

INTRODUCERE

Cultura este baza și temelia a ceea ce suntem. Acest lucru există în noi din momentul în care ne-am născut și este contribuția morală și intelectuală a strămoșilor noștri încă de la început. Obiceiurile, tradițiile, atitudinile, valorile, normele, ideile și simbolurile guvernează modelul comportamentului uman. Membrii societății nu numai că îi susțin, ci și își modelează comportamentul în consecință. Ei sunt membrii societății datorită tradițiilor și obiceiurilor care sunt comune și care sunt transmise din generație în generație prin procesul de socializare. Aceste modele comune desemnează cultura și este evident că din punctul de vedere al culturii că suntem capabili să înțelegem modelul de comportament specific al ființelor umane în relațiile lor sociale.

Cultura nu are la bază o obligație, ci se bazează pe ea însăși fiind rezultatul nevoilor ființelor umane și contribuției lor sociale. De asemenea, valorile culturale nu apar pe baza instrucțiunilor autorităților și nu sunt impuse prin obligații sau prin decizii ale acestora. În cadrul modului de viață, în cultură se iau în considerare următoarele elemente ca valori dominante ale unei societăți: aceeași limbă, convingeri religioase, importanța tradițiilor și ritualurilor, arhitectura și cultivarea pământului, iar în intelectual vorbim despre știință, artă, literatură, muzică, etc.

Printre toate grupurile de persoane găsim credințe, norme, valori și preferințe comune. Deoarece cultura pare să fie un fenomen uman universal, se întâmplă în mod natural să ne întrebăm dacă cultura corespunde oricărei nevoi umane universale. Această curiozitate ridică problema funcțiilor culturale. Cultura are anumite funcții atât pentru individ, cât și pentru societate.

1. Comunicare: Cultura oferă contextul pentru dezvoltarea unor sisteme de comunicare umană având la bază limbajul (vorbim atât de comunicarea verbală, cât și de cea non-verbală).

2. Percepție: Cultura dă înțelesul situațiilor sociale, generând roluri sociale și comportamente normative, cu alte cuvinte formează modul în care privim și înțelegem aspectul social.

3. Sistemele de valori: Instituțiile culturale sunt o sursă de valori și comportamentul oamenilor este, într-o oarecare măsură, condiționat de valorile culturale pe care le primesc în procesul de socializare.

4. Motivația: Se referă la ideea că valorile culturale și normele implică sancțiuni (recompense și pedepse) pentru comportamente specifice. Comportamentele în ceea ce privește menținerea anumitor limite standard de comportament sunt influențate de valorile culturale.

5. Stratificare: Toate culturile dezvoltă modalități de diferențiere între grupurile sociale pe baza unor criterii, cum ar fi: clasa socială (diviziuni economice), rangul social (diviziuni politice care implică idei precum aristocrația și țărănimea), sexul, vârsta și altele asemenea.

6. Producția și consumul: Cultura definește ceea ce oamenii au nevoie, folosesc și valorifică ca parte a mecanismului general de supraviețuire în orice societate.

7. Identitate: Identitatea culturală a grupurilor sociale concurente nu se reflectă numai în lucrurile pe care le produc și consumă, ci este, de asemenea, legată și de identificarea acelor aspecte ale unei culturi care este cea mai bună din lume pentru a o putea separa de cultura fără valoare, artificială.

Fiecare lucrare specifică a activității culturale este privită ca un text generat de unul sau mai multe sisteme în totalitatea sistemelor semnificative prin intermediul căreia omeneirea sau o un anumit grup uman, își menține coerența (valorile, identitatea și interacțiunea cu lumea). Aceste sisteme sunt sisteme de modelare prin care omul explică și încearcă să influențeze lumea și, de asemenea, prin care acesta procesează, schimbă și stochează informații despre lume.

De fapt, identitatea este sinteza experiențelor primite, informația a devenit stocată în minte, se încadrează în înțelegerea actuală a eu-lui și a lumii în care trăiesc oamenii.

Întreaga cultură ne face cine sau ceea ce suntem și elementele sale trebuie întotdeauna să fie proiectate înapoi , ca feedback. Culturile sunt în esență introvertite, privesc spre interior, dar pe măsură ce acestea comunică, ele se influențează una pe cealaltă prin comunicare și fac schimb de informații. Putem spune că identitatea este expresia și interpretarea poziției individului, fie că este vorba despre o singură persoană sau despre o construcție culturală în ansamblu, într-un anumit context spațio-temporal și, ca atare, este întotdeauna tranzitoriu, niciodată finalizat sau permanent.

A. Analiza socioculturală a mediului în care își desfășoară activitatea instituția și propuneri privind evoluția acesteia în sistemul instituțional existent

Codlea (în dialectul săsesc Zäöeden, în germană Zeiden, în maghiară Feketehalom, în latină Cidium) este un municipiu din județul Brașov, situat în Depresiunea Brașov, la poalele de est ale Măgurii Codlei, la 14 km nord-vest de municipiul Brașov.

Codlea este una dintre cele mai vechi așezări atestate istoric din Țara Bârsei, începuturile sale fiind în strânsă legătură cu sosirea în zonă a Ordinului Cavalerilor Teutoni și a coloniștilor germani. Pentru apărarea Țării Bârsei, Cavalerii Teutoni, aduși în zonă de regele maghiar Andrei al II-lea, au ridicat 5 cetăți, printre care și Cetatea Neagră (Schwarzburg) amplasată pe versantul nordic al Măgurii. Cetatea se afla la așa-zisul „Sachsenweg” (drum al Sașilor), drum care lega Țara Bârsei de Provincia Sibiului. Cetatea este menționată prima dată în documente, în anul 1265 sub numele de „castro Feketewholum”. După retragerea teutonilor, cetatea intră sub ocrotirea regelui maghiar Béla al IV-lea al Ungariei . Probabil că la invazia tătarilor din 1345, Cetatea Neagră a fost distrusă și nu a mai fost reconstruită.

Se presupune că localitatea Codlea a fost fondată de coloniști germani încă din perioada în care Ordinul Teutonilor mai activa în Țara Bârsei, în vecinătatea cetății edificate de către aceștia. Localitatea a fost concepută ca sat cu o singura stradă, al cărui centru era reprezentat de o piață cu o biserică. Într-un document, emis la 19 noiembrie 1377, localitatea este menționată pentru prima dată ca „Cidinis”. Pe hotarul Codlei există nume de câmpuri ca Toindorf sau Arlsdorf, probabil nume ale unor sate, distruse de mongoli la sfârșitul secolului al XIII-lea sau începutul secolului al XIV-lea, ale căror pământuri au revenit în cele din urmă Codlei.

În anul 1432 au fost începute lucrările la cetatea din zid care împrejmuește și azi biserica evanghelică. Cetatea avea inițial 5 turnuri denumite după branșele de meseriași din acea vreme: al țesătorilor, al dogarilor, al fierarilor, al cizmarilor și al rotarilor. Cetatea era capabilă ca în situații de restriște să asigure adăpost pentru toți locuitorii localității.

Cel mai vechi recensământ datează din anul 1510 și evidențiază faptul ca în Codlea existau „142 gospodării, 4 coloniști, 11 văduve, 8 săraci și 16 case părăsite”. Recensământul nu face precizarea dacă din totalul locuitorilor erau și români. În 1536 numărul caselor din Codlea a ajuns la 177.

În anul 1599, în campania întreprinsă în Transilvania, Mihai Viteazu trece și prin Codlea. În anul 1685 va fi incendiată întreaga localitate, inclusiv biserica evanghelică și cetatea.

Cutremurul din anul 1802 provoacă mari stricăciuni construcțiilor codlene, amenințând chiar și turnul de lângă biserica evanghelică.

Primele școli săsești s-au deschis în anul 1540, iar în limba română prima școală este semnalată în anul 1800 funcționând pe lângă biserică.

În anul 1950 localitatea Codlea este declarată oraș, iar din anul 2000 este ridicată la rangul de municipiu.

În prezent, municipiul Codlea reprezintă una dintre cele mai importante localități din județul Brașov și se constituie într-un centru care polarizează activitatea social-economică a altor localități din zonă. Astfel, o mare parte a salariiilor unităților economice din oraș este constituită din locuitori ai comunelor învecinate. De asemenea, dotările social-culturale, rețeaua comercială a orașului, spitalul municipal, liceele de specialitate deservesc în mare măsură și locuitorii comunelor învecinate.

A.1. INSTITUȚII/ORGANIZAȚII CARE SE ADRESEAZĂ ACELEIAȘI COMUNITĂȚI

A.1.1. Casa de Cultură a Municipiului Codlea

Casa de Cultură a Municipiului Codlea este o clădire care etalează o diversitatea de stiluri și a cărei construcție a început în anul 1881, fiind finalizată abia în anul 1925. Ridicată în stil neoclasic cu influențe baroce și elemente specifice arhitecturii săsești, clădirea reprezintă un important centru de promovare a valorilor

culturale. Situată în Codlea, strada Lungă, nr. 111, Casa de Cultură a Municipiului Codlea dispune de un spațiu în centru orașului, cu o sală de teatru și spectacole, care avea la momentul inaugurării sale 394 de scaune fixe și o capacitate de 500 de persoane. În 1961 s-a dat în folosință noua sala festivă, construită prin contribuția voluntar bănească a cetățenilor, având o suprafață de 635 mp. În anul 2012 administrația publică locală a depus un proiect de reabilitarea a Centrului Istoric a municipiului Codlea, la Agenția de Dezvoltare Regională – Centru. Astfel, peste 13 milioane de lei, din care cea mai mare parte sunt fonduri nerambursabile s-au investit, pentru reabilitarea completa a Centrului istoric al municipiului Codlea, județul Brașov. Motivul pentru care a fost întocmită și depusă la sediul ADR Centru această cerere de finanțare l-a constituit crearea premiselor necesare pentru oferirea populației, dar și turiștilor, din Municipiul Codlea a unui mediu urban corespunzător, contribuind la creșterea calității vieții și crearea de noi locuri de muncă în oraș, prin reabilitarea infrastructurii urbane și îmbunătățirea serviciilor sociale și culturale. După trei ani de lucrări intense, pe 8 decembrie 2015, a avut loc inaugurarea „noii” Case de Cultura a Municipiului Codlea. Lucrările de reabilitare au constat în : renovarea exterioară a clădirii; refacerea acoperișului; restaurarea tavanului casetat și a întregilor finisaje interioare; înlocuirea încălzirii cu sobe de teracota cu încălzire centralizată; montarea unui sistem modern de ventilație; amenajarea unui grup sanitar nou adaptat persoanelor cu dizabilități locomotorii; montarea de mobilier nou, scaune tapitate din catifea grenă, cortină și mocheta.

Conform prevederilor legale în vigoare, după reabilitare, Casa de Cultură a Municipiului Codlea dispune de un număr de 300 de locuri pe scaune.

La evenimentul de inaugurare codlenii, și nu numai ei, au fost invitați la un spectacol de excepție, invitat fiind maestrul Tudor Gheorghe, care a susținut concertul „Adio doamnă - refrene din trecut”, împreună cu orchestra Nova Muzica, dirijor Marius Hristescu.

A.1.2. Muzeul Tradițiilor Codlene și al Administrației Publice Locale

Muzeul a fost inaugurat pe 13 mai 2016, ca muzeu fără personalitate juridică aflat în subordinea Consiliului Municipal Codlea. Amplasat într-o clădire monument istoric, fostă primărie, datând din 1775, muzeul dispune de spații generoase, nou reabilitate prin fonduri europene. La demisol se află o expoziție reprezentativă pentru istoria și tradițiile de pe meleagurile codlene, numită „Expoziția Donațiilor”, compusă din bunuri etnografice, istorice, artă, fotografie. Cele mai multe dintre aceste bunuri au fost donate de Comunitatea Sașilor Codleni din Germania. La parter se pot desfășura expoziții temporare din diverse domenii: artă plastică, numismatică, teme cu impact istoric, social, lansări de carte, etc. La mai bine de un an de la inaugurarea muzeului de la Codlea, acesta și-a deschis porțile tuturor sălilor expoziționale. Dacă la inaugurarea sa muzeul găzduia o singură expoziție permanentă, amenajată la demisolul acestuia, începând cu 1 august 2017, acesta poate fi vizitat cu noile sale expoziții cu tematici diverse. La parterul muzeului se poate vizita expoziția cu titlul

„Gata de zbor!– Albert Ziegler, primul aviator al Transilvaniei” și alte două încăperi care redau imaginea fidelă a unei camere tradiționale românești, respectiv săsești.

Expoziția Albert Ziegler are la bază fotografii istorice, vechi, reproduse pentru muzeul din Codlea cu sprijinul Muzeului Județean de Istorie Brașov, sub atenta coordonare a directorului Pepene Nicolae. Cele două camere sunt aranjate cu obiecte donate atât de comunitatea română din Codlea, dar și cea săsească, care au avut bucuria să le admire în locul de cinste pregătit în muzeu.

La etajul muzeului regăsim 3 săli generoase ca spațiu, care permit vizitarea următoarelor expoziții: tablouri ale pictorului Aurel Bordenache – Expoziție permanentă; Reforma în Transilvania – Expoziție temporară; Tezaurul Codlei – Expoziție permanentă.

Expoziția Tezaurul Codlei a putut fi realizată cu sprijinul Bisericii Evanghelice C.A și a Bisericii Ortodoxe Înălțarea Domnului din Codlea, care au pus la dispoziția muzeului obiecte de o importanță deosebită, regăsite în lăcașurile lor de cult, cum ar fi: potir din aur și argint, cununie, icoane, etc.

Tot din tezaurul orașului fac parte și valorile arhitecturale din Codlea, care sunt prezentate într-un film realizat ce surprinde unele dintre cele mai frumoase case săsești și românești din sec. XVIII – XX, dar și fotografii istorice din Codlea veche.

În data de 01.08.2017, la Muzeul Tradițiilor Codlene a avut loc deschiderea porților spațiului expozițional amenajat la etajul acestuia. Cu acest prilej a avut loc și deschiderea celei de-a 5-a ediții de întrunire a sașilor codleni plecați în Germania.

A.1.3. Biblioteca Municipală Codlea

Biblioteca Municipală Codlea are statut de bibliotecă publică și oferă acces gratuit publicului de toate vârstele, pe baza unei fișe de înscriere și a unui permis de intrare în bibliotecă.

