkretan praktičan primjer sukladno primjeni metodologije pokretačkog elaborata projekta na projektu Festivala kulture i komunikacija.

3. PROJEKT: FESTIVAL KULTURE I KOMUNIKACIJA VELEUČILIŠTA BALTAZAR ZAPREŠIĆ

VBZ djeluje od 2001. godine kao visokoškolska ustanova, poznata po svojim originalnim i jedinstvenim programima koje su sastavili vrhunski stručnjaci i znanstvenici iz polja ekonomije. Ovi programi, akreditirani od strane Ministarstva znanosti, obrazovanja i sporta te Agencije za znanost i visoko obrazovanje Republike Hrvatske, pružaju temelj za razvoj kreativnih pojedinaca sposobnih za upravljanje poslovnim procesima i doprinose održivom razvoju društva (bak.hr, 2023).

Kako bi se uspješno prilagodile promjenama i unaprijedile svoje poslovanje, organizacije, tvrtke, obrazovne institucije i drugi akteri na tržištu osmišljavaju strategije koje se često prenose u obliku projekata. Projekti omogućuju organizacijama da ovladaju promjenama te demonstriraju svjesnost o tim promjenama putem jasno postavljenih ciljeva. Projekt je jedinstven poduhvat ka cilju, vođen od strane ljudi te sadrži financijske elemente, elemente

rasporeda i kvalitete. Kao odgovor na konstantne promjene, projekti predstavljaju ključne alate za postizanje organizacijskih ciljeva (Hauc, 2007).

Jedan takav projekt je Festival kulture i komunikacija, organiziran od strane VBZ: usmjerenje Menadžment u kulturi i kulturnom turizmu unutar studija Poslovanje i upravljanje i stručnog diplomskog studija Komunikacijski menadžmenta. Ovaj festival, uspješno proveden 2022. i 2023. godine, predstavlja diferentni faktor VBZ kao pružatelja visokoškolskog obrazovanja. Festival je odraz posvećenosti Veleučilišta i njegovih studenata i osoblja u stvaranju prostora gdje se susreću različite perspektive, umjetnički izrazi, tehnologija i društvena pitanja. Ideja o unapređenju postojećeg Festivala kulture i komunikacija potaknuta je potrebom za daljnjim razvojem i održavanjem festivala, koji će se po treći put održati 2024. godine. Projekt Festivala kulture i komunikacija ima posredne ekonomske učinke, a njegova misija je stvaranje poticajnog i inkluzivnog okruženja koje potiče interdisciplinarnu razmjenu ideja, promiče umjetnički izraz i gradi mostove između različitih aspekata kulture i komunikacija. Vizija festivala je stvoriti dinamičan prostor gdje će se studenti, profesori, lokalna zajednica i stručnjaci iz različitih područja susresti, povezati i proslaviti bogatstvo kulture i komunikacija, potaknuti inovacije, poticati razmišljanje i podržavati kreativnost kroz seriju tribina, radionica i umjetničkih izričaja. Metodologijom pokretačkog elaborata projekta obrađene su strategije ulaska, sadržaj projekta, ciljevi, plan projekta, analiza rizika, ekonomika projekta, projektna organizacija te plan kontrole izvođenja projekta i zaključna ocjena s prijedlozima za daljnji rad na projektu.

3.1 Ulazne strategije

Projekt Festivala kulture i komunikacija, koji je iniciran od strane studenata i zaposlenika VBZ, usklađen je s vizijom, misijom i temeljnim organizacijskim vrijednostima ustanove. Ovdje ćemo detaljno analizirati strategije Veleučilišta i načine na koje se Festival podudara s njima:

1. Poticanje razvoja kreativnih pojedinaca sposobnih za upravljanje poslovnim procesima (Strategija 1)

- Projekt Festivala kulture i komunikacija pruža platformu za studente i zaposlenike Veleučilišta da primijene svoje kreativne sposobnosti i vještine upravljanja poslovnim procesima. Kroz organizaciju Festivala, sudionici stječu praktična iskustva i razvijaju kompetencije potrebne za buduće vođenje poslovnih procesa.

2. Razvoj proaktivnog pristupa u primjeni teorijskih i empirijskih dostignuća (Strategija 2)

- Festival kulture i komunikacija omogućuje primjenu teorijskih i empirijskih znanja iz područja kulture i komunikacija u stvarnom svijetu. Sudionici Festivala koriste svoje akademske spoznaje u organizaciji događaja, osmišljavanju sadržaja i komunikaciji s publikom, što doprinosi unapređenju poslovnih procesa i praktičnoj primjeni stečenih znanja.

3. Podupiranje slobode akademskog izražavanja i kreativnog djelovanja (Strategija 3)

- Festival kulture i komunikacija promiče slobodu akademskog izražavanja i kreativnog djelovanja kroz različite aktivnosti poput radionica, street art predstava i panel rasprava. Ovaj pristup potiče otvoreni dijalog, kritičko razmišljanje i aktivno sudjelovanje u kulturnim aktivnostima, što odražava vrijednosti Veleučilišta.

4. Poticanje kreativnog i inovativnog potencijala ustanove i okruženja (Strategija 4)

- Projekt Festivala kulture i komunikacija predstavlja jedinstvenu priliku za poticanje kreativnog i inovativnog potencijala Veleučilišta i njegovog okruženja. Sudjelovanje studenata i zaposlenika u organizaciji Festivala potiče razvoj novih ideja, suradnju i izgradnju kreativne atmosfere unutar ustanove.

5. Visoka akademska kvaliteta i povezanost s praksom (Strategija 5)

- Festival kulture i komunikacija doprinosi visokoj akademskoj kvaliteti Veleučilišta kroz praktično iskustvo i primjenu teorijskih znanja u stvarnim situacijama. Sudjelovanje u organizaciji Festivala omogućuje studentima da povežu svoje akademske spoznaje s praksom i razvijaju vještine potrebne za buduće karijere u području kulture i komunikacija.

6. Društvena uloga Veleučilišta (Strategija 6)

- Festival kulture i komunikacija ima značajnu društvenu ulogu kao događaj koji promiče kulturnu raznolikost, otvorenost i inkluziju. Kroz različite kulturne aktivnosti i događaje, Festival doprinosi obogaćivanju kulturnog života zajednice i jačanju veza između Veleučilišta i lokalne zajednice.

Ova analiza pokazuje kako je projekt Festivala kulture i komunikacija usklađen s strateškim ciljevima i vrijednostima VBZ te kako doprinosi ostvarenju misije ustanove.

Ulazne strategije za projekt Festivala kulture i komunikacija mogu biti ključne za postizanje ciljeva i usklađenost s misijom i vizijom VBZ. Evo nekoliko ulaznih strategija koje bi mogli razmotriti:

- **Angažiranje studenata i zaposlenika:** Potrebno je osigurati aktivno sudjelovanje studenata i zaposlenika Veleučilišta u organizaciji Festivala. To se može postići kroz promidžbu projekta, organizaciju radionica i sastanaka te poticanjem ideja i inicijativa.
- **Suradnja s lokalnom zajednicom:** Važno je uspostaviti suradnju s lokalnim organizacijama, institucijama i poduzećima kako bi se osigurala podrška i resursi za Festival. Ovo može uključivati partnerstva za financiranje, prostor za događaje i promociju Festivala.
- **Korištenje tehnoloških alata:** Primjena tehnoloških alata poput društvenih mreža, web stranica i mobilnih aplikacija može olakšati promociju Festivala, komunikaciju s publikom i praćenje rezultata. Razvoj digitalnih strategija može biti ključan za doseganje ciljane publike.
- **Stvaranje partnerskih programa:** Razvijanje partnerskih programa s drugim obrazovnim institucijama, kulturnim ustanovama ili poduzećima može proširiti utjecaj Festivala i pružiti dodatne mogućnosti za sudjelovanje i suradnju.
- **Osnaživanje volontera:** Potrebno je osigurati adekvatnu obuku i podršku volonterima koji sudjeluju u organizaciji Festivala. Ovo može uključivati organizaciju radionica, dodjelu mentorskih timova i osiguranje resursa potrebnih za uspješno provođenje aktivnosti.
- **Kreiranje promidžbenih kampanja:** Razvoj kreativnih promidžbenih kampanja ključan je za privlačenje publike i stvaranje svijesti o Festivalu. Ovo može uključivati medijske priopćenja, plakate, letke, digitalne oglase i druge marketinške alate.

Ove ulazne strategije mogu poslužiti kao temelj za planiranje i provedbu projekta Festivala kulture i komunikacija, osiguravajući usklađenost s ciljevima VBZ i poticanje razvoja kreativnih pojedinaca i poslovnih procesa u skladu s misijom ustanove.

3.2 Sadržaj projekta

Festival kulture i komunikacija nastao je kao rezultat plodne suradnje usmjerenja Menadžment u kulturi i kulturnom turizmu unutar studija Poslovanje i upravljanje te stručnog diplomskog studija Komunikacijski menadžment koji se izvodi na Veleučilištu. Ovaj multidisciplinarni pristup odražava integraciju znanja iz područja upravljanja kulturom i komunikacijom, stvarajući jedinstvenu platformu za kulturnu raznolikost. Dosadašnja uspješnost festivala očituje se u znatnom broju posjetitelja, a očekuje se još veći odaziv što potvrđuje rastuću popularnost događaja. Festival ima ključnu ulogu u poticanju dijaloga i razmjene ideja među stručnjacima, studentima, profesorima te širom zajednicom zainteresiranom za kulturu i društveni napredak. Kroz bogat program tribina, radionica i koncerata, projekt pridonosi kulturnoj svijesti, potiče kreativnost te stvara prostor za inovaciju i izražavanje unutar zajednice. Ova kulturna manifestacija teži postati prepoznatljivim mjestom susreta, čime doprinosi obogaćivanju lokalne kulturne i društvene scene. Važnost festivala ogleda se u poticanju interesa za umjetnost, kulturu i tehnologiju, pružanju prilika mladim talentima te diferencijaciji od konkurencije kao jedinstvenog događaja. Diferencijacija Festivala kulture i komunikacija 2024. godine proizlazi iz društveno odgovorne inicijative. S obzirom na tematiku Festivala, novitet u 2024. godini biti će i projekcija kratkih filmova izrađenih od strane studenata na kolegiju „medijski praktikum“ koji će se emitirati tijekom cijelog Festivala u Muzeju Matije Skurjeni. U određenom terminu posjetitelji će se moći uključiti u razgovor s glavnim akterima nakon projekcije. Također, kako bi dodatno približili različite kulture, a i uključili Erasmus studente, novitet će biti uključivanje gastronomskih elemenata kao što su degustacije hrane iz različitih kultura Erasmus studenata.

3.3 Analize okruženja i dionika

U uvodu projekta, izvršena je analiza okruženja kako bi se bolje razumjele vanjske i unutarnje snage koje mogu utjecati na provedbu Festivala kulture i komunikacija. Ova analiza uključivala je SWOT analizu (analizu snaga, slabosti, prilika i prijetnji), PESTLE analizu (analizu političkih, ekonomskih, socijalnih, tehnoloških, pravnih i ekoloških čimbenika) te analizu dionika (stakeholder analysis). SWOT analiza identificirala je ključne unutarnje snage i slabosti Veleučilišta, uključujući resurse, vještine i mogućnosti za poboljšanje, kao i vanjske prilike i prijetnje koje mogu proizaći iz okruženja projekta. PESTLE analiza pružila je dublji uvid u šire društveno, ekonomsko, političko, pravno, tehnološko i ekološko okruženje u kojem se projekt provodi, omogućavajući bolje razumijevanje konteksta i utjecaja vanjskih čimbenika na uspjeh

projekta. Analiza dionika identificirala je ključne dionike, njihove uloge, interese i utjecaj na projekt, čime je omogućila bolje upravljanje odnosima s njima tijekom provedbe projekta. stakeholder analiza, kako je opisao Gutić (2017), ključna je za uspješnost projekta jer omogućuje detaljnu identifikaciju i rangiranje relevantnih dionika, kao i razumijevanje njihovog značaja i utjecaja na projekt. Analiza obuhvaća identifikaciju podržavajućih elemenata i pretpostavki, ali i ograničavajućih čimbenika za svakog dionika. Važno je procijeniti intenzitet i smjer tih faktora te utvrditi dominirajuće elemente i pretpostavke. Na temelju toga, mogu se formulirati strategijske alternative i odabrati optimalna strategija za organizaciju. Ove analize pružaju temelj za informirane odluke i strategije koje su usmjerene na maksimiziranje potencijalnih prilika i minimiziranje prijetnji te osiguravanje usklađenosti s relevantnim interesima dionika.

Tablica 1. SWOT analiza projekta

Snage (S)	Slabosti (W)
Suradnja studijskih programa	Ovisnost o interesu publike
Velik broj posjetitelja	Ograničenje tema
Raznolik program s tribinama i radionicama	Potreba za boljim marketingom
Aktivno sudjelovanje stručnjaka, studenata i profesora	Logistički izazovi
Prilike (O)	Prijetnje (T)
Rastući trendovi u umjetnosti, kulturi i tehnologiji	Konkurencija drugih događanja
Potencijal za sponzorstva i partnerstva	Financijska ograničenja
Povećanje interesa za suvremene teme	Ovisnost o izvođačima
Međunarodna suradnja i širenje mreže	Nepredviđeni problemi

Izvor: izrada autora

Tablica 2. PESTLE analiza projekta

Politika:
<ul style="list-style-type: none"> • Regulacije vezane uz događanja • Lokalne političke potpore
Ekonomija:

<ul style="list-style-type: none"> • Ekonomska stabilnost i potpora
<ul style="list-style-type: none"> • Potencijal za sponzorstva
Društvo:
<ul style="list-style-type: none"> • Kulturni trendovi i preferencije
<ul style="list-style-type: none"> • Demografski trendovi
Tehnologija:
<ul style="list-style-type: none"> • Korištenje digitalnih platformi za marketing
<ul style="list-style-type: none"> • Upotreba inovativnih tehnologija
Pravni aspekti:
<ul style="list-style-type: none"> • Pravila i zakoni vezani uz organizaciju događanja
<ul style="list-style-type: none"> • Pravne obveze i dozvole za organizaciju događanja
<ul style="list-style-type: none"> • Proučavanje zakona vezanih uz organizaciju događanja
Ekologija:
<ul style="list-style-type: none"> • Utjecaj na okoliš i održivost

Izvor: izrada autora

Tablica 3. Dionici projekta

Stakeholderi	Uloga u projektu	Interesi i očekivanja	Utjecaj na projekt
Veleučilište Baltazar	Naručitelj projekta, suradnik	Promicanje kulture i edukacije, studentska participacija	Financijski i organizacijski utjecaj
Studenti i profesori Veleučilišta Baltazar	Sudionici i predavači, organizatori radionica	Edukacija, izlaganje radova, uspješna provedba radionica	Značajan doprinos programu i organizaciji
Grad Zaprešić	Lokalna zajednica, prostorna potpora	Promocija grada, poticanje kulturnih događanja	Financijski doprinos, infrastrukturna potpora
Posjetitelji	Sudionici, publika	Kulturni doživljaj, zadovoljstvo posjetom, edukacija	Brojnost, feedback o kvaliteti događanja

Sponzori	Financijska i marketinška podrška	Vraćanje investicije, marketinški efekti	Financijski doprinos, promocija brenda
Volonteri	Organizacija događanja, podrška provedbi	Iskustvo u organizaciji događanja, zajednici doprinos	Radna snaga na terenu, entuzijazam
Lokalni mediji	Promocija događanja, medijsko praćenje	Informiranje zajednice, praćenje uspjeha događanja	Širenje svijesti o događanju, medijska pokrivenost