Renovată și modernizată printr-un proiect cu fonduri europene, biblioteca este structurată pe două nivele:

- La parter se află Secția de Împrumut la Domiciliu, unde cititorii au acces liber la rafturi și unde este depozitată cea mai mare parte a fondului de carte al bibliotecii, organizat pe următoarele domenii: religie, filozofie, istorie, geografie, biologie, economie, politică, bibliografie școlară, literatură română și universală, cărți în limbile germană, maghiară, franceză și engleză. Tot în cadrul acestei secții se fac înscrierile și eliberarea permiselor de bibliotecă.
- La etaj se află Secția de Muzică, Artă și Poezie, de asemenea Periodice, Audiobook și Internet (multimedia). Aici utilizatorii pot consulta în regim de sală de lectură albume de artă și colecțiile multimedia ale bibliotecii, să citească presa sau să caute informații de pe calculatoarele bibliotecii cu acces gratuit la internet.

Alte activități care se desfășoară în cadrul Bibliotecii Municipale Codlea sunt: clubul jocurilor de societate din Codlea și șezătoarea ei.

A.1.4. Despărțământul Astra „Dr. Nicolae Căliman” Codlea

ASTRA (Asociațiunea transilvană pentru literatura română și cultura poporului român) este o instituție culturală care a luat ființă la Sibiu, în anul 1861 și primul ei președinte a fost episcopul Andrei Șaguna. Lupta pentru eliberarea națională a românilor din Transilvania și pregătirea Marii Uniri din 1918. A avut despărțăminte în Transilvania, Banat, Crișana, Maramureș, Bucovina, Basarabia și Dobrogea.

Înființat în anul 1870, Despărțământul ASTRA Brașov a militat pentru atragerea unui număr cât mai mare de români și pentru împlinirea idealurilor sale patriotice. După război, în data de 10 octombrie 1926, la inițiativa președintelui ASTREI brașovene, doctorul Nicolae Căliman, ia naștere Despărțământul Codlea. Primul președinte a fost preotul Gheorghe Florian Prejmerean și s-au înscris 58 de membri. Cercurile sale se aflau în comunele: Țințari, Vlădeni, Satu Nou.

Din păcate, în anul 1948, activitatea ASTREI a fost suspendată de către autorități în întreaga țară.

Locuitorii municipiului Codlea au așteptat mai bine de 60 de ani reînvierea idealurilor ASTREI la nivel local. Două meniri stau în fața viitorului despărțământ și anume: împlinirea misiunilor Asociațiunii și stabilirea mijloacelor de realizare a activităților viitoare.

Cultura și popularizarea acesteia constituie obiective prioritare pentru conducerea Despărțământului. În acest sens se dorește realizarea următoarelor lucrări: o monografie completă a municipiului Codlea, un dicționar al personalităților codlene, o monografie a bisericilor din localitate, un istoric cât mai complet al Despărțământului ASTRA Codlea și o revistă a Despărțământului Codlea.

A.1.5. Clubul Copiilor Codlea

Clubul Copiilor din municipiul Codlea a fost înființat în anul 1950 sub denumirea „Casa Pionierilor Codlea”. Până în anul 2012 Clubul Copiilor Codlea și-a desfășurat activitatea în municipiul Codlea, într-o clădire din Strada Laterală, numărul 38, dar aceasta a fost revendicată și câștigată în instanță de urmașii foștilor proprietari. Din anul 2012 până în prezent își desfășoară activitatea în imobilul din Strada Lungă, nr. 112-114, județul Brașov, care aparține Primăriei Municipiului Codlea.

Astăzi, condițiile pentru desfășurarea activităților sunt foarte bune, cei aproximativ 827 de elevi care participă la activitățile cercurilor obțin rezultate deosebite atât pe plan local cât și pe plan județean, interjudețean, național și internațional.

Unitatea de învățământ cuprinde copii din ciclul preșcolar, primar, gimnazial și liceal.

A.1.6. Asociația „Cetatea Neagră” Codlea

Scopul Asociației îl constituie: promovarea tradițiilor populare și folclorice autentice; restaurarea Cetății Negre și realizarea de activități turistice, ecologice și de

protejarea mediului; desfășurarea de activități de punere în valoare a tehnicilor

Puncte tari – Strengths (S)	Puncte slabe – Weaknesses (W)
------------------------------------	--------------------------------------

populare; promovarea tradițiilor și obiceiurilor codlene.

A.2. ANALIZA S.W.O.T

-Multiculturalitatea specifică zonei; -Patrimoniul cultural material și imaterial cu valoare identitară recunoscută la nivel național și internațional; -Tradiția Ansamblului „Măgura” și Fanfarei „Române” -Restaurarea Centrului Istoric care include cele 3 instituții importante de cultură: Muzeul Tradițiilor Codlene, Biblioteca Municipală și Casa de Cultură; -Existența de echipamente de practică culturală de ultimă generație; - Poziționarea instituției în zona centrală a orașului.	-Comunicarea deficitară în mediul online, mai ales pe site-ul oficial; -Lipsa continuității în promovare; -Insuficienta exploatare a spațiilor pentru repetiții artistice; -Lipsa de viziune a conducerii instituției și oferta culturală neechilibrată; -Slaba coordonare, colaborare și consultare în armonizarea ofertei culturale; - Personal angajat insuficient pentru a acoperii necesitățile instituției; -Insuficienta cunoaștere a nevoilor culturale ale populației din cauza lipsei studiilor sociologice sau de marketing.
Oportunități – Opportunities (O)	Amenințări – Threats (T)
-Potențial ridicat pentru atragerea de noi consumatori culturali; -Posibilitatea semnării de contracte de colaborare cu meșteri populari sau diverși specialiști pentru susținere de cursuri; -Climat antreprenorial care permite stabilirea de parteneriate public-privat; -Posibile acțiuni și inițiative punctuale ale factorilor de decizie locali pentru favorizarea dezvoltării culturii codlene; -Înfrățirea cu orașe din țară și străinătate în vederea schimburilor culturale; -Înființarea unui Atelier de Creație.	-Globalizarea și riscul de pierdere a identității culturale a comunităților regionale și locale; -Lipsa de continuitate și/sau profunzime a acțiunilor culturale; -Nivelul redus al bugetului local alocat sectorului cultural; -Legislația mereu în schimbare; -Lipsa unui parteneriat real între mediul educațional și mediul cultural.

A 3. ANALIZA IMAGINII EXISTENTE A INSTITUȚIEI ȘI PROPUNERI PENTRU ÎMBUNĂTĂȚIREA ACESTEIA

A.3.1. Cunoașterea activității instituției de către comunitatea beneficiară a acestora

Casa de Cultură a Municipiului Codlea nu beneficiază, din păcate, de principalele elemente de identitate vizuală: logo și slogan.

Logoul este un element grafic care poate îmbrăca forma unei litere, unui text, unei imagini sau chiar unei combinații a tuturor acestor elemente. El este folosit pentru a identifica un brand, un produs, o organizație sau un eveniment.

Sloganul este un cuvânt sau un grup de cuvinte, o expresie sau o propoziție care creează imaginea/ personalitatea unei organizații sau instituții.

Sloganul nu este doar o formă textuală sau orală de a atrage atenția publicului ci poate fi la fel de bine și vizuală. El însoțește logo-ul instituției și este elementul publicitar cel mai des reținut de către public care îl poate reproduce fără efort, grație oralității lui deosebite și capacității sale de a comunica mai mult decât cuvinte.

Din analiza modului în care comunică cu publicurile sale, activitatea instituției este promovată mai ales în mediul online prin paginile sau grupurile Facebook:

- <https://www.facebook.com/CasaMunicipalaDeCulturaCodlea/> (cont oficial de Facebook al Casei de Cultură a Municipiului Codlea);
- <https://www.facebook.com/groups/576462576048075/> (grupul oficial de Facebook al Casei de Cultură a Municipiului Codlea);
- <https://www.facebook.com/groups/1512215792440694/?fref=ts> (grupul „Prietenii cărora le place Casa Municipală de Cultură Codlea”);
- <https://www.facebook.com/groups/818259654985958/?fref=ts> (grupul „Codlea de mâine”);
- <https://www.facebook.com/groups/HYDEPARK.Codlea/?fref=ts> (grupul „Hyde Park”);
- <https://www.facebook.com/groups/1665701253680600/?fref=ts> (grupul „Alianța pentru Codlea”);
- <https://www.facebook.com/CodleaInfo/?fref=ts> (pagina de informații Codlea-info);
- <https://www.facebook.com/groups/576462576048075/> (grupul „Brașovul Tău”).

Casa de Cultură a Municipiului Codlea are un site-ului propriu: <http://casadeculturacodlea.ro/>.

Din păcate, deși acesta ar trebui să constituie cartea de vizită a instituției, promovarea acțiunilor, activităților și evenimentelor culturale se realizează sporadic. Conținutul și cantitatea informațiilor sunt limitate, iar structura și imaginea site-ului este una statică, departe de dinamica vremurilor pe care le trăim.

Pe de altă parte, activitatea instituției este reflectată în publicațiile: Inside Brașov (revistă de cultură), BZB (cotidian local) și Transilvania Express (cotidian local). Știri despre evenimentele culturale organizate de către Casa de Cultură a

Municipiului Codlea apar și pe canalele INFO1 TV (platformă media locală), Antena 3 Brașov, Nova TV și MixTV.

Principala problemă care trebuie rezolvată constă demararea procesului de branding a instituției, prin elaborarea elementelor de identitate vizuală ale Casei de Cultură a Municipiului Codlea, respectiv logo și slogan.

Orice produs sau serviciu cultural, respectiv instituție de cultură, se adresează unei mase de oameni și, în timp, a căpătat o anumită percepție. Procesul prin care marca, produsul sau instituția respectivă a căpătat această percepție se numește branding. De regulă, acest proces este pe termen lung, și implică o masă mare de oameni. Modul în care este prezentată (sau „ambalată”) imaginea Casei de Cultură a Municipiului Codlea poate contribui la schimbarea percepțiilor publicului.

Problema promovării poate fi sensibilă și delicată, după cum, în particular, folosirea marketingului, ca instrument specializat în dinamizarea vânzărilor de produse și/sau servicii culturale, presupune o înaltă specializare. În acest sens, succesul depinde și de o riguroasă selecție a oamenilor care vor „vinde” imaginea instituției sau produsul cultural, precum și alegerea celor mai adecvate mijloace mass-media.

Pentru perioada 2018-2023 acțiunile întreprinse pentru îmbunătățirea promovării activității Casei de Cultură a Municipiului Codlea se vor axa pe următoarele coordonate:

- atragerea de noi segmente de public prin difuzare a directă a informației către aceștia (lărgirea bazei de date pentru newsletter, alegerea suporturilor media specifice fiecărui segment în parte, informarea individualizată pe forum propriu și pe site-uri de socializare);
- intensificarea promovării în instituțiile de învățământ, instituțiile publice, dar și în cadrul firmelor din localitate sau diverselor asociații (de pensionari, de locatari, studențești) în vederea atragerii publicului la evenimentele organizate de instituție;
- intensificarea promovării în mediul online, dar și pe suporturi video si audio (spoturi TV, promo-uri radio, etc.)
- consolidarea, prin acțiuni de relații publice, legăturii dintre instituție și public prin informarea continua a acestuia privind noile evenimente culturale organizate;
- atragerea publicului și promovarea imaginii Casei de Cultură a Municipiului Codlea în mass-media (influențarea se face prin găsirea punctului de atracție al fiecărui eveniment, crearea știrii în jurul evenimentului, a titlului comunicatelor de presă, selecția fotografiilor, etc.).

Activitatea de marketing a Casei de Cultură a Municipiului Codlea, precum și în cadrul oricărei alte instituții, are rolul fundamental de a genera profit. În această direcție, rolul publicității si al relațiilor publice este acela de a extinde continuu publicul consumator de evenimente culturale, de a-l educa și fideliza.

Un prim obiectiv în acest îndeplinirea acestui demers este acela de a identifica nevoile publicului, dar și de a crea noi nevoi și de a lărgi orizontul de așteptări al publicului. Mijlocul principal în atingerea și depășirea acestui obiectiv constă în diseminarea informației pe canalele de comunicare adecvate si optimizarea acestora.

Periodic, strategia de marketing trebuie să fie reevaluată pentru a fi identificate noi modalități de îmbunătățire a vizibilității evenimentelor culturale, dar și a imaginii instituției.

Acțiunile necesare pentru îmbunătățirea promovării imaginii Casei de Cultură a Municipiului Codlea și activității acesteia vor fi următoarele:

- prospectarea nevoilor de consum culturale;
- pregătirea publicului pentru receptarea evenimentelor culturale printr-o alegere judicioasă a circuitelor și formelor de distribuție, precum și printr-o campanie publicitară adecvată;
- stabilirea unor politici de prețuri adaptate publicului local;
- organizarea judicioasă a procesului de vânzare a билетelor și abonamentelor;
- lansarea evenimentelor, cursurilor și a celorlalte acțiuni organizate de instituție, trebuie să fie „însoțită” de o comunicare continuă cu publicul;
- monitorizarea măsurii în care „produsele” oferite de instituție satisfac standardele spectatorilor.

O instituție culturală profesionistă va pune accent pe calitatea și pe conținutul activităților desfășurate, fapt ce duce la o îmbunătățire directă a imaginii instituției culturale. Șansa instituției constă în faptul că se adresează tuturor cetățenilor indiferent de rasă, naționalitate, vârstă, sex, etnie sau religie în vederea dezvoltării libere și a adaptării lor la evoluțiile majore din cadrul societății și a normelor generale de moralitate, fapt pentru care poate aborda strategii și tehnici de promovare a imaginii i media diversificate, astfel: realizarea unor proiecte și acorduri de colaborare cu parteneri din mass-media; întâlniri și negocieri directe cu colaboratorii și beneficiarii; promovarea activităților în cadrul sistemului educațional (în rândul elevilor, studenților, profesorilor); promovarea instituției prin intermediul grupurilor de discuție online, a blogurilor și site-urilor; inițierea de activități/programe culturale în spații neconvenționale; realizarea unui panotaj indoor și outdoor în punctele de aglomerație urbană; promovarea prin intermediul social-media (Facebook, Twitter, etc.).

Consider că este absolut necesară rebranduirea site-ul web: <http://casadeculturacodlea.ro/>, acesta având avantajul că se adresează atât direct, cât și indirect beneficiarilor, astfel:

- în mod direct site-ul web se adresează comunității utilizatoare de internet;
- în mod indirect site-ul web, prin informațiile oferite, se adresează tuturor categoriilor sociale.

A.3.2. Cercetare de piață

Din analiza documentelor publice, Casa de Cultură a Municipiului Codlea se confruntă, în ultimii ani, indiferent de evenimentele pe care le organizează, cu o lipsă de interes din partea publicului codlean, motiv pentru care mi-am dorit să identific posibile elemente de identitate care pot sta la baza reconstruirii identității instituției, având ca bază Ansamblul „Măgura” și Fanfara „Română” cu scopul de reîntoarcerii publicului către cultură, educație civică și terapii ocupaționale.

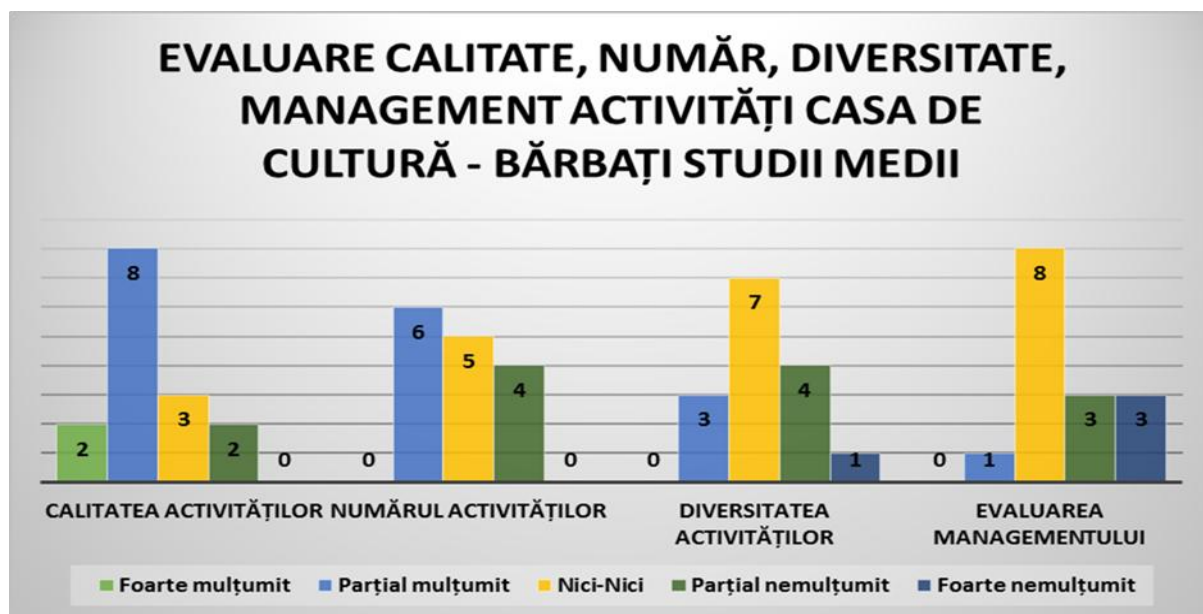
În acest sens am realizat o cercetare de tip cantitativ. Pentru verificarea ipotezelor am folosit ca metodă de cercetare sondajul de opinie folosind ca tehnică de investigare chestionarul. Acesta a conținut atât întrebări închise, cât și întrebări deschise. Procedeu folosit a constat în administrarea de către subsemnatul a unui chestionar, folosind ca instrument de investigare grila de întrebări, care a fost aplicat unui număr de 60 de persoane: 30 de bărbați (15 cu studii medii, 15 cu studii superioare) și 30 de femei (15 cu studii medii, 15 cu studii superioare). Cercetarea s-a realizat în perioada 11-15 iunie 2018 în Promenada municipiului Codlea.

Ipotezele de lucru de la care am pornit sunt următoarele:

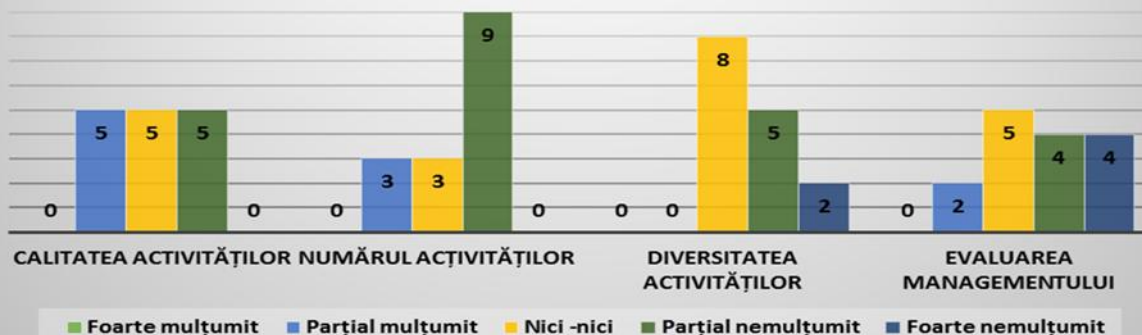
- gradul de satisfacție scăzut în legătură cu calitatea, numărul și diversitatea activităților existente momentan la Casa de Cultură, precum și lipsa de viziune și managementul defectuos reprezintă cauze lipsei de interes a codlenilor;
- Ansamblul „Măgura” și Fanfara „Română” reprezintă principalele elemente de identitate a Casei de Cultură Codlea;
- insuficiența fondurilor de la bugetul local constituie o problemă pentru managementul instituției;
- necunoașterea gusturilor publicului este un factor al situației actuale;
- prețul билетelor la spectacolele prezentate la Casa de Cultură influențează consumul cultural;
- promovarea insuficientă posibilă cauză a lipsei de spectatori.

A.3.3. Interpretarea rezultatelor

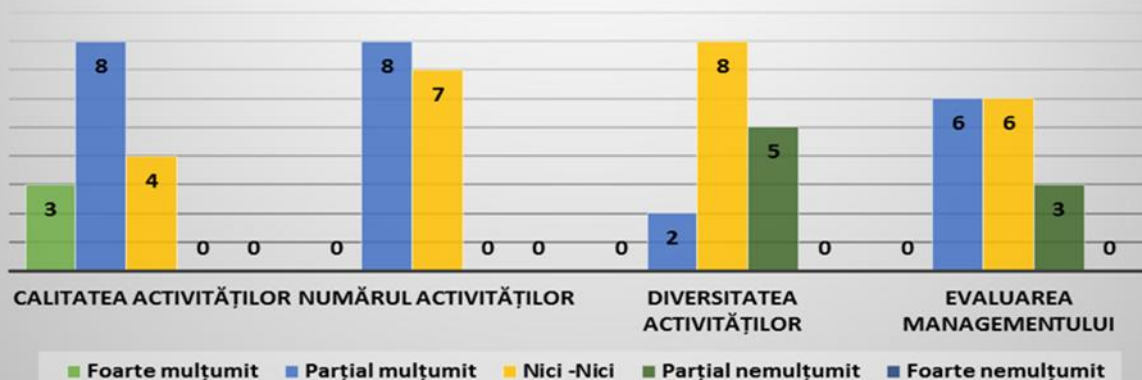
Ipoteza de la care am pornit a fost următoarea: gradul de satisfacție scăzut în legătură cu calitatea, numărul și diversitatea activităților existente momentan la Casa de Cultură, precum și lipsa de viziune și managementul defectuos reprezintă cauze lipsei de interes a codlenilor în ceea ce privește participarea la evenimentele organizate de instituția mai sus menționată.



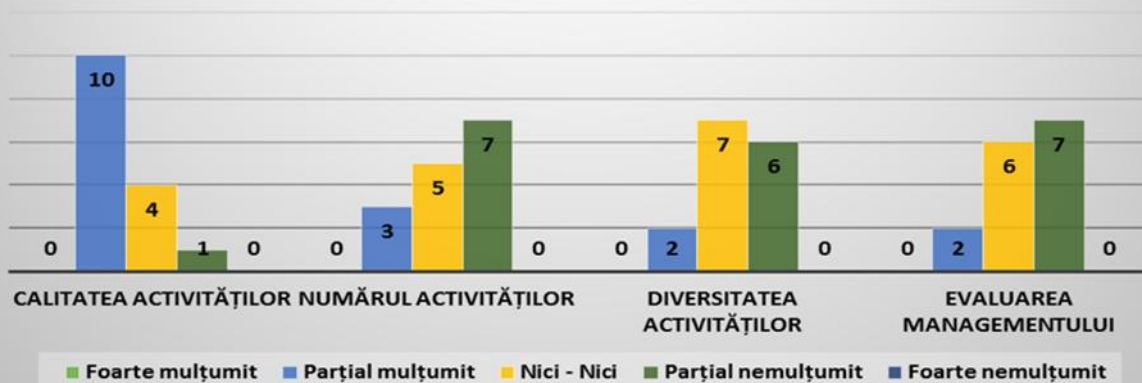
EVALUARE CALITATE, NUMĂR, DIVERSITATE, MANAGEMENT ACTIVITĂȚI CASA DE CULTURĂ - BĂRBAȚI STUDII SUPERIOARE



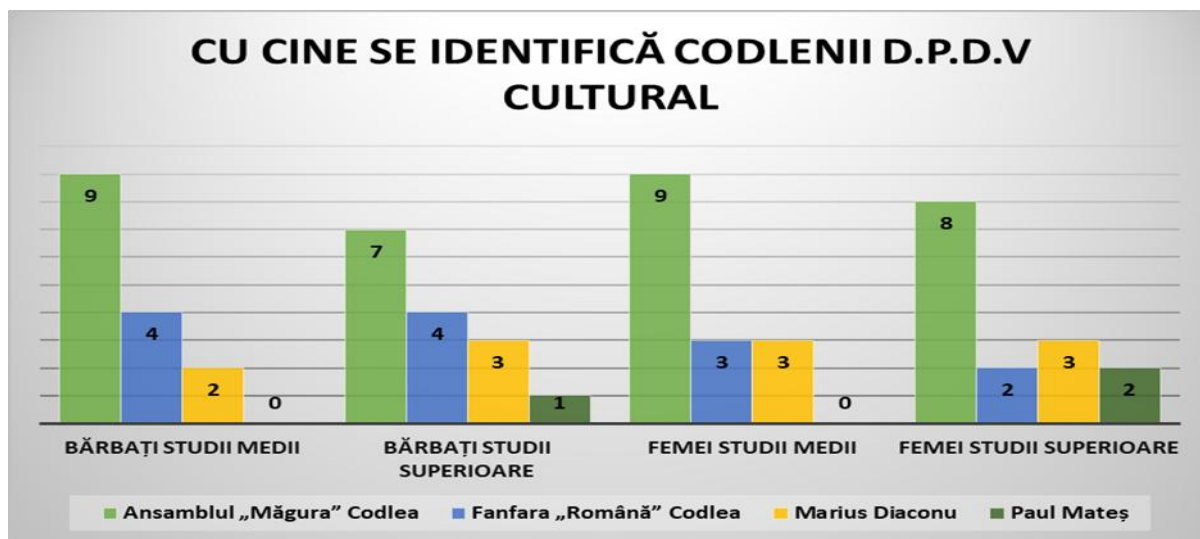
EVALUARE CALITATE, NUMĂR, DIVERSITATE, MANAGEMENT CASA DE CULTURĂ - FEMEI STUDII MEDII



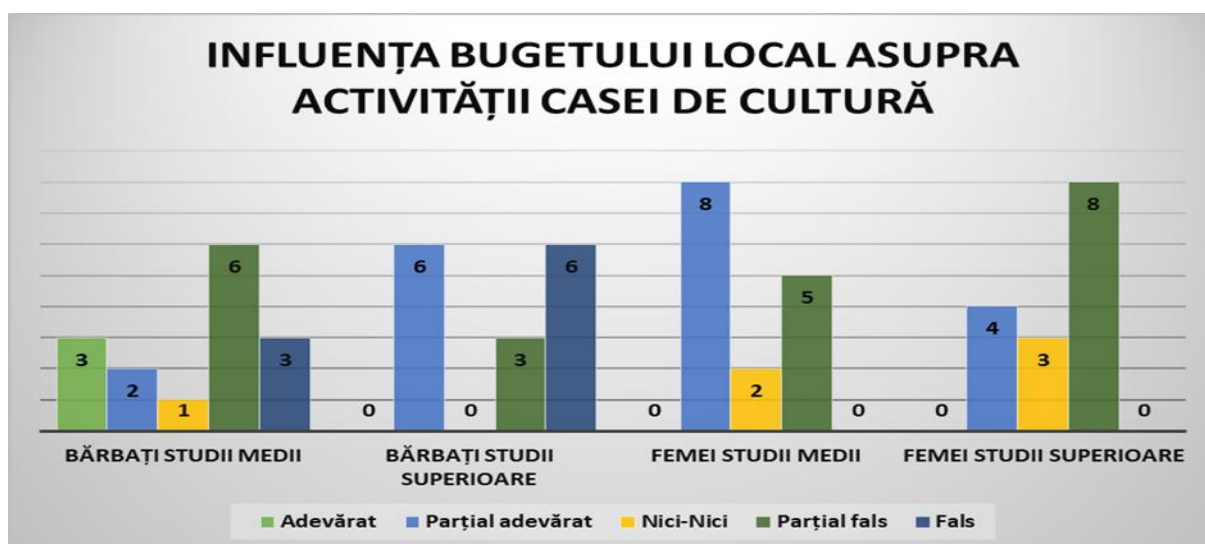
EVALUARE CALITATE, NUMĂR, DIVERSITATE, MANAGEMENT CASA DE CULTURĂ - FEMEI STUDII SUPERIOARE



Atât femeile cât și bărbații, indiferent de studii, sunt parțial mulțumiți de calitatea evenimentelor. Femeile și bărbații cu studii medii sunt „parțial mulțumiți” de numărul activităților, comparativ cu femeile și bărbații cu studii superioare care sunt mai mult „parțial nemulțumiți”. În ceea ce privește diversitatea activităților se remarcă faptul că indiferent de studii sau gen, oamenii sunt „parțial nemulțumiți”.