Izvor: izrada autora

3.4 Ciljevi projekta (namjenski i objektni)

Festival kulture i komunikacija ima za cilj proslaviti umjetničku kreativnost i akademsku izvrsnost, okupiti stručnjake iz polja kulture, komunikacija i umjetnosti te zainteresirati sudionike za teme vezane uz kulturu i komunikacije. Naglasak je na mladima i studentima, pružajući im priliku za stjecanje novih znanja i vještina te sudjelovanje na panelima i različitim aktivnostima. Cilj je također omogućiti uživanje u dobroj glazbi i druženju. VBZ, kao naručitelj, definira namjenske ciljeve za ostvarivanje projekta. Namjenski konačni cilj predstavlja završni dio projekta koji definira naručitelj i koji označava konačni rezultat ili učinak proizašao iz strategije ili drugih razvojnih usmjerenja poslovnih ili drugih potreba (Hauc, 2007). To uključuje strateške, poslovne i druge efekte koje želimo postići, u skladu sa strategijom i godišnjim poslovnim planovima, bilo tijekom realizacije projekta ili nakon njegovog završetka (Hauc, 2007). Temeljni preduvjet za postizanje namjenskih ciljeva su objektni ciljevi. Objektni ciljevi odnose se na sve projektne rezultate ili "proizvode" koji ispunjavaju sve uvjete potrebne za postizanje namjenskog konačnog cilja. To su, dakle, ciljevi i rezultati projekta koji, bilo tijekom njegove realizacije, pri završetku ili u fazi eksploatacije, omogućuju postizanje strateških, poslovnih i drugih učinaka. Prema Haucu (2007) namjena projekta određena je namjenskim ciljevima, koji služe kao osnova za definiranje objektnih ciljeva. Samo na temelju ovako postavljenih ciljeva može se izraditi sveobuhvatan plan projekta (Hauc, 2007).

Stoga su objektni ciljevi Festivala:

- Osigurati dogovorene sponzore.
- Pribaviti financijska sredstva za izvođenje projekta.

- Dogovoriti izvođače/sudionike.
- Dogovoriti volontere organizatore.
- Dogovoriti lokaciju izvođenja.
- Dogovoriti catering.
- Kreirati marketinški materijal.
- Dogovoriti ponudu hrane i pića.

Ostvarivanjem navedenih ciljeva ostvarit će se i namjenski ciljevi Festivala:

- eksploatacija projekta do početka Festivala,
- uključivanje 20% više studenata u organizaciju Festivala od prošle godine.
- povećati broj posjetitelja i sudionika festivala u usporedbi s prethodnom godinom za 30%.
- osigurati barem 4 kvalitetne i relevantne tribine te 3 radionice koje će zadovoljiti interese i potrebe različitih skupina sudionika.
- osigurati prostor za mlade talente iz područja umjetnosti, kulture i komunikacija kako bi izložili svoj rad, razmijenili iskustva te stekli vidljivost i podršku tijekom održavanja Festivala.
- postaviti Festival kulture i komunikacija kao prepoznatljivo mjesto susreta, dijaloga i razmjene ideja, stvarajući zajednicu koja podržava kulturu i društveni napredak unutar 3 godine.
- diferencijacija od konkurencije s obzirom na jedinstvenost Festivala kao prepoznatljivog događaja unutar 3 godine.
- osmisliti oglašavanje i promidžbu koji će osigurati osviještenost o Festivalu među 80% lokalnog domicila prije samog početka Festivala.

3.5 Resursi

Prema objektnim ciljevima projekta izvori financiranja su vlastita sredstva te sufinanciranje Grada Zaprešića i sponzora (Tablica 1). Također, za provođenje projekta dogovoreno je ustupanje prostora te razni sponzori i volonteri. Prema Planu i programu rada VBZ za 2024. godinu, procjena troška za financiranje 3. Festivala je 4.000.00 E. U organizaciji Festivala će prema istom izvoru sudjelovati volonteri iz Alumni kluba „Baltazar. Izbor odgovarajuće lokacije za Festival kulture i komunikacija ključan je za stvaranje ugodnog okruženja i postizanje željenog doživljaja posjetitelja. Lokacija treba zadovoljavati tehničke, logističke i

estetske zahtjeve događanja. Ovaj cilj osigurava optimalne uvjete za provedbu svih planiranih aktivnosti. Potrebno je potpisati sporazum o korištenju prostora Vršilnice Novih Dvora i Muzeja Matije Skurjeni s TZ Grada Zaprešića te osigurati potrebne dozvole za korištenje lokacija.

Tablica 4. Financiranje projekta

Izvor financiranja	Iznos (EUR)
Vlastita sredstva	4.000.00
Grad Zaprešić	4.000.00
Sponzori	1.000.00
Ukupno	9.000.00

Izvor: izrada autora

3.6 Faze i taktike projekta

1. Inicijacija

- Identifikacija potreba festivala
- Identifikacija ciljeva festivala
- Analiza tržišta i konkurencije

2. Planiranje

- T1 - Dogovoreni sponzori
 - Analiza potreba festivala
 - Analiza ciljeva sponzora
 - Identifikacija potencijalnih sponzora
 - Kreiranje ponude za sponzorstvo
 - Kontaktiranje sponzora i dogovor
 - Potpisivanje ugovora
- T2 - Pribavljena financijska sredstva za izvođenje projekta
 - Planiranje financijske strukture
 - Izrada poslovnog plana
 - Identifikacija potencijalnih sponzora
 - Izrada prezentacijskih materijala

- Kontaktiranje i pregovaranje
- Osiguranje vlastitih sredstava
- Potpisivanje ugovora
- T3 - Dogovoreni izvođači/sudionici
 - Analiza programskih potreba
 - Identifikacija prikladnih izvođača
 - Kontaktiranje umjetničkih agencija
 - Priprema ponuda za izvođače
 - Kontaktiranje i pregovaranje
 - Potpisivanje ugovora
- T4 - Dogovoreni volonteri organizatori
 - Identifikacija potreba i zadataka
 - Rekrutacija volontera
 - Selekcija volontera
 - Informiranje o zaduženjima
 - Koordinacija aktivnosti
 - Evaluacija volonterskog rada
- T5 - Dogovorena lokacija izvođenja
 - Sastanak s predstavnicima grada
 - Dogovaranje uvjeta
 - Potpisivanje ugovora

3. Izvođenje

- T6 - Dogovoren catering
 - Odabir ugostitelja
 - Dogovaranje uvjeta
 - Potpisivanje ugovora
- T7 - Kreiran marketinški materijal
 - Odabir članova marketinškog tima
 - Kreiranje objava za društvene mreže
 - Kreiranje marketinških materijala
 - Tisak materijala
 - Postavljanje plakata

- Promocija na radiju
- T8 - Dogovorena ponuda hrane i pića
 - Analiza ugostiteljskih objekata
 - Odabir i dogovor uvjeta
 - Potpisivanje ugovora

4. Kontrola

- Praćenje i kontrola napretka
- Revizija financijskih sredstava
- Osiguranje kvalitete izvedbe
- Evaluacija volonterskog rada
- Nadzor ugovora i dogovora sa sponzorima, izvođačima i ugostiteljima