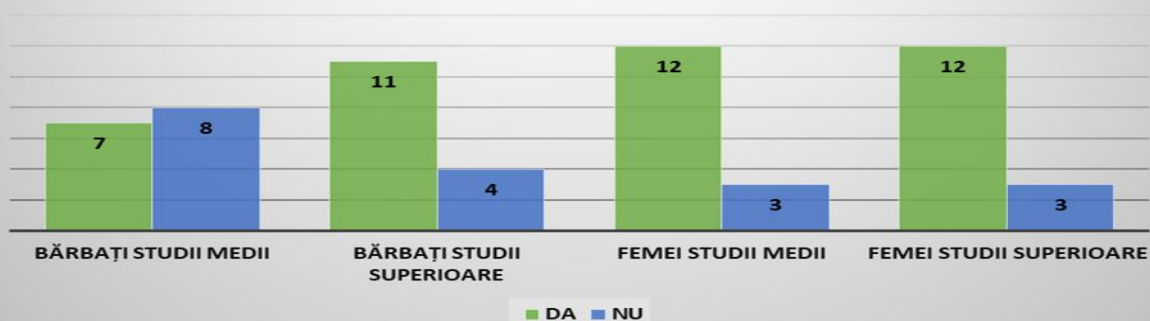


Principalii reprezentanții ai culturii de la poalele Măgurii cu care se identifică codlenii sunt: Ansamblul „Măgura” și Fanfara „Română” care se identifică cu însăși Casa de Cultură, dar și ceramistul figurativ Marius Diaconu și chitaristul Paul Mateș Practic, din răspunsurile primite se confirmă ipoteza conform căreia Ansamblul „Măgura” și Fanfara „Română” reprezintă principale elemente de identitate a Casei de Cultură Codlea.

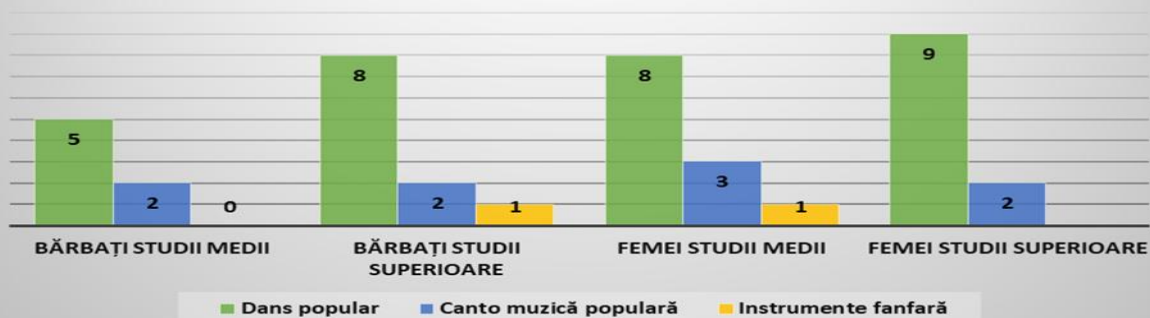


Cu ipoteza conform căreia suma alocată de la bugetul local influențează activitatea Casei de Cultură nu sunt de acord bărbații (indiferent de studii) și femeile cu studii superioare, în timp ce femeile cu studii medii susțin în proporție ridicată că acest lucru este „parțial adevărat”.

CUNOȘTINȚE ÎN LEGĂTURĂ CU EXISTENȚA UNOR CURSURI ÎN CADRUL CASEI DE CULTURĂ

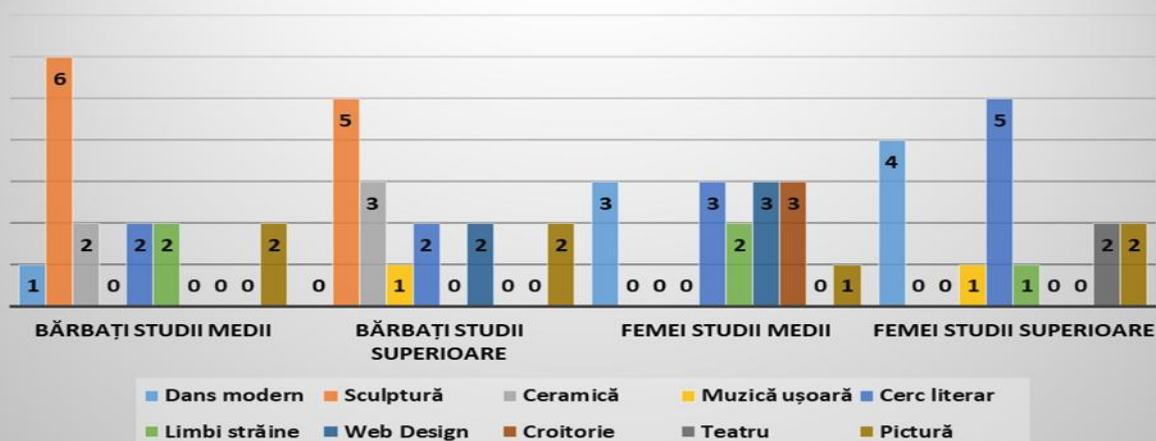


CUNOȘTINȚE ÎN LEGĂTURĂ CU EXISTENȚA UNOR CURSURI ÎN CADRUL CASEI DE CULTURĂ

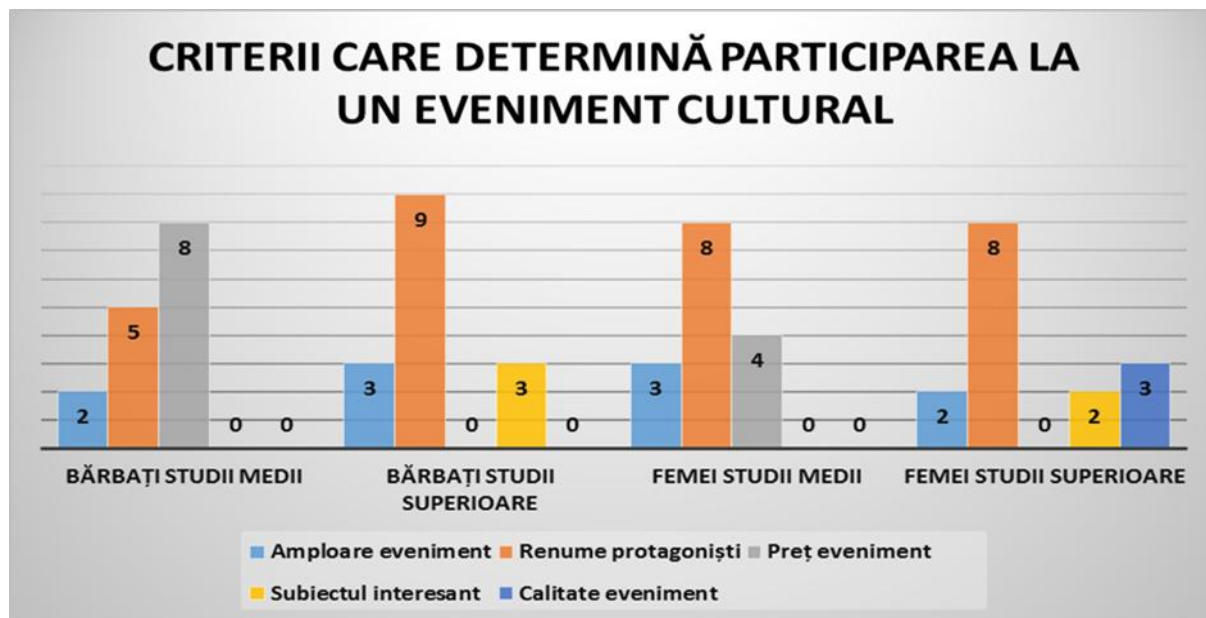


Mai mult de jumătate din bărbații cu studii medii nu știu de existența cursurilor de la Casa de Cultură, în timp ce bărbații cu studii superioare și femeile (indiferent de studii) știu, în proporție majoritate acest lucru. Dintre persoanele chestionate, care știu de existența cursurilor la Casa de Cultură, majoritatea au menționat cursul de dansuri populare.

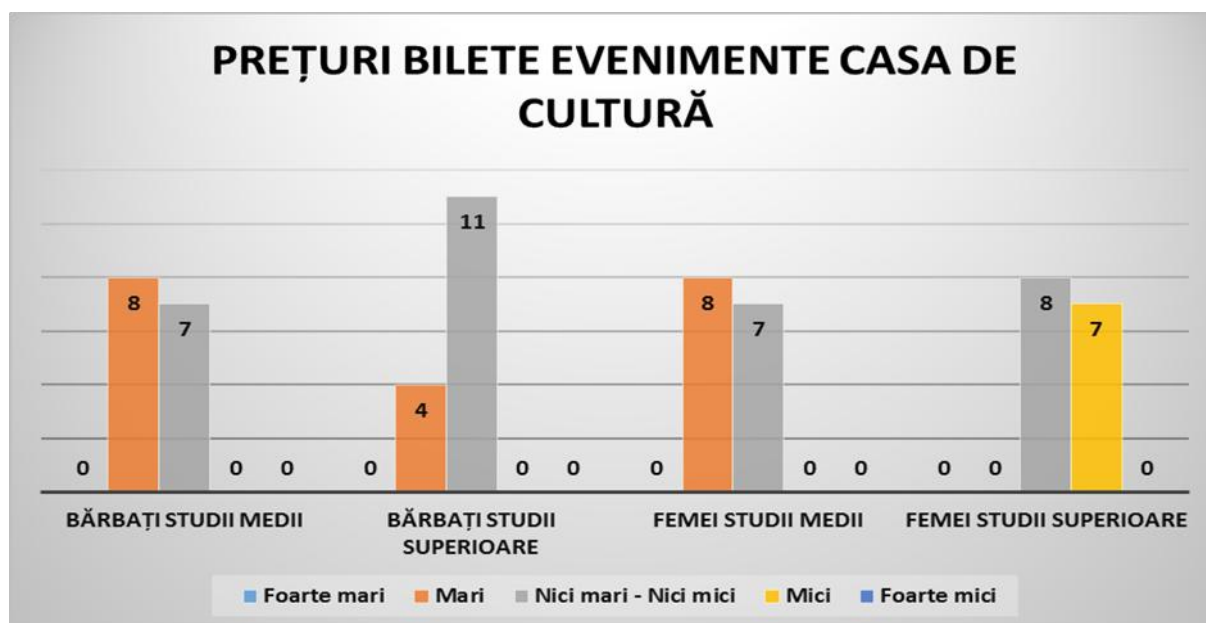
CURSURI AGREATE ÎN PERSPECTIVĂ



La întrebarea referitoare la ce cursuri ar prefera să participe (ei înșiși, copiii sau nepoții lor) situația se prezintă în felul următor: bărbații preferă în special cursurile de sculptură și ceramică, în timp ce femeile preferă cu studii medii preferă cursuri de dans modern, web design și croitorie, iar cele cu studii superioare preferă cercurile literare și dans modern.

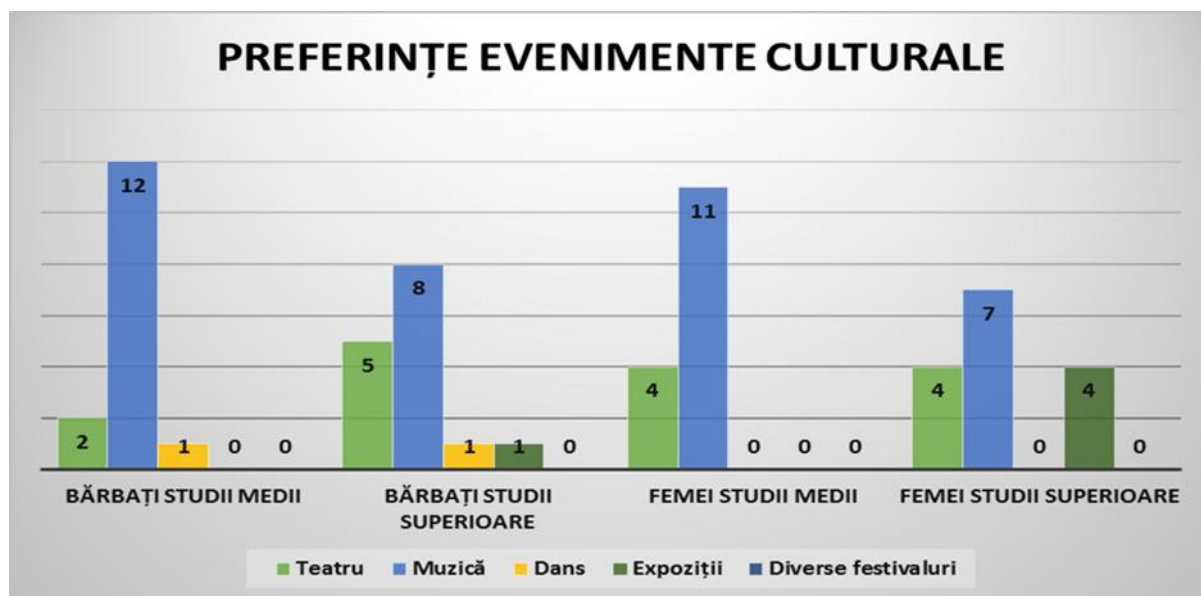


Bărbații cu studii superioare și femeile (indiferent de studii) susțin că renumele protagoniștilor unui eveniment îi determină să participe la o manifestare culturală, în timp ce bărbații cu studii medii consideră prețul ca factor determinant.

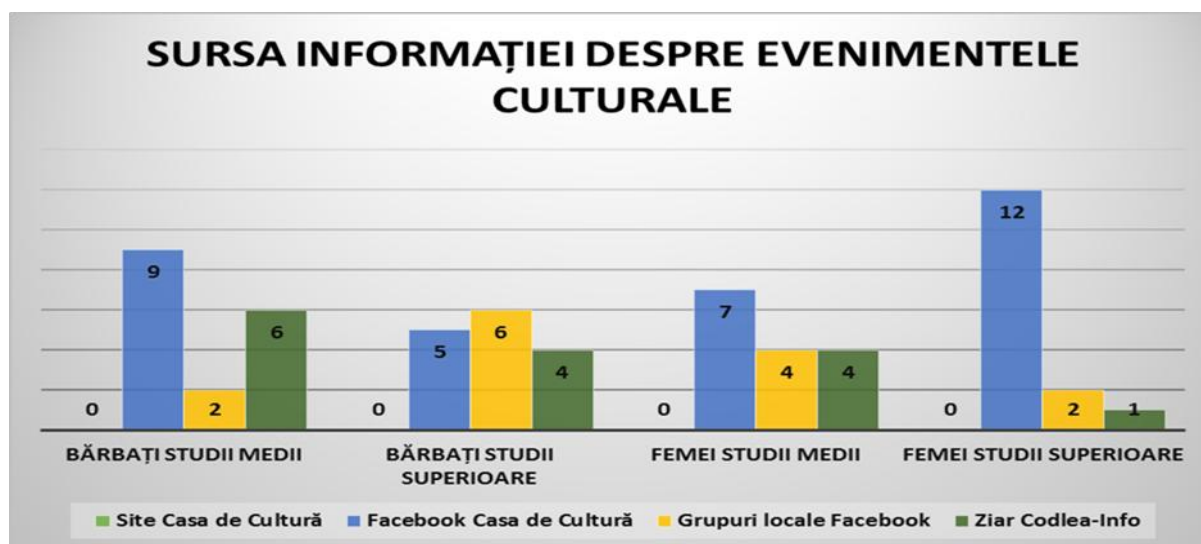


Referitor la prețul biletelor la evenimentele culturale desfășurate la Casa de Cultură, bărbații cu studii superioare consideră că aceste nu sunt „nici mari-nici mici”. Bărbații și femeile cu studii medii cred că prețurile sunt mai degrabă „mari”,

comparativ cu femeile cu studii superioare care au susținut că sunt mai degrabă „mici”.

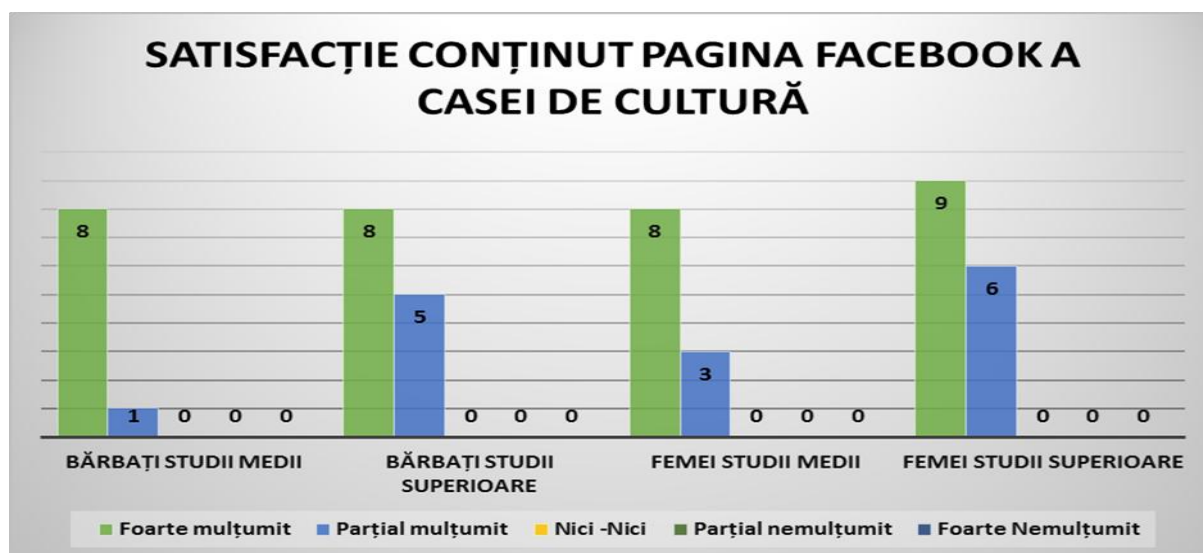
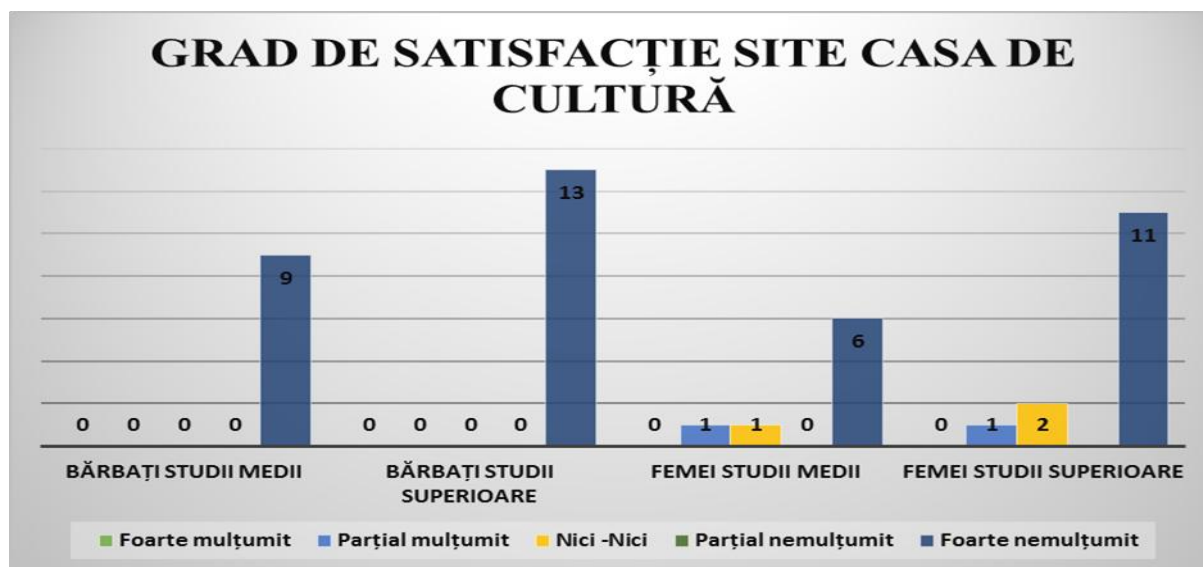


La absolut toate categoriile, spectacolele de muzică sunt preferate de publicul codlean, urmate de cele de teatru. De remarcă aproape un sfert dintre femeile cu studii superioare preferă expozițiile.



Ceea ce m-a surprins la această întrebare este faptul că absolut niciunul dintre respondenți nu au menționat site-ul Casei de Cultură ca sursă de informare în legătură cu evenimentele culturale. În rest, bărbații (indiferent de studii) și femeile cu studii medii au menționat pagina oficială de Facebook a instituției, grupurile locale de Facebook, dar și ziarul local Codlea-Info. Femeile cu studii superioare sunt cele care

se informează cel mai mult în legătură cu evenimentele culturale de pe pagina oficială de Facebook a Casei de Cultură.



Atât bărbații cât și femeile se declară „foarte nemulțumiți” de site-ul Casei de Cultură. Pe de altă parte, atât bărbații cât și femeile se declară în marea lor majoritate „foarte mulțumiți” de conținutul existent pe pagina oficială de Facebook a Casei de Cultură.

Această cercetare nu are pretenția de avea rigoare științifică, deoarece nu are un nivel de reprezentativitate impus de metodele de cercetare sociologică, însă este un prim pas în „consultarea” potențialului public al evenimentelor organizate sau găzduite de Casa de Cultură a Municipiului Codlea.

A.4. PROPUNERI PENTRU CUNOAȘTEREA CATEGORIILOR DE BENEFICIARI

Studiile efectuate, legate de cultură (în principal Barometrul de consum Cultural), au arătat că publicul participă la evenimente și acțiuni culturale în funcție de câțiva factori – educație, venituri, vârstă, apartenență socială, de experiența acumulată în domeniu, de timpul liber, etc. Tot din barometrul cultural aflăm că românii preferă să se uite la telenovele și comedii, în detrimentul literaturii, filmelor artistice și a muzicii de calitate, deci se observă o activitate intensă, însă cu un grad ridicat de superficialitate, axată în principal pe lecturarea ziarelor, privitul la televizor și activitatea specifică internetului, activitate pentru care suma medie alocată de familie este de 45 lei. S-a mai observat faptul că între „cunoscătorii de elită” și „necunoscători” există o distanță considerabilă, „clasa culturală mijlocie” fiind aproape inexistentă, iar consumul cultural românesc este mai scăzut cu 30 % decât categoriile sociale similare din statele occidentale. Consider că este necesară o strategie permanentă de cunoaștere a categoriilor de beneficiari, utilizându-se studiile și cercetările existente, ba mai mult, este absolut necesar, pentru a se forma o imagine corectă a situației de fapt, să fie întreprinse, în colaborare cu instituții specializate diferite proiecte de cercetare, cu aplicarea unor instrumente diverse (chestionare, studii de impact, interviuri, sondaje de opinie, focus grupuri, studii de caz, etc.) în vederea unei bune cunoașteri a categoriilor de beneficiari.

De asemenea, se pot folosi noi instrumente de planificare: Diagrame de afinitate, Diagrame de inter-relații, Diagrama arborelui, Diagrama frecvenței, Diagrama de matrice și Diagrame de program.

A.5. GRUPURILE ȚINTĂ ALE ACTIVITĂȚILOR INSTITUȚIEI PE TERMEN SCURT/MEDIU

Portretul beneficiarului se schimbă permanent, de aceea este nevoie de o analiză permanentă a publicului. Beneficiarul țintă al activităților instituției este, în primul rând, spectatorul plătit de bilet, de toate categoriile de vârstă și cu preocupări socio-culturale dintre cele mai diverse. Consumatorul evenimentelor culturale a dobândit o calitate de sinteză foarte mare, lucru care este determinant în alegerea viitoarelor proiecte și asta pentru că în acest secol al vitezei, oamenii au început să funcționeze, fizic dar și mental, mult mai rapid decât o făceau acum 30 de ani. Este necesară upgradarea conceptului de eveniment cultural, concept care trebuie grefat pe acest nou tip de spectator care înțelege mai repede, gândește mai repede și care procesează mai repede datele audio-vizuale pe care le primește.

La nivelul municipiului Codlea se întâlnesc beneficiari cu un interes crescut pentru activitățile propuse de instituție, însă există și categorii ce este necesar a fi atrase către acestea. Pentru a răspunde necesităților culturale este necesară elaborarea unor strategii diferite, în funcție de tipul/profilul beneficiarului, astfel pentru beneficiarii cu interes crescut se vor folosi preponderent chestionarele și interviurile, elaborându-se studii de impact privind activitățile desfășurate, dar în același timp se vor iniția și studii de cercetare și sondaje de opinie pe eșantioane reprezentative, diferențiate pe categorii socio-profesionale și de vârstă.

Pe termen scurt propun un plan de activități și programe cu scopul de a atrage creșterea numărului de participanți: atragerea unui număr mare de elevi, studenți, cadre didactice și pensionari prin implicarea acestora în activități educaționale non-formale; înființarea unor cercuri/școli de vară care să atingă toate domeniile culturale importante și să implice majoritatea factorilor culturali locali, dar și colaborări la nivel național și internațional; inițierea unor ateliere de lucru, simpozioane, proiecte, concursuri, festivaluri, etc. diversificarea canalelor de promovare și prezentare a activităților și a instituției;

Pe termen lung consider că este necesară o strategie care să țină cont că beneficiarii instituției participă la activitățile acestora în timpul liber, deci ne confruntăm cu o piață concurențială și cu beneficiari exigenți. Astfel politica de atragere a consumatorului este necesar a fi în continuă adaptare la nevoile consumatorului, însă fără a face rabat de la principiile și valorile promovate. În concluzie strategia propusă se referă la: promovarea activităților în rândul categoriilor ce manifestă un interes scăzut; inițierea de activități culturale ce vor avea grup țintă șomeri, bugetari, studenți, grupuri etnice și culturale minoritare; implicarea acestor categorii în organizarea unor evenimente culturale; inițierea și organizarea unor programe de internship și rețele voluntariat în cadrul instituției.

Ca urmare a aplicării strategiilor amintite sperăm la mărirea procentului beneficiarilor cu 5% în primul an, 10% în al doilea an, 20% în al treilea an, 25% în al patrulea an și cu 30 % în al cincilea an.

A.6. PROFILUL BENEFICIARULUI ACTUAL

Din datele puse la dispoziție nu reiese faptul că până acum s-ar fi făcut studii pentru a putea „creiona” un profil al beneficiarului actual. În acest sens, consider că este obligatorie realizarea anumitor studii care să vizeze cunoașterea categoriilor de beneficiari, iar profilul beneficiarului actual poate reieși din propunerea unui cercetări sociologice intitulată „Părerea dumneavoastră contează” și ale cărei întrebări se regăsesc în ANEXA 4.

B. ANALIZA ACTIVITĂȚII PROFESIONALE A CASEI DE CULTURĂ A MUNICIPIULUI CODLEA

B. 1. Analiza programelor/proiectelor instituției

Nr. crt.	Tip eveniment - Generale	Număr evenimente 2017
1.	Muzică	11
2.	Teatru	3
3.	Baluri	2
4.	Simpozioane, conferințe, comemorări	15
5.	Lansări de carte	1
6.	Târg de job-uri	3

7.	Concursuri sportive	1
	TOTAL	36

Nr. crt.	Tip eveniment – Copii și tineret	Număr evenimente 2017
1.	Teatru	8
2.	Expoziții	1
3.	Serbări	7
4.	Concursuri	1
5.	Cursuri interactive	1
	TOTAL	18

Nr. crt.	Tip eveniment – Frecvență anuală	Număr evenimente 2017
1.	Festivaluri naționale	2
2.	Zilele orașului	1
3.	Concert de colinde	1
4.	Săptămâna filmului românesc	1
	TOTAL	5

B.2. Analiza participării la festivaluri, gale, concursuri, saloane, târguri etc. (în țară, la nivel național/internațional, în U.E, după caz alte state)

Cea mai veche formație care a activat în cadrul Casei de Cultură a fost ansamblul „Măgura”, înființat în 1959, în cadrul întreprinderii „Măgura”. În cadrul Casei de Cultură, Octavia Albu a fondat, în 1968, o grupă de dans popular românesc. Grupului de dansatori i se alătură și orchestra de muzică populară condusă de Ion Munteanu, împreună formând ansamblul folcloric „Măgura Codlei” sub conducerea lui Ciprian Tomșa. Această nouă formație îngloba și ansamblul întreprinderii „Măgura”. În cadrul ansamblului folcloric „Măgura” s-au perindat, în cei 50 de ani de activitate neîntreruptă, sute de dansatori, cântăreți populari și instrumentiști, reprezentând generații din diverse categorii sociale: studenți, elevi, muncitori, etc. Activitatea permanentă i-a determinat pe conducătorii ansamblului, ca de la an la an, să diversifice și să îmbogățească repertoriul atât prin dans cât și prin recuzita, îmbogățind totodată patrimoniul artistic prin punerea în scena de dansuri, obiceiuri populare și tradiții, cântece populare vocale și instrumentale, taraf și orchestră înscriindu-se în tonul autenticității și originalității folclorului românesc. De-a lungul anilor, ansamblul a desfășurat o largă activitate culturală participând la festivaluri naționale și internaționale, la emisiuni televizate, la spectacole caritabile și la spectacole concurs.