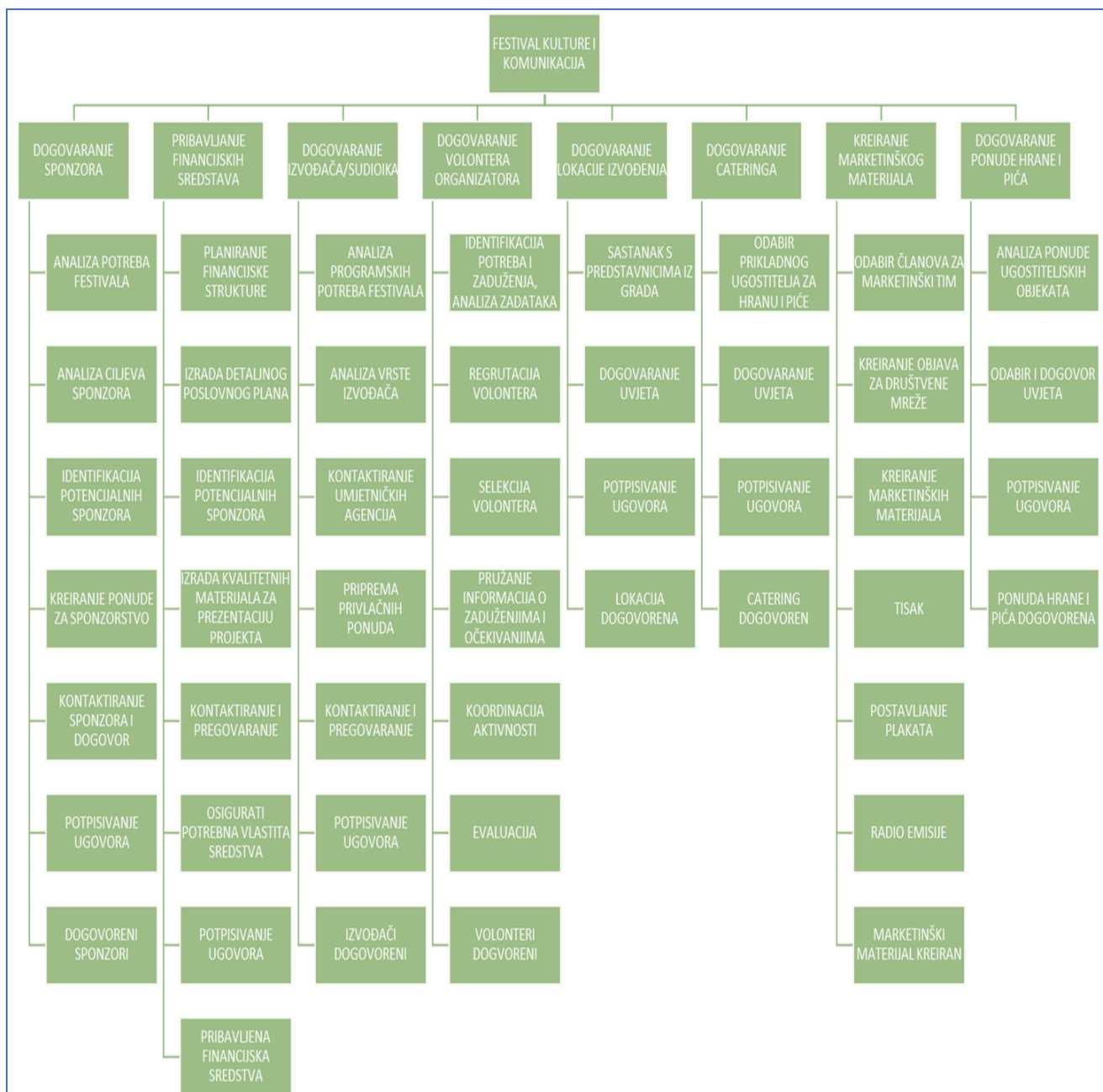
5. Zatvaranje

- Evaluacija festivala
- Prikupljanje povratnih informacija od sudionika
- Izrada završnog izvještaja
- Proslava postignuća

Primjenom ovog pristupa, osiguravaju se sve ključne komponente projekta sustavno obrađene, a svaki korak doprinosi konačnom uspjehu festivala. Na temelju ovog projektnog ciklusa izrađuje se detaljan plan projekta korištenjem Work Breakdown Structure (WBS) i Ganttovog dijagrama. WBS omogućava razbijanje projekta na manje, lakše upravljive zadatke i podzadatke, dok Ganttov dijagram pruža vizualni prikaz vremenskog rasporeda svih aktivnosti