Dintre festivalurile naționale la care a participat Ansamblul „Măgura” putem aminti: Festivalul internațional „Peștișorul de Aur” Tulcea - 2001-2014 (Marele premiul „Peștișorul de aur”), Festivalul Național „Călușul Oltenesc” Slatina - în anii 2001,

2003, 2004, 2005, 2010, 2014 (s-au obținut diverse premii), Festivalul „Călușarului Transilvănean” Deva - în anii 1994, 1999, 2004, 2005, 2019, 2013, 2014 (obținând diverse premii), Festival Național de Folclor „Vara Pieleșteană” Pielești - în anii 2009, 2011 și 2016 (unde s-a obținut Marele premiu), Festivalul „Obiceiurilor de Iarnă” Craiova - în anii 2008, 2015, 2016 (obținând premiul pentru autenticitate costumului popular și a obiceiului pus în scena: „Ceata de Feciori” din Țara Făgărașului), Festivalul Obiceiurilor de Iarnă „Leru-i Ler” Brașov - în anii 2012, 2013, 2014, 2015, 2016 și Festivalul Național de Folclor Teliu - în 2015.

De asemenea, pot fi amintite și alte festivaluri, sărbători câmpenești și aniversări din localitățile: Făgăraș, Rupea, Zărnești, Ghimbav, Predeal, Pitești, Constanța, Sibiu, etc. Ansamblul „Măgura” a participat la mai multe festivaluri internaționale, din care voi aminti doar câteva: **1982** Italia - Bologna Comune di Eboli , **1995** Ungaria – Gyor, **1997** Grecia - Akrtia-Festivalul Dorothea Greece, **2001** Germania - Rimnitz Damgarter, **2001** Polonia – Varșovia, **2010** Belgia – Vosselar, **2011** Turcia – Turkut, **2016** Macedonia – Ohrid.

Astăzi, în cadrul ansamblului se pregătesc aproximativ 130 de dansatori, cântăreți și instrumentiști pe diferite grupe de vârste. Ansamblul dispune de un patrimoniu de costume variat putând astfel să reprezinte cu succes următoarele zone folclorice: Făgăraș, Dăișoara, Crihalma, Someș, Sibiu, Oaș, Banat, Bran, Oltenia. De asemenea, Ansamblul dispune de o recuzită specifică pentru punerea în scena a obiceiurilor populare tradiționale de muncă din viața poporului român, fiecare obicei având recuzita necesară.

Un alt pilon al Casei de Cultură a Municipiului Codlea îl constituie Fanfara „Română” Codlea.

Pentru constituirea fanfarei a trebuit străbătut un drum lung. Preotul Gheorghe Preșmăreanu, care era și profesor de muzică de orchestră, a dorit să pună bazele primei fanfare românești pentru a nu mai apela la fanfara din Brașov. Cu toate eforturile depuse, această idee nu s-a putut materializa. În decembrie 1923 s-a încercat să se pună bazele unei a doua fanfare, dar și această încercare a eșuat. De abia în noiembrie 1924 s-a format prima formație de fanfară. După șase lecții de muzică sub conducerea preotului Preșmăreanu , o parte din membri s-au retras, astfel că și a treia încercare a fost un eșec. În decembrie 1925, la a patra încercare, s-au înscris 40 de persoane care au început repetițiile sub conducerea plutonierului major Bordeianu, dar care din mai 1926 a renunțat. Pentru postul de instructor a fost solicitat muzicianul Perhart, sas din Codlea, dar acestea le-a spus că refuză deoarece românii nu sunt în stare să aibă o orchestră de fanfară. Într-un final, conducerea fanfarei a preluat-o Gheorghe Lupu. Primul spectacol a avut loc în august 1926 când au făcut un adevărat tur de forță, cântând timp de 20 de ore pentru o nuntă, atât în stradă cât și în sală. După 1936, fanfara românească a cântat de multe ori împreună cu fanfara săsească, în cadrul diferitelor serbări codlene. Cele două fanfare cântau alternativ în Parcul cu Soare, una o duminică, iar cealaltă duminică următoare. Fanfara românească nu a funcționat oficial decât până în 1938 când a apărut și o formație de jazz.

O nouă fanfară românească s-a înființat între 1959-1960 sub conducerea lui Axente Constantin. Noua fanfară, denumită „fanfara tânără” s-a reorganizat din inițiativa lui Marian Sorin, Cârstolovean Ion și Tecușan Ion.

Fanfara tânără s-a remarcat de-a lungul anilor prin participarea la nunți, spectacole cu ocazia diferitelor sărbători naționale, la concursuri și diverse concerte de fanfară în țară.

Din 1990 fanfara se reînnoiește și se află sub conducerea lui Stan Ciprian. Noua fanfară își desfășoară activitatea sub egida Casei de Cultură Codlea, participând la toate evenimentele importante organizate la nivel județean și național.

B.3. Analiza misiunii actuale a instituției - ce mesaj poartă instituția, cum este percepută, factori de succes și elemente de valorizare socială, așteptări ale beneficiarilor

Pentru o analiză pertinentă a misiunii instituției o să mă opresc mai întâi asupra delimitărilor conceptuale privind termenul „misiune instituțională” – reprezintă însăși rațiunea de a fi și de a crea valoare pentru societate, ea sintetizând legea existențială a organizației. Aceasta determină evoluția organizației axându-se pe imaginea externă a instituției și pe factorii decizionali ai managementului. Astfel putem concluziona că misiunea comunică comunității ce este și ce vrea să facă pentru această comunitate.

Legat de conceptul de misiune este și termenul de viziune, care reprezintă starea ideală proiectată în viitor, configurând o posibilă dezvoltare instituțională, axându-se pe imaginea internă a instituției și pe aspirațiile managementului de vârf;

Un alt element legat de conceptul de misiune se referă la obiectivele strategice, care reprezintă țintele spre care se îndreaptă instituția, iar atingerea lor este cuantificată prin rezultatele finale ale strategiilor de dezvoltare și activităților planificate. Prin realizarea acestora se consideră îndeplinită misiunea pentru proiecția de timp considerată.

O bună formulare a misiunii unei organizații trebuie să conțină următoarele:

- exprimarea generală a viziunii;
- indicarea valorilor fundamentale asumate de managementul de vârf al instituției;
- articularea obiectivelor strategice ale instituției.

Analizând caietul de obiective pentru concurs observ că instituția nu are o misiune bine definită, la punctul II. fiind prezentate, în mod foarte sumar doar comunitatea de potențiali beneficiari, categoriile de parteneri posibili și faptul că aceasta participă la proiectele elaborate de autoritatea locală (fără a se specifica tipul proiectelor). Mesajul transmis de instituție devine greu perceptibil de comunitatea locală, cu toate că dispune de anumiți factori de succes (activitățile desfășurate, publicitatea, gradul de implicare al partenerilor etc.).

B.4. Concluzii: - reformularea mesajului, după caz - descrierea principalelor direcții pentru îndeplinirea misiunii

Concluzionând analizele de mai sus se observă că este necesar ca instituția să își regândească strategia, pe termen scurt, mediu și lung, pentru a deveni un liant cultural al comunității locale.

Misiunea Casei de Cultură a Municipiului Codlea este de a oferi cadrul de desfășurare pentru organizarea, promovarea și cunoașterea valorilor culturii și artei, de dezvoltare a elementelor creatoare și artistice ale populației în toate domeniile de interpretare artistică, educațională, recreativă și distractivă, inițiind activități culturale în beneficiul tuturor codlenilor, fără deosebire de naționalitate, categorie socială, religie, orientări politice sau vârstă.

Viziunea Casei de Cultură a Municipiului Codlea ar trebui să pornească de la faptul că instituția trebuie să fie atât liant al instituțiilor și organizațiilor culturale, dar mai ales să contribuie la dezvoltarea culturală durabilă a comunității locale.

Pentru atingerea acestor deziderate propun următoarele obiective strategice:

- propunerea de produse și servicii culturale diverse, în scopul creșterii gradului de acces și de participare a locuitorilor la viața culturală a urbei;
- conservarea și promovarea valorilor religios-morale, artistice și tehnice ale comunității codlene, ale patrimoniului românesc și a celui universal;
- organizarea și susținerea formațiilor artistice de amatori (inclusiv cele școlare) pentru participarea la manifestări culturale inter-județene, naționale și internaționale;
- inițierea și organizarea de concursuri, festivaluri artistice;
- organizarea și susținerea activităților de documentare, a expozițiilor temporare, elaborarea de monografii și lucrări de educație și de informare a publicului;
- difuzarea de filme artistice și documentare;
- inițierea și organizarea cercurilor/cluburilor sportive, științifice și tehnice, de artă populară și plastică, turism cultural;
- organizarea și desfășurarea cursurilor de formare profesională continuă,
- inițierea și organizarea de evenimente culturale cu rol educativ și/sau de divertisment;
- inițierea și organizarea de activități cu scopul punerii în valoare a meșteșugurilor, obiceiurilor și tradițiilor populare;
- inițierea și participarea la proiecte și schimburi culturale inter-județene, naționale și internaționale.

Putem spune că succesul instituției devine corelat cu obiectivele culturale naționale și în acest sens fiind importantă stabilirea unui program de dezvoltare a instituției.

Instituția va fi axată pe promovarea următoarelor valori și atitudini:

- **Creativitate** – vom promova proiecte creative, care se impun prin originalitate și calitate;
- **Profesionalism** – vom promova proiecte realizate de oameni care au experiența lucrurilor bine făcute;
- **Pasiune** – reprezintă calitatea care determină ca un proiect să devină excepțional, iar în asemenea activități cultura îmbracă însăși conceptul;

- **Integritate** – Cultura nu poate fi decât temelia unei comunități integre, axată pe valori autentice, unde să se implementeze proiecte creative cu profesionalism și pasiune

C. ANALIZA ORGANIZĂRII INSTITUȚIEI ȘI PROPUNERI DE RESTRUCTURARE ȘI/SAU REORGANIZARE

C.1. Analiza reglementarilor interne ale instituției și ale actelor normative incidente

În temeiul prevederilor Ordonanței de urgență a Guvernului nr. 118/2006 privind înființarea, organizarea și desfășurarea așezămintelor culturale, actualizată cu modificările și completările ulterioare și ale Legii nr. 215/2001 privind administrația publică locală, republicată și actualizată, Casa de Cultură este o instituție publică de cultură de interes local, cu personalitate juridică, finanțată din alocații de la bugetul local și din venituri proprii. Regulamentului de organizare și funcționare cuprinde informații privind baza legală a constituirii și funcționării sale, prezintă obiectul de activitate și structura organizatorică. Posturile, funcțiile, limitele de salarizare și de încadrare ale Casei de Cultură a Municipiului Codlea se regăsesc în structura organizatorică și statul de funcții, ce au fost aprobate de Consiliul Local al municipiului Codlea prin H.C.L nr. 124/17.12.2015 și cuprinde următoarea structură de personal:

Nr. crt.	Post	Funcție	Nivel studii	Grad/tr.
1.	Ocupat	Director	S	IA
2.	Ocupat	Contabil șef	S	IA
3.	Ocupat	Referent	M	IA
4.	Ocupat	Maistru dansuri populare	M/G	I
5.	Ocupat	Personal întreținere	M/G	II
6.	Vacant	Maistru popular ceramist	M/G	

C.2. Propuneri privind modificarea reglementarilor interne și/sau ale actelor normative incidente

Dintre procedurile necesare a fi elaborate, în cel mai scurt timp, menționez:

- Procedura privind încheierea contractelor de colaborare;
- Procedură privind încasarea de taxe pentru cercuri, cursuri și evenimente culturale;
- Proceduri privind elaborarea regulamentelor de funcționare a cenaclurilor/cercurilor, cursurilor și formațiilor culturale;
- Procedură privind organizarea evenimentelor, acțiunilor și manifestărilor culturale;
- Procedură privind întocmirea planului anual de achiziții; etc.

- Fisele de post vor fi elaborate/revizuite în concordanță cu ultimele actualizări legislative;

Consider oportună modificare organigramei și statului de funcții prin înființarea unui post de consilier, studii superioare, pentru elaborarea/organizarea și implementarea de programe și proiecte culturale.

Dintre atribuțiile acestuia menționez:

- Coordonarea/monitorizarea/evaluarea activităților culturale propuse de parteneri și propunerea/elaborarea proiectelor culturale ale instituției;
- Organizarea de evenimente culturale (conferințe, seminarii, lansări de carte etc);
- Coordonarea activităților de comunicare/PR ale instituției și realizarea de parteneriate locale, naționale și internaționale;
- Inițierea/realizarea/coordonarea de studii de diagnoză și statistice privind nevoile culturale ale comunității.

De asemenea, consider că este necesar să se înființeze un post de consilier privind folosirea echipamentelor și a tehnologiilor de informații și comunicații în cultură, dintre atribuțiile căruia aș aminti:

- Coordonarea activităților IT și a echipamentelor tehnice;
- Administrarea și gestionarea bazelor de date;
- Administrarea site-ului instituției și a conturilor de pe rețelele de socializare.