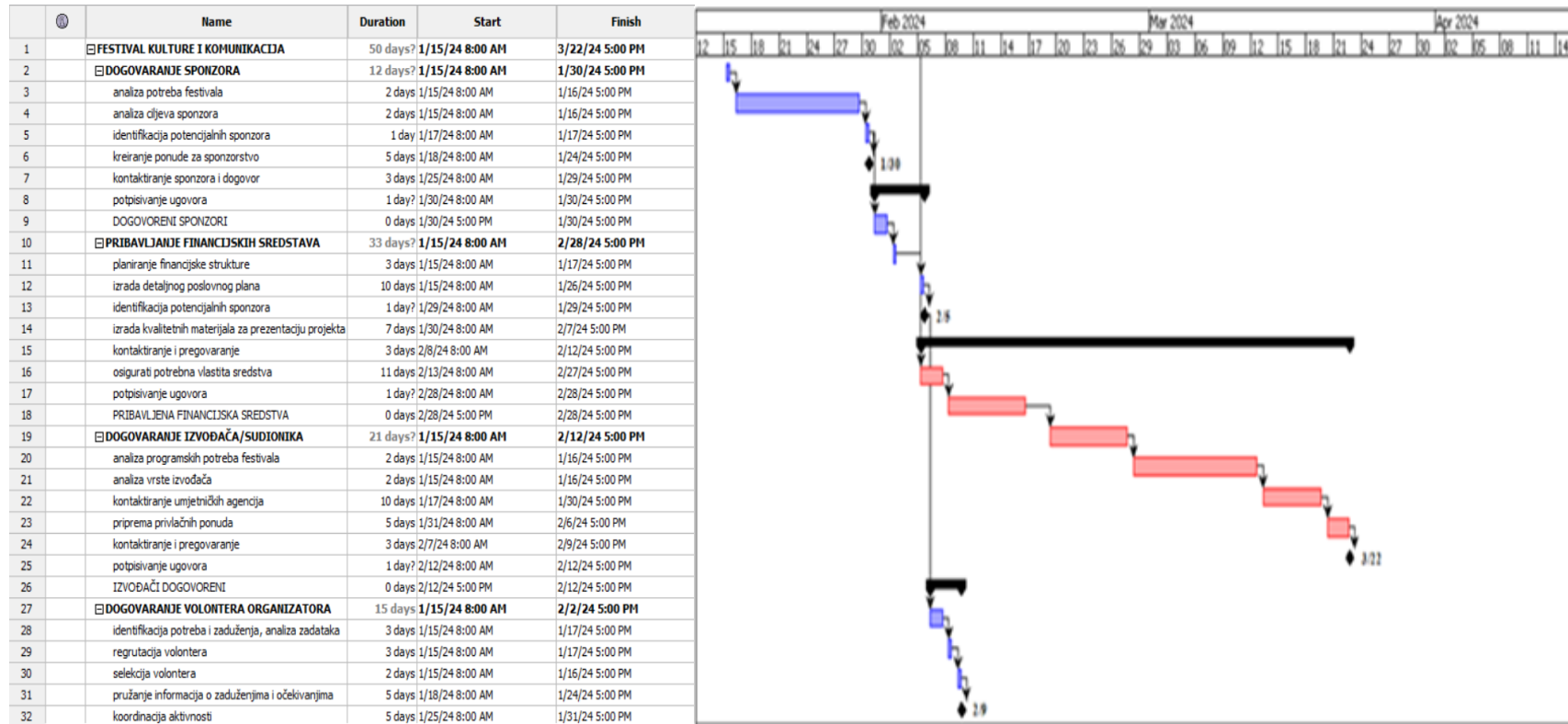
3.7 Plan projekta

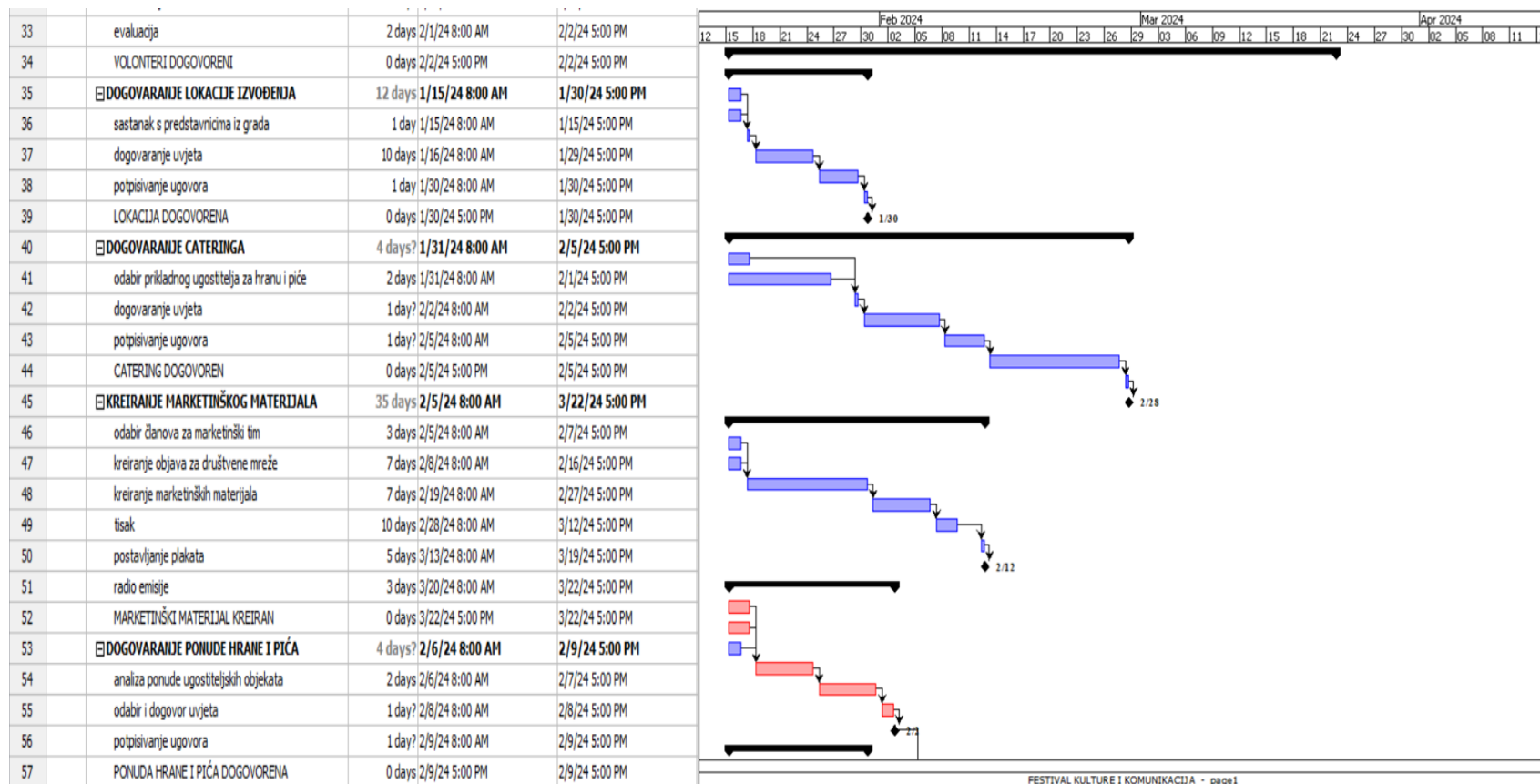
Izrada plana projekta svakako spada među najvažnije zadatke u projektnom menadžmentu. Ključno je steći jasan pregled ciljeva i vremenskih okvira za njihovo ostvarivanje – koji će biti postignuti do kraja projekta, a koji kasnije. Kroz analizu ciljeva, projektni menadžment kontinuirano prati jesu li svi ciljevi projekta obuhvaćeni i realizirani unutar plana projekta (Hauc, 2007). Slika 2 prikazuje WBS projekta Festivala kulture i komunikacija.



Slika 2. WBS PROJEKTA

Izvor: izrada autora





Slika 3. Plan projekta

Izvor: izrada autora

3.8 Analiza rizika

Projektni rizik uvijek se odnosi na budućnost. To je nesiguran događaj ili stanje koje, ako se dogodi, može utjecati na barem jedan projektni cilj. Rizik proizlazi iz inherentne nesigurnosti prisutne u svim projektima. Poznati rizici su oni koji su identificirani i analizirani, omogućujući planiranje odgovora na njih. Nasuprot tome, specifičnim nepoznatim rizicima ne može se upravljati proaktivno, što sugerira potrebu za izradom pričuvnih planova od strane projektnog tima. Rizike je potrebno kontinuirano identificirati tijekom cijelog trajanja projekta i učinkovito njima upravljati. Napredovanje kroz projekt bez proaktivnog fokusa na upravljanje rizicima povećava potencijalni negativni utjecaj prepoznatih rizika i može dovesti do neuspjeha projekta (PMI, 2008). Nastavak rada donosi analizu rizika projekata u Tablici 5 te upravljanje rizicima projekta Tablica 6.

Tablica 5. Analiza rizika projekta

OZNAKA RIZIKA	OPIS RIZIKA	RAZDOBLJE POJAVE RIZIKA	VRSTA	EVIDENTIRANJE	R	V	UR
R1	Otkazivanje projekta Festival kulture i komunikacija	Priprema	E	Voditelj projekta	10	3	30
R2	Nepovoljni vremenski uvjeti	Izvedba	E	Voditelj projekta	7	7	49
R3	Problemi s lokacijom izvođenja	Izvedba	E	Voditelj projekta	10	3	30
R4	Otkazivanje hrane i pića od strane ugostiteljskog objekta	Izvedba	E	Voditelj projekta	8	4	32
R5	Neplanirani troškovi	Izvedba	F	Voditelj financijskog tima	6	6	36
R6	Otkazivanje od strane izvođača/sudionika	Izvedba/eksploatacija	E	Voditelj projekta	9	5	45

Izvor: Izrada autora

LEGENDA: R – rang važnosti rizika (1 – najmanja važnost rizika 10 – najveća važnost rizika), V – vjerojatnost pojave (1 – najmanja vjerojatnost pojave rizika, 10 – najveća vjerojatnost pojave rizika), UR – faktor

utjecaja rizika $UR=R \cdot V$, Vrste rizika: E – eksterni rizik, I – interni rizik, IZ – rizik vezan uz izvođenje, F – rizik vezan uz financiranje i troškove

Tablica 6. Upravljanje rizicima

OZNAKA RIZIKA	POSLJEDICE	PREVENTIVNE AKTIVNOSTI		KURATIVNE AKTIVNOSTI	ZADUŽEN
		MJERA	NIP		
R1	Neodržavanje istog, prekid tradicije Veleučilišta Baltazar Zaprešić, nezadovoljstvo organizatora i izvođača.	S obzirom na vanjski utjecaj, teško je utjecati na sami događaj	PL	Mala vjerojatnost da će se dogoditi. Ukoliko da, probati dogovoriti drugi datum održavanja ukoliko je isplativo.	Voditelj projekta
R2	Loša atmosfera, smanjen broj posjetitelja, nemogućnost održavanja vanjskih aktivnosti.	S obzirom na vanjski utjecaj, teško je utjecati na sami događaj	PL	Osigurati natkriveno mjesto za izvođenje aktivnosti.	Voditelj projekta
R3	Neodržavanje projekta.	Napraviti simulaciju krize te provjeriti može li se u slučaju otkazivanja lokacije, Festival održati u prostorima Veleučilišta.	PP	Mala vjerojatnost da će se dogoditi. Ukoliko da, probati dogovoriti drugu lokaciju održavanja ukoliko je isplativo.	Voditelj projekta
R4	Nezadovoljstvo ponudom od strane posjetitelja, pad broja posjetitelja.	Kvalitetno sklapanje ugovora s pouzdanim objektom.	PL	Napraviti simulaciju krize te identificirati potencijalne zamjenske ponuđače.	Voditelj projekta
R5	Probijanje budžeta.	Uračunato u financijski plan projekta.	PP	Potrebno osigurati dodatna vlastita sredstva.	Voditelj financijskog tima.
R6	Rupa u programu Festivala, dolazak ciljane skupine zbog izvođača koji se nije pojavio te opće nezadovoljstvo izvedbom.	Kvalitetno sklapanje ugovora s pouzdanim izvođačima.	PL	Imati spremno više radionica/programa u isto vrijeme kako pojedine grupe u slučaju otkazivanja ne bi otišle s Festivala nezadovoljne.	Voditelj projekta

Izvor: izrada autora

NIP – način izvođenja preventivnih aktivnosti: I – ignoriraj, PP – prema potrebi, PL – odmah ugraditi u plan projekta

3.9 Ekonomika projekta

Ekonomika projekta predstavlja ključni aspekt upravljanja projektom, fokusirajući se na planiranje, analizu i kontrolu financijskih aspekata kako bi se osigurao uspješan ishod. Ona obuhvata sve aktivnosti povezane s procjenom troškova, budžetiranjem, upravljanjem resursima i evaluacijom financijskih rizika. Cilj je optimizirati troškove i resurse te maksimizirati koristi i profitabilnost projekta. Priprema projekta zahtijeva pažljivo planiranje i alokaciju resursa kako bi se osigurao uspješan početak. U Tablici 7 su detaljno prikazani troškovi i aktivnosti povezane s pripremom projekta.

Tablica 7. Troškovi pripreme i troškovi izvedbe

Aktivnost	Troškovi pripreme projekta (u eur)					
	Troškovi materijala Troškovi usluga Investicijski troškovi	Troškovi rada			Ukupno	
		Planirano vrijeme	Troškovi rada (eur/h)	Ukupno		Ukupno
Istraživanje potreba Festivala	100 EUR	10 H	7 EUR/H	70 EUR	170 EUR	
Istraživanje potreba publike	100 EUR	10 H	7 EUR/H	70 EUR	170 EUR	
Troškovi pravnih savjetnika	100 EUR	10 H	7 EUR/H	70 EUR	170 EUR	
Financijsko planiranje	200 EUR	20 H	7 EUR/H	140 EUR	340 EUR	
Troškovi oglašavanja	500 EUR	30 H	7 EUR/H	210 EUR	710 EUR	
Troškovi dizajna i tiskanja marketinškog materijala	500 EUR	20 H	7 EUR/H	140 EUR	640 EUR	
Troškovi istraživanja sponzora	100 EUR	10 H	7 EUR/H	70 EUR	170 EUR	
Obrazovne aktivnosti (radionice, paneli)	500 EUR	20 H	7 EUR/H	140 EUR	640 EUR	
Administrativne aktivnosti	100 EUR	30 H	7 EUR/H	210 EUR	310 EUR	
UKUPNO					3.320 EUR	

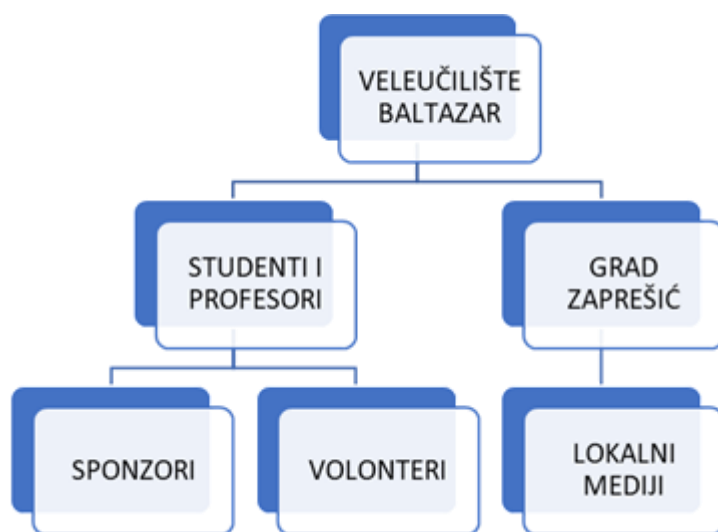
Radni paket- opis	Troškovi izvedbe projekta (u eur)				
	Troškovi materijala Troškovi usluga Investicijski troškovi	Troškovi rada			Ukupno
		Planirano vrijeme	Troškovi rada (eur/h)	Ukupno	
1	2 3 4	5	6	7=5*6	8=2+3+4+7
Dogovaranje sponzora	100 EUR	10 H	7 EUR/H	70 EUR	170 EUR
Pribavljanje finansijskih sredstava	100 EUR	10 H	7 EUR/H	70 EUR	170 EUR
Dogovaranje izvođača/sudioika	100 EUR	10 H	7 EUR/H	70 EUR	170 EUR
Dogovaranje volontera organizatora	100 EUR	20 H	7 EUR/H	140 EUR	240 EUR
Dogovaranje lokacije izvođenja	100 EUR	10 H	7 EUR/H	70 EUR	110 EUR
Dogovaranje cateringa	500 EUR	20 H	7 EUR/H	140 EUR	640 EUR
Kreiranje marketinškog materijala	500 EUR	10 H	7 EUR/H	70 EUR	570 EUR
Dogovaranje ponude hrane i pića	500 EUR	20 H	7 EUR/H	140 EUR	640 EUR
UKUPNO					2.710 EUR

Izvor: izrada autora

3.10 Projektna organizacija

Projektna organizacija odnosi se na strukturu koja se uspostavlja za vođenje i realizaciju projekta unutar postojeće organizacije tvrtke ili drugog sustava. Ova struktura je integrirana u ukupnu organizacijsku strukturu kako bi se osigurali svi potrebni resursi i kapaciteti za provedbu projekta (Hauc, 2007). Organizacija i provedba Festivala kulture i komunikacija kompleksan su proces koji uključuje suradnju različitih dionika. U ovom projektu VBZ ima

ključnu ulogu kao naručitelj projekta i glavni suradnik. Uz VBZ, ključne uloge imaju studenti i profesori VBZ, Grad Zaprešić, sponzori, volonteri, lokalni mediji te posjetitelji (Slika 4).



Slika 4: Organizatori festivala

Izvor: izrada autora

Kao inicijator i pokretač Festivala, VBZ ključni je dionik ovog projekta. Njihove odgovornosti uključuju planiranje, organizaciju, provedbu događaja te financiranje projekta. Studenti i profesori Veleučilišta obogaćuju program Festivala sudjelovanjem u događanjima, vođenjem radionica te organizacijom i izlaganjem radova. Lokalna zajednica, predstavljena kroz Grad Zaprešić, pruža prostornu i financijsku potporu projektu. Njihova uloga u promicanju grada i poticanju kulturnih događanja ključna je za uspjeh Festivala. Sudionici i publika Festivala, odnosno posjetitelji, daju povratne informacije o kvaliteti događanja i određuju uspjeh projekta. Sponzori pružaju financijsku i marketinšku podršku Festivalu. Njihova uloga uključuje vraćanje investicije i postizanje marketinških efekata, čime ostvaruju financijski doprinos i promoviraju vlastite brendove. Volonteri, angažirani za organizaciju događanja i podršku provedbi, donose dodatnu radnu snagu i entuzijazam. Njihovo iskustvo u organizaciji događanja i doprinos zajednici čine ih neizostavnim članovima tima. Lokalni mediji osiguravaju promociju događanja i medijsko praćenje. Njihova uloga obuhvaća informiranje zajednice, praćenje uspjeha događanja te širenje svijesti o Festivalu kroz medijsku pokrivenost. Timski rad, koordinacija i suradnja među navedenim dionicima ključni su za ostvarivanje ciljeva Festivala kulture i komunikacija. Projektna organizacija mora osigurati usklađenost svih uloga kako bi događanje bilo uspješno, interdisciplinarno i poticajno za sve sudionike. Timski

pristup omogućuje integraciju znanja iz područja kulture, komunikacija i drugih relevantnih disciplina, stvarajući jedinstvenu platformu za kulturnu raznolikost.