Ținând cont de propunerile de mai sus, pe viitor se consideră necesară elaborarea unui nou stat de funcții, astfel:

Nr. crt.	Post	Funcție	Nivel studii	Grad/tr.
1.	Ocupat	Director	S	IA
2.	Ocupat	Contabil șef	S	IA
3.	Vacant	Consilier	S	IA
4.	Ocupat	Referent	M	IA
5.	Ocupat	Maistru dansuri populare	M/G	I
6.	Ocupat	Personal întreținere	M/G	II
7.	Vacant	Maistru popular ceramist	M/G	

C.3. Analiza capacității instituționale din punctul de vedere al resursei umane proprii și/sau externalizate

Personalul angajat este perfecționat în conformitate cu Ordinul Ministrului Culturii și cultelor nr. 2883/2003 o dată la 3 ani. Pentru următorii ani se impune participarea personalului angajat la cursuri de perfecționare astfel:

- **Cursuri de perfecționare pentru conducere:** cursuri de perfecționare în domeniul managementului cultural; cursuri pentru managementul proiectelor; cursuri pentru contabilitate și resurse umane;
- **Cursuri de perfecționare pentru personalul de execuție:** cursuri de perfecționare în domeniul marketingului și comunicării culturale.

C.4.1. Analiza capacității instituționale din punct de vedere al spațiilor și patrimoniului instituției, propuneri de îmbunătățire

Casa de Cultură a Municipiului Codlea își desfășoară activitatea în sediul aflat pe str. Lungă, nr. 111 (zona centrală a municipiului) și dispune de următoarele spații:

- sala mare de spectacole (cu o capacitate de 254 de locuri) și balconul sălii de spectacole (cu o capacitate de 46 de locuri) – aici se pot organiza tot felul de spectacole;
- sala cu oglinzi (cu o capacitate de aproximativ 40 de locuri) – în această sală se pot desfășura cursuri de dans modern, street dance, zumba, balet, etc.;
- sala mică (cu o capacitate de aproximativ 25 de locuri) – aici se pot organiza cursuri de canto popular, muzică clasică, instrumente muzicale, dar și lecții deschise, etc.;
- holul mic – poate fi folosit pentru diverse expoziții;
- holul mare – suprafața generoasă de care dispune poate fi folosită pentru expoziții, lansări de carte, conferințe, etc.
- Atelierul de Creație (situat la subsolul clădirii, cu capacitate de aproximativ 20 de persoane) – dotările de ultimă generație sunt propice desfășurării de cursuri de pictură, sculptură, ceramică figurativă;
- Camera de modelaj (situată la subsolul clădirii) – această cameră se pretează pentru cursuri de modelaj;
- Camera unde se depozitează arhiva și restul materialelor utilizate în buna funcționare a instituției;
- Magazia de costume – compusă din două camere unde sunt depozitate costumele Ansamblului Folcloric „Măgura” Codlea.
- 1 Birou director, 1 Birou referenți;

Spațiile sunt dotate cu diverse echipamente necesare activităților desfășurate: echipamente de sunet, lumini, birouri, calculatoare, imprimante, etc.

C.4.2. Propuneri de îmbunătățiri ale spațiilor: modificări, extinderi, reparații, reabilitări, după caz

Deoarece clădirea aflată pe strada Lungă, nr. 111, a fost reabilitată recent printr-un proiect de fonduri europene, consider că aceasta nu ar mai avea nevoie, în acest moment, de modificări, extinderi, reparații etc.

C.5. Viziunea proprie asupra utilizării instituției delegării, ca modalitate legală de asigurare a continuității procesului managerial

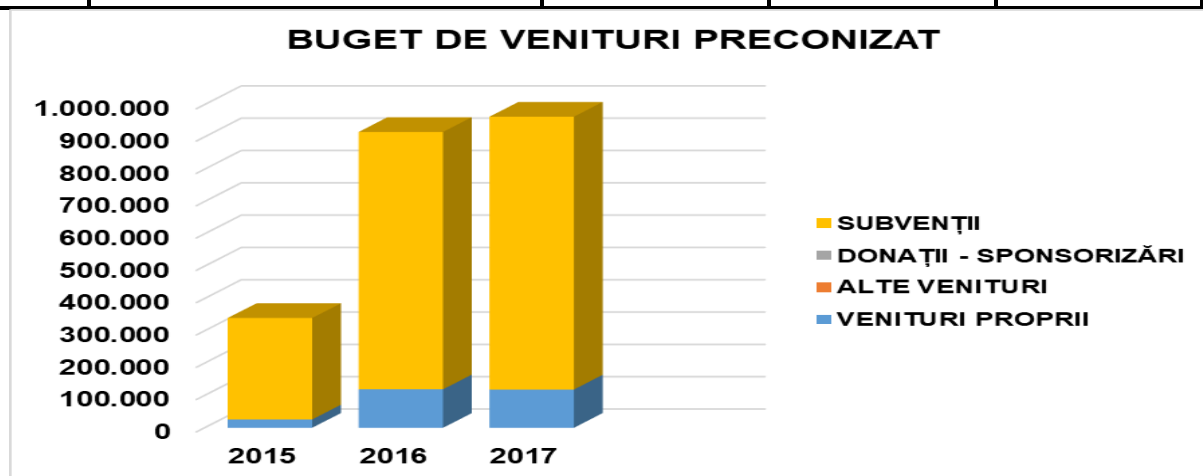
Conducerea Casei de Cultură a Municipiului Codlea este asigurată de managerul instituției, care coordonează și evaluează activitățile desfășurate în cadrul instituției. În activitatea de conducere acesta este ajutat de către contabilul șef al instituției. În organizarea activității se va avea în vedere crearea unui climat organizațional performant care să permită impulsivitatea dezvoltării fenomenului cultural, precum și alocarea judicioasă a resurselor financiar-administrative.

D. ANALIZA SITUAȚIEI ECONOMICO-FINANCIARE A INSTITUȚIEI PUBLICE DE CULTURĂ

D.1. Analiza datelor de buget pe anii 2015, 2016 și 2017

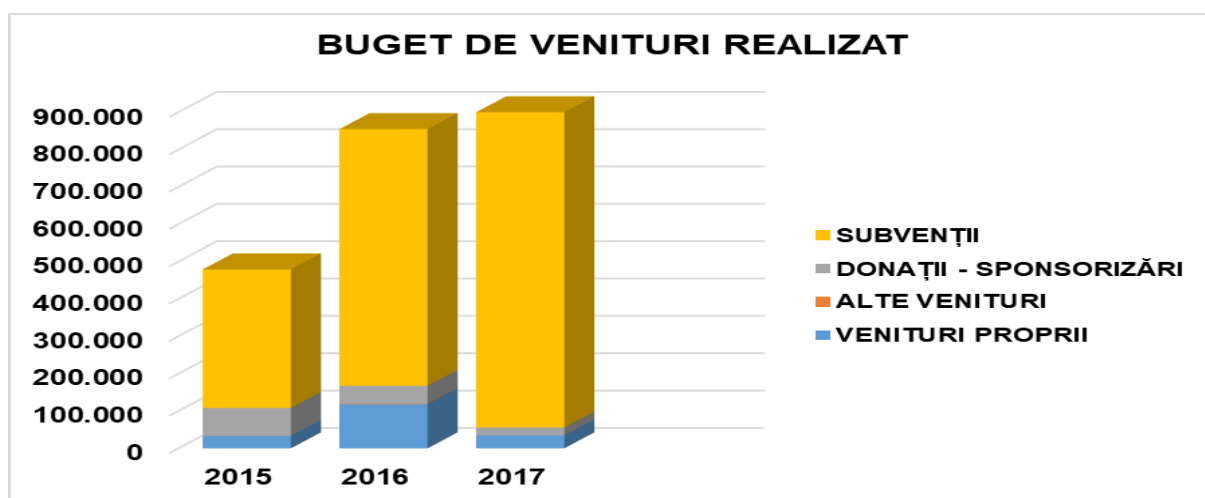
Buget de venituri preconizat

Nr.	Categorie	2015	2016	2017
1.	Venituri proprii	25.720	119.120	118.360
2.	Alte venituri	0	0	0
3.	Donații - Sponsorizări	0	0	0
4.	Subvenții	314.000	796.300	844.300
	TOTAL VENITURI	339.720	915.420	962.660



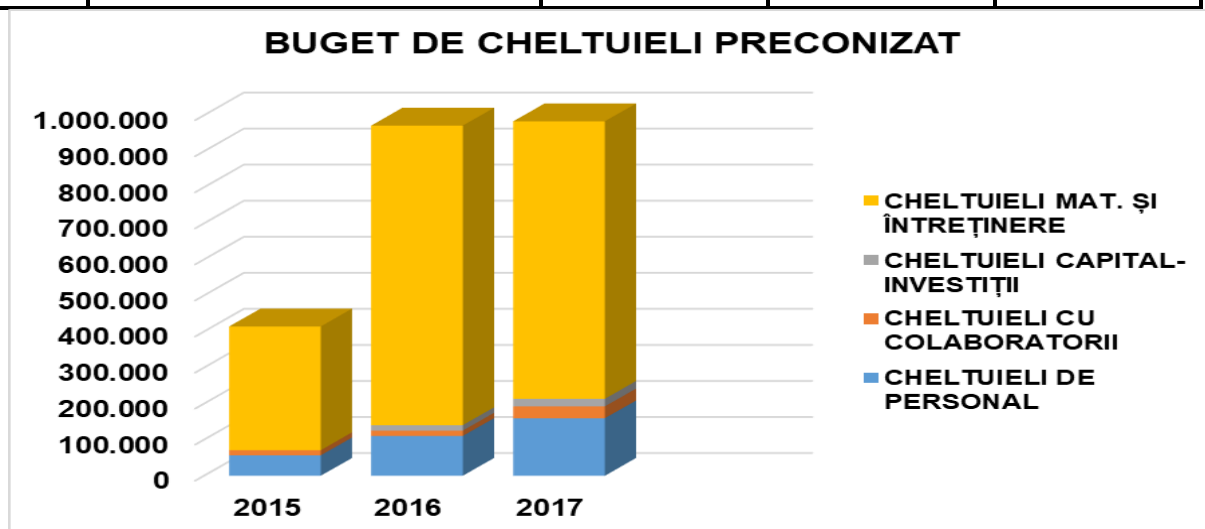
Buget de venituri realizat

Nr.	Categorie	2015	2016	2017
1.	Venituri proprii	33.460	118.201	34.920
2.	Alte venituri	237	1.655	237
3.	Donații - Sponsorizări	74.416	47.600	20.500
4.	Subvenții	370.832	687.321	844.291,60
	TOTAL VENITURI	404.529	854.777	899.949,60



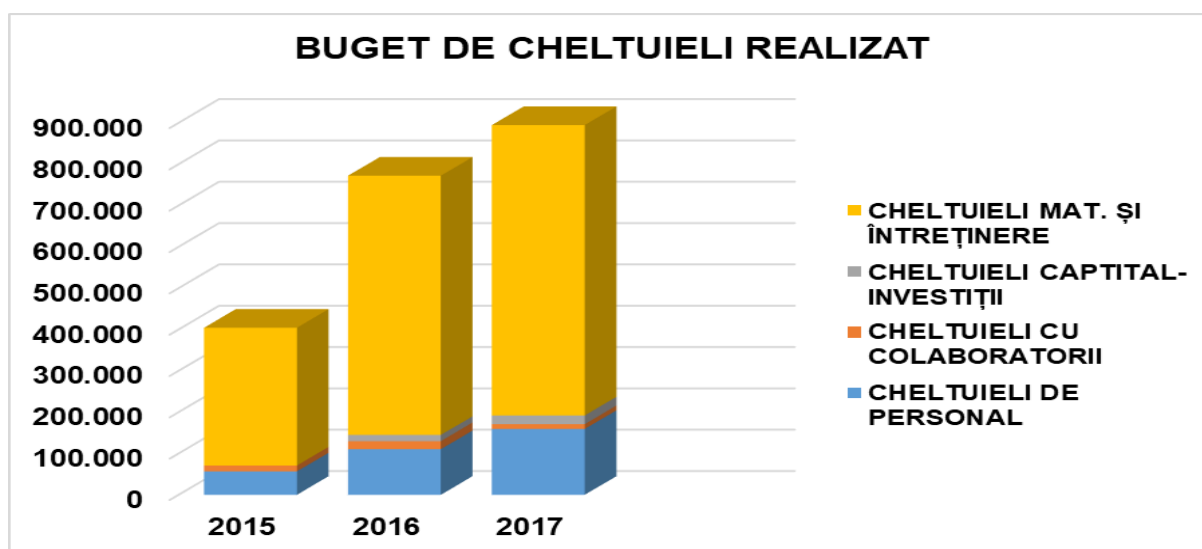
Buget de cheltuieli preconizat

	Categorie	2015	2016	2017
1.	Cheltuieli de personal	56.720	110.410	159.650
2.	Cheltuieli cu colaboratorii	14.260	15.000	33.000
3.	Cheltuieli capital- investiții	-	15.000	21.000
4.	Cheltuieli mat. și întreținere	343.160	831.110	769.750
	TOTAL CHELTUIELI	414.140	971.520	983.400



Buget de cheltuieli realizat

	Categorie	2015	2016	2017
1.	Cheltuieli de personal	56.676	110.385	159.341
2.	Cheltuieli cu colaboratorii	14.260	19.560	11.650
3.	Cheltuieli capital- investiții	-	14.891	20.992
4.	Cheltuieli mat. și întreținere	333.356	627.304	702.669
	TOTAL CHELTUIELI	404.292	772.140	894.662



D.2. Analiza cheltuielilor

D.2.1. Evenimente mici (0 – 5.000 lei)

Nr. crt.	An	Denumire eveniment	Dimensiune Eveniment	Deviz realizat
1.	2015	Balul Mărțișorului	Mic	3.500
2.	2015	Ziua Copilului	Mic	450
3.	2015	Săptămâna Filmului	Mic	2.500
4.	2015	Concurs Skandenberg	Mic	4.000
5.	2015	Concert de Colinde	Mic	2.500
6.	2015	Spectacol de cabaret	Mic	1.650
7.	2016	Spectacol de magie	Mic	0
8.	2016	Spectacol teatru „Declick”	Mic	2.100
9.	2016	Teatru copii „Prâslea cel voinic”	Mic	2.500
10.	2016	Spectacol muzică folk	Mic	3.000
11.	2016	Teatru – „Soțul soției mele”	Mic	4.300
12.	2016	Balul Mărțișorului	Mic	4.000
13.	2016	Comemorare Virgil Frâncu	Mic	0
14.	2016	Concert Proartis – Lucian Opriș	Mic	0
15.	2016	Ziua Copilului	Mic	2.712
16.	2016	„Rămas bun grădiniță dragă”	Mic	0
17.	2016	Biserica Adventistă de ziua a șaptea	Mic	0
18.	2016	Filmul românesc de ieri și azi	Mic	2.500
19.	2016	Onoare vârstnicilor	Mic	3.496
20.	2016	Spectacol „Buble Show”	Mic	3.000
21.	2016	Expoziție științifică-interactivă	Mic	0