3.11 Projektni kontroling

Kontrola projekta, ili projektni kontroling, ključna je aktivnost u projektnom menadžmentu. Cilj ove discipline je podržati ostvarivanje ciljeva projekta kroz sustavni proces koji uključuje prikupljanje stvarnih podataka, usporedbu ostvarenog s planiranim, analizu odstupanja, ocjenu posljedica i formuliranje korektivnih mjera. Suradnja u planiranju tih mjera i nadzor njihove provedbe bitni su za učinkovitu kontrolu projekta. Hauc (2007) ističe važnost usporedbe željenog stanja s stvarnim tijekom izvođenja projekta. Kada se otkriju odstupanja od željenog stanja, rezultiraju prilagodbe u planiranju koje postaju temelj za daljnji nadzor u fazama izvođenja. Projektna kontrola obuhvaća nekoliko ključnih aspekata, uključujući provjeru pridržavanja zadanih rokova, nadzor troškova i analizu smetnji koje proizlaze iz okoline projekta. Ove aktivnosti omogućuju sustavan pristup osiguravanju usklađenosti projekta s postavljenim ciljevima, čime se smanjuju rizici od nepredviđenih izazova i poboljšava ukupna učinkovitost projekta. Osnovna pretpostavka praćenja i kontrole jest da sve što se prati i kontrolira mora biti mjerljivo. Ovaj proces mora biti formaliziran kao sastavni dio projektne strukture, a ne nešto vanjsko i nametnuto (Radujković i sur. 2012).

Tablica 8. Plan kontrole projekta

Rb.	Aktivnost	Odgovorna osoba	Vremenski okvir	Kriteriji ocjenjivanja
1	Provjera pridržavanja rokova	Voditelj projekta	Tijekom cijelog projekta	Praćenje napretka u odnosu na planirane rokove
2	Kontrola troškova	Voditelj financija	Tijekom cijelog projekta	Usporedba stvarnih troškova s planiranim budžetom
3	Praćenje različitih smetnji	Cijeli projektni tim	Tijekom cijelog projekta	Identifikacija i rješavanje prepreka koje utječu na projekt
4	Evaluacija zadovoljstva sudionika	Voditelj projekta	Po završetku projekta	Ankete i povratne informacije o zadovoljstvu sudionika
5	Praćenje medijske pokrivenosti	Voditelj marketinga	Tijekom i nakon projekta	Analiza medijskih izvještaja i društvenih mreža
6	Kontrola sigurnosti	Voditelj logistike	Tijekom cijelog projekta	Održavanje sigurnosti tijekom događanja
7	Procjena uspjeha događanja	Voditelj projekta	Po završetku projekta	Usporedba ostvarenih ciljeva s planiranim

Izvor: izrada autora

3.12 Potencijali daljnjih razvoja projekta

Daljnji razvoj Projekta Festivala kulture i komunikacija VBZ zahtijeva usmjerenost na inovaciju, suradnju i kontinuirano unapređenje. Prijedlozi za ulaganje u edukaciju, jačanje društvenog utjecaja, marketing, tehnologiju, suradnju s drugim događanjima, financijsku održivost i prikupljanje povratnih informacija ključni su za daljnji uspjeh projekta. Implementacija ovih prijedloga omogućit će festivalu da zadrži svoju privlačnost, proširi utjecaj i ostvari dugoročnu održivost, što će rezultirati obogaćenim iskustvom za sve sudionike i doprinosom zajednici. Kontinuirano praćenje napretka i prilagodba strategija bit će od suštinske važnosti kako bi se osigurala trajna relevantnost i uspješnost festivala Projekt Festivala kulture i komunikacija VBZ predstavlja perspektivan poduhvat koji je postigao značajne uspjehe tijekom 2022. i 2023. godine, što se očituje kroz povećanje posjećenosti, podrške sponzora i pozitivnih povratnih informacija od sudionika. Ovaj projekt se ističe svojom inovativnošću i inkluzivnošću, stvarajući poticajno i uključivo okruženje koje potiče razmjenu ideja i doprinosi lokalnoj zajednici. Festival uspješno povezuje studente, profesore, lokalnu zajednicu i stručnjake. Prijedlozi za daljnji rad na projektu su:

- Ulaganje u inovativne i edukativne programe: Potrebno je unaprijediti programe edukacije kroz radionice, panele i predavanja kako bi se održala privlačnost festivala.
- Povećanje društvenog utjecaja festivala: Ključno je ostvariti veću suradnju s lokalnom zajednicom kako bi se proširio društveni utjecaj festivala.
- Jačanje marketinga: Potrebno je uložiti napore u jačanje marketinških aktivnosti kako bi se privukla veća publika i poboljšala prepoznatljivost festivala.
- Uključivanje tehnologije: Važno je uključiti platforme i aplikacije kako bi se povećala dostupnost i interakcija s publikom te unaprijedila festivalska iskustva.
- Suradnja sa sličnim događanjima izvan Republike Hrvatske: Ostvarivanje suradnje s događanjima izvan granica Hrvatske može doprinijeti širenju utjecaja festivala i privlačenju međunarodne publike.
- Povećanje financijske održivosti festivala: Potrebno je angažirati veći broj sponzora i partnera na projektu kako bi se osigurala dugoročna financijska održivost festivala.
- Redovito provođenje anketa i analiza povratnih informacija: Kontinuirano prikupljanje povratnih informacija sudionika putem anketa i analiza ključno je za kontinuirano poboljšanje festivala.

4. ZAKLJUČAK

Zaključak ovog rada naglašava dubok uvid u ključne aspekte Festivala kulture i komunikacija VBZ. Analiza postavljenih ciljeva otkrila je složenost i višestruke svrhe ovog festivala, naglašavajući važnost multidisciplinarnog pristupa i angažiranja šire zajednice za postizanje uspjeha i održivosti. Teorijski okvir pružio je temelj za razumijevanje koncepta kulturnog festivala i njegova utjecaja na lokalnu zajednicu, ističući važnost efikasnog upravljanja resursima i sudionicima kako bi se ostvarili zadani ciljevi.

Proces upravljanja projektima Festivala kulture i komunikacija pokazuje primjenu konkretnih alata i tehnika bitnih za planiranje, provedbu i evaluaciju događaja ovakvog obima i složenosti. Naglašena je važnost kontinuiranog praćenja napretka, prilagodbe strategija i rješavanja izazova radi osiguranja uspješne realizacije festivala.

Analiza koja je provedena u radu ističe važnost kulturnih događaja poput Festivala kulture i komunikacija za lokalnu zajednicu te naglašava doprinos u kulturnom razvoju, obrazovanju i povezivanju ljudi. Projekt predstavlja izuzetno važan i inspirativan poduhvat koji integrira različite akademske discipline, promiče kulturnu raznolikost i doprinosi razvoju lokalne zajednice.

Uloga VBZ kao pokretača projekta i njegovog ključnog partnera ističe se kao simbol angažmana u promicanju kulture, obrazovanja i društvenog napretka. Festival postaje primjer kako visokoškolske institucije mogu integrirati akademsku izvrsnost s društvenom odgovornošću i stvarati pozitivan utjecaj na okruženje.

Analiza resursa, faza i taktika projekta jasno definira ključne korake i aktivnosti potrebne za ostvarenje ciljeva festivala. Identificirani rizici naglašavaju važnost preventivnih i kurativnih aktivnosti u upravljanju izazovima. Ekonomika projekta pruža jasan uvid u financijske potrebe i planiranje budžeta, dok projektna organizacija ističe važnost suradnje i koordinacije među svim sudionicima.

Kontroling projekta osigurava sustavnu kontrolu napretka, praćenje troškova i evaluaciju uspjeha događanja. Prijedlozi za daljnji rad naglašavaju potrebu za kontinuiranim inovacijama,

suradnjom, jačanjem društvenog utjecaja, tehnološkim integracijama i financijskom održivošću kako bi se osigurao dugoročni uspjeh festivala.

Sve navedene smjernice i preporuke zajedno čine temelj za daljnji razvoj i uspjeh Festivala kulture i komunikacija VBZ, pružajući okvir za stvaranje inspirativnog i inkluzivnog događanja koje će obogatiti lokalnu zajednicu i doprinijeti kulturnoj raznolikosti.

5. IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Izjava o autorstvu završnog rada i akademskoj čestitosti

Ime i prezime studenta: Lorena Devetak

Matični broj studenta: 1-055/19-PER

Naslov rada: Projekt pokretanja Festivala kulture i komunikacija

Pod punom odgovornošću potvrđujem da je ovo moj autorski rad čiji niti jedan dio nije nastao kopiranjem ili plagiranjem tuđeg sadržaja. Prilikom izrade rada koristio sam tuđe materijale navedene u popisu literature, ali nisam kopirao niti jedan njihov dio, osim citata za koje sam naveo autora i izvor te ih jasno označio znakovima navodnika. U slučaju da se u bilo kojem trenutku dokaže suprotno, spreman sam snositi sve posljedice uključivo i poništenje javne isprave stečene dijelom i na temelju ovoga rada.

Potvrđujem da je elektronička verzija rada identična onoj tiskanoj te da je to verzija rada koju je odobrio mentor.

Datum

Potpis studenta

12.7.2024.

Lorena Devetak

6. LITERATURA

1. Buble, M. (2010): *Projektni menadžment*, Visoka poslovna škola Minerva: Dugopolje.
2. Clifton, R. (2009): *Brands and branding* (Vol. 43). John Wiley & Sons.
3. Čović, A. (2019): Održivost projekta. Dostupno na <https://eufondovi.dashofer.hr/>. Datum pristupa (3.5.2024).
4. Daniels, B. (2017): Five Phases of The Project Management Lifecycle. Dostupno na <https://pmo.its.uconn.edu/2017/04/10/five-phases-of-the-project-management-lifecycle/>, Datum pristupa (1.5.2024).
5. Fertalj, K., Car, Ž., Nižetić Kosović, I. (2016): *Upravljanje projektima*. Fakultet elektrotehnike i računarstva. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu.
6. Funda D. (2011): *Menadžment malog poduzeća*. Zaprrešić: Visoka škola za poslovanje i upravljanje s pravom javnosti „Baltazar Adam Krčelić“.
7. Gutić, D. (2017): *Strateški menadžment*. Osijek: Studio HS Internet d.o.o.
8. Hauc, A. (2007): *Projektni menadžment i projektno poslovanje*. Zagreb: M.E.P. Consult.
9. International Organization for Standardization. Dostupno na <https://www.iso.org/home.htm>. Datum pristupa (28.4.2024).
10. Veleučilište Baltazar Zaprrešić. O nama. Dostupno na https://www.bak.hr/upisi/?gad_source=1&gclid=Cj0KCQjwu8uyBhC6ARIsAKwBGpQkgVB8HFoeH_o4cZhZwrTI2ABObSisxxnpxemsRcPPPLGfOo9xABEaAg4_EALw_wcB. Datum pristupa (17.5.2024).
11. Project Management Institute. Standards & Publications. Dostupno na <https://www.pmi.org/pmbok-guide-standards>. Datum pristupa (30.4.2024).
12. Ljubičić, I. (2011): *Specifičnosti projektnog menadžmenta u kulturi*. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu.
13. Martinich, L. P. (2016): Excellent execution: Balancing top-down and bottom-up management. *IEEE Engineering Management Review*, 44(2), 20-22.
14. Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije. Praćenje provedbe (monitoring) i vrednovanje (evaluacija). Dostupno na <https://razvoj.gov.hr/o-ministarstvu/djelokrug-1939/eu-fondovi/pracenje-provedbe-monitoring-i-vrednovanje-evaluacija/306>. Datum pristupa (4.5.2024).
15. Omazić, M. A., Baljkas, S. (2005): *Projektni menadžment*. Zagreb: Sinergija.

16. Pavić-Rogošić, L. (2012): Upravljanje projektnim ciklusom i pristup logičke matrice: Odraž.
17. Radujković, M. i sur. (2012): Planiranje i kontrola projekata. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu.
18. Schein, E. (1990): Organizational Culture,. American Psychologist 45 (1990): 109–19.
19. Sunara, Ž., Jeličić, S. (2010): Organizacijsko komuniciranje u turizmu. Hrvatski znanstveno stručni skup o menadžmentu u turizmu i sportu, vol. 1, br. 1, 2010, str. 89-93.
20. Vaničkova, R. (2017): Application of PRINCE2 Project Management Methodology. Studia commercialia Bratislavensia, 10(38), 227-238.
21. Veleučilište Baltazar. (2023): Plan i program rada Veleučilišta Baltazar za 2024. godinu. Dostupno na <https://www.bak.hr/wp-content/uploads/2023/12/Plan-i-program-rada-VBZ-a-za-2024.-godinu.pdf>. Datum pristupa (10.5.2024).

7. POPIS SLIKA I TABLICA

SLIKE

Slika 1: Vrednovanje i provedba	9
Slika 2: WBS PROJEKTA	25
Slika 3: Plan projekta	26
Slika 4: Organizatori Festivala	32

TABLICE

Tablica 1. SWOT analiza projekta.....	18
Tablica 2. PESTLE analiza projekta.....	18
Tablica 3. Dionici projekta	19
Tablica 4. Financiranje projekta	22
Tablica 5. Analiza rizika projekta.....	28
Tablica 6. Upravljanje rizicima	29
Tablica 7. Troškovi pripreme i troškovi izvedbe	30
Tablica 8. Plan kontrole projekta.....	33

ŽIVOTOPIS



europass

Lorena Devetak

Datum rođenja: 11/01/2001 | **Državljanstvo:** hrvatsko | **Spol:** Žensko | **Telefonski broj:**

(+385) 0992622062 (Mobilni telefon) | **E-adresa:** lorenadevetak1@gmail.com |

Adresa: Lipička, 3, 31000, Osijek, Hrvatska (Kućna)

● RADNO ISKUSTVO

01/10/2021 – 01/07/2022 Osijek, Hrvatska

UNAPREĐIVAČICA PRODAJE DM- DROGERIE MARKT

Moje zadaće su bile promotorica, savjetnica za parfeme, laganje polica te rad na blagajni.

01/10/2022 – 01/03/2023 Osijek, Hrvatska

BILJETERKA HRVATSKO NARODNO KAZALIŠTE

01/08/2023 – 01/07/2024 Osijek, Hrvatska

VODITELJICA ODNOSA S KLIJENTIMA GEBRUDER WEISS

● OBRAZOVANJE I OSPOSOBLJAVANJE

01/09/2015 – 15/06/2019 Osijek, Hrvatska

SREDNJA STRUČNA SPREMA Ekonomska i upravna škola Osijek

01/09/2019 – 15/06/2022 Osijek, Hrvatska

PREDDIPLOMSKI STRUČNI STUDIJ- POSLOVANJE I UPRAVLJANJE Veleučilište Baltazar Zaprešić

● JEZIČNE VJEŠTINE

Materinski jezik/jezici: **HRVATSKI**

Drugi jezici:

Drugi jezici.

	RAZUMIJEVANJE		GOVOR		PISANJE
	Slušanje	Čitanje	Govorna produkcija	Govorna interakcija	
ENGLISKI	C2	C1	C2	C2	C2

Razine: A1 i A2: temeljni korisnik; B1 i B2: samostalni korisnik; C1 i C2: iskusni korisnik

- **DIGITALNE VJEŠTINE**

MS Office (Word Excel PowerPoint) | Internet | Rad na računalu | Prilagodljivost | Word | Društvene mreže (različite platforme) | Microsoft Word | Komunikacijski programi (Skype Zoom TeamViewer) | S lakom prihvacam i rješavam nove izazove kroz koje napredujem | Komunikativna | Windows | Društvene mreže

- **HOBIJI I INTERESI**

Čitanje knjiga, trčanje