22.	2016	Ziua națională a României	Mic	2.035
23.	2016	Revelion 2017	Mic	1.000
24.	2017	Teatru pentru copii – „Năzdrăvanii	Mic	0
25.	2017	Balul Mărțișorului	Mic	3.600
26.	2017	Teatru copii – „În vreme de război”	Mic	0
27.	2017	Expoziție „Anotimpurile copilăriei”	Mic	0
28.	2017	Târg locuri de muncă	Mic	0
29.	2017	Teatru copii – „Pinocchio”	Mic	0
30.	2017	Concurs „Duelul mini-vedetelor”	Mic	0
31.	2017	Concurs Skandenberg	Mic	0
32.	2017	Prezentare Yves Rocher	Mic	0
33.	2017	Seara Șlagărelor Românești	Mic	0
34.	2017	Teatru „Prietenii din pădurea veselă”	Mic	0
35.	2017	Comemorare Ziua Eroilor	Mic	70
36.	2017	Ziua Internațională a Copilului	Mic	1.970
37.	2017	Lansare de carte Adrian Lupu	Mic	0
38.	2017	Campanie de informare	Mic	0
39.	2017	Târg de joburi	Mic	0
40.	2017	A V-a întâlnire a sașilor codleni	Mic	0
41.	2017	Spectacol copii cu dizabilități	Mic	0
42.	2017	Zilele Diasporei	Mic	0
43.	2017	Săptămâna filmului românesc	Mic	2.500
44.	2017	Teatru copii „Ciorbă de bolovan”	Mic	0
45.	2017	Teatru copii „Comic mime show”	Mic	0
46.	2017	Teatru copii „Pinocchio”	Mic	0
47.	2017	Seara Șlagărelor Românești	Mic	2.000
48.	2017	Balul Ansamblului „Măgura” Codlea	Mic	5.000
49.	2017	Balul Pensionarilor	Mic	3.168
50.	2017	Concert muzică creștină	Mic	0
51.	2017	Curs „Expoziții călătore”	Mic	0
52.	2017	Ziua Națională a României	Mic	200
53.	2017	Teatrul pentru copii „Anonimul”	Mic	2.500
54.	2017	Concert Cătălin Constantin „Bartie”	Mic	4.100
55.	2017	Concert Richy B.	Mic	3.255
56.	2017	Concert „Suzana și Daciana Vlad”	Mic	4.185
		TOTAL		77.791

D.2.2. Evenimente medii (5.001-10.000)

Nr.	An	Denumire eveniment	Dimensiune	Deviz
-----	----	--------------------	------------	-------

Crt.			eveniment	realizat
1.	2016	Jocuri Artificii Revelion	Mediu	10.000
2.	2016	Caravana filmului	Mediu	6.140
3.	2016	Teatru – „Amor în farmacie”	Mediu	9.000
4.	2016	Concert de colinde	Mediu	6.085
5.	2017	Spectacol „Hai să dăm mână cu mână”	Mediu	7.327
6.	2017	Teatru – „Logodnă cu bucluc”	Mediu	8.800
7.	2017	Concert „Corbu”	Mediu	7.500
8.	2017	Festivalul „Dor de Folk”	Mediu	10.000
9.	2017	Concert de colinde	Mediu	8.400
10.	2017	Concert grupul „Vocelis”	Mediu	7.000
		TOTAL		80.252

D.2.3. Evenimente mari (peste 10.000)

Nr.	An	Denumire eveniment	Dimensiune Eveniment	Deviz realizat
1.	2015	Festivalul Primăverii	Mare	11.620
2.	2015	Festivalul Fanfarelor	Mare	22.641
3.	2015	Sărbătoarea „Kronenfest”	Mare	12.350
4.	2015	Zilele Municipiului Codlea	Mare	136.086
5.	2015	Sărbătoarea toamnei	Mare	13.372
6.	2015	Concert Tudor Gheorghe	Mare	30.480
7.	2015	Concert Ștefan Hrușcă	Mare	44.935
8.	2016	Spectacol Ducu Bertzi	Mare	10.320
9.	2016	Teatru „Haimanaua”	Mare	11.000
10.	2016	Concert Mihai Mărgineanu	Mare	15.830
11.	2016	Spectacol Florin Piersic	Mare	22.375
12.	2016	Spectacol Tudor Gheorghe	Mare	20.000
13.	2016	Festival pescăresc	Mare	16.710
14.	2016	Festivalul Fanfarelor	Mare	45.703
15.	2016	Zilele Municipiului Codlea	Mare	152.083
16.	2016	Stand-up comedy	Mare	22.086
17.	2016	Sărbătoarea toamnei – „Mărul dulce”	Mare	38.097
18.	2016	Concert Nicolae Voiculeț	Mare	21.589
19.	2016	Festivalul Național „Dor de folk”	Mare	11.000
20.	2016	Concert Horia Brenciu	Mare	40.439
21.	2016	Aprinderea luminilor de sărbători	Mare	18.020

22.	2016	„Am plecat să colindăm”	Mare	10.701
23.	2017	Teatru - „D'ale Carnavalului”	Mare	11.776
24.	2017	Concert Fuego	Mare	14.236

NR.CRT.	TIP PROIECT	NR. PROIECTE	DEVIZ REALIZAT
1.	Proiecte mici (0-5.000)	6	14.600
2.	Proiecte medii (5.001-10.000)	0	0
3.	Proiecte mari	7	271.484
	TOTAL	13	286.084

25.	2017	Festivalul Fanfarelor	Mare	16.285
26.	2017	Spectacol teatru Fuego	Mare	11.518
27.	2017	Zilele Municipiului Codlea	Mare	185.400
28.	2017	Bikes and Rock Assault	Mare	21.000
29.	2017	Teatru „Mă tot duc”	Mare	19.825
30.	2017	Aprinderea luminilor de sărbători	Mare	119.310
31.	2017	Concert Feli	Mare	17.472
32.	2017	Concert Lidia Buble	Mare	28.972
		TOTAL		1.173.231

Structura și numărul de proiecte pe ani

2015:

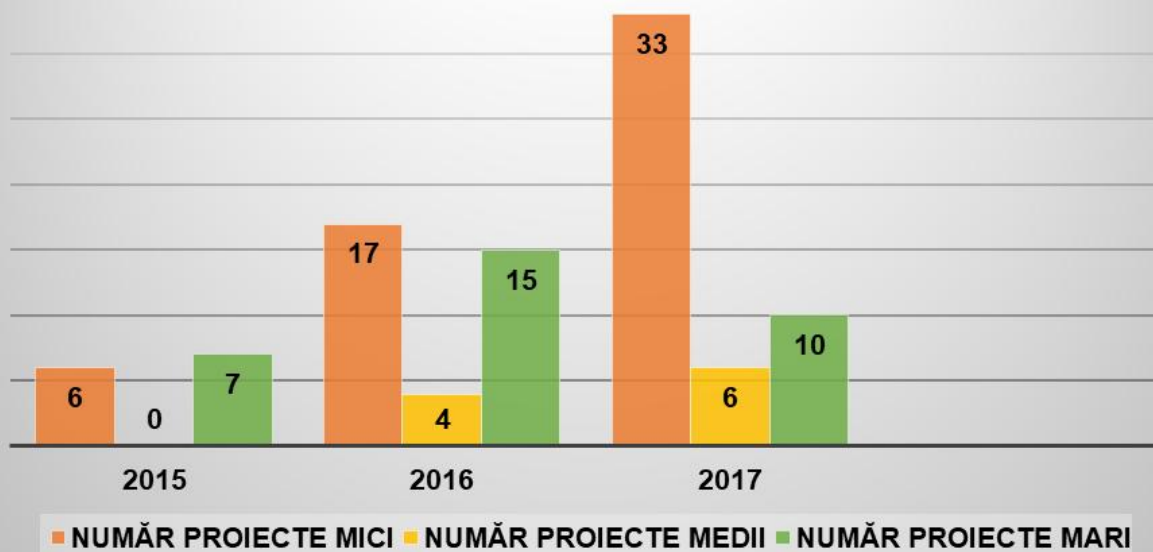
2016:

NR. CRT.	TIP PROIECT	NR. PROIECTE	DEVIZ REALIZAT
1.	Proiecte mici (0-5.000)	17	30.643
2.	Proiecte medii (5.001-10.000)	4	31.225
3.	Proiecte mari (peste 10.000)	15	455.953
	TOTAL	36	517.821

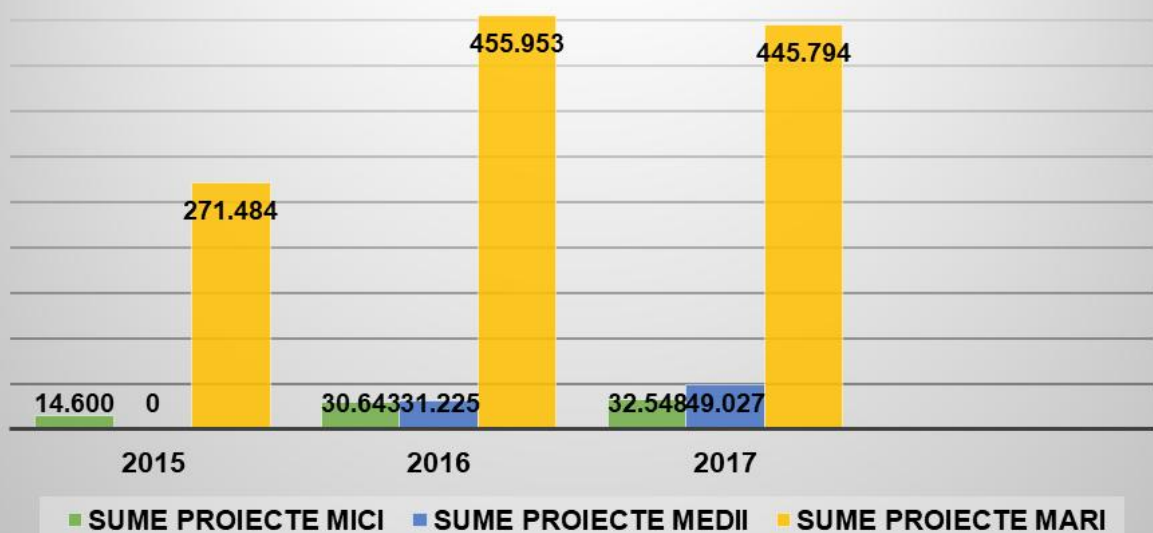
2017:

NR. CRT.	TIP PROIECT	NR. PROIECTE	DEVIZ REALIZAT
1.	Proiecte mici (0-5.000)	33	32.548
2.	Proiecte medii (5.001-10.000)	6	49.027
3.	Proiecte mari (peste 10.000)	10	445.794
	TOTAL	49	527.369

EVOLUȚIE NR. DE PROIECTE 2015-2017



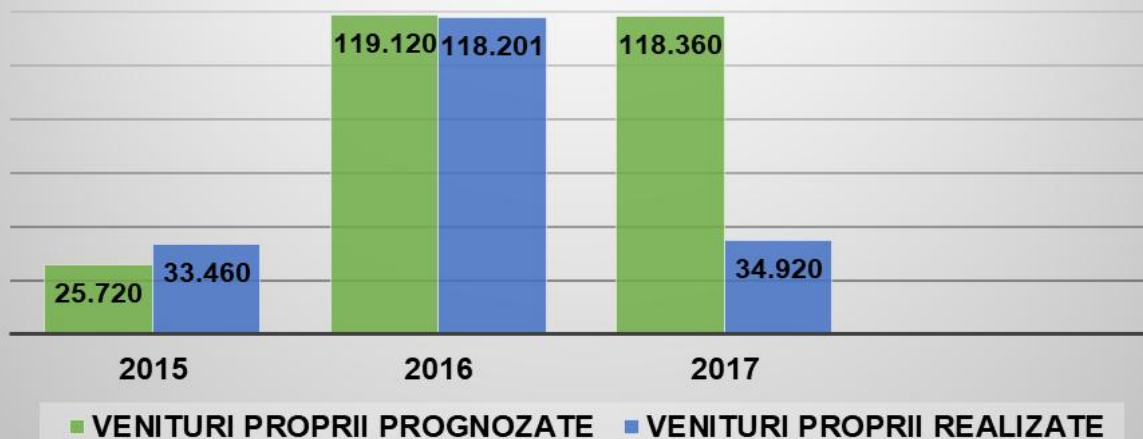
EVOLUȚIE DEVIZ CHELTUIELI SUME 2015-2017



D.3. Analiza gradului de acoperire din surse atrase/venituri proprii a cheltuielilor instituției

D.3.1. Analiza veniturilor proprii realizate din activitatea de bază a instituției

ANALIZA VENITURILOR PROPRII: PROGNOZATE-REALIZATE



D.4. Analiza gradului de creștere a surselor atrase/venituri proprii în totalul veniturilor

Instituția nu realizează, în acest moment, venituri proprii din activitatea de bază, trebuind să respecte anumite condiții impuse prin proiectul de reabilitare pe fonduri europene.

D.5. Analiza ponderii cheltuielilor de personal din totalul cheltuielilor

	2015	2016	2017
Cheltuieli	404.292	778.212	894.662
Cheltuieli personal	56.676	116.457	159.341
Pondere	14,02%	14.96%	17,81%

D.6. Analiza ponderii cheltuielilor de capital din bugetul total

	2015	2016	2017
Cheltuieli	404.292	778.212	894.662
Cheltuieli capital	-	14.891	20.992
Pondere	0%	1,91%	2,35%

D.7. Analiza gradului de acoperire a salariilor din subvenție/alocație

Ponderea cheltuielilor efectuate în cadrul raporturilor contractuale

	2015	2016	2017
Cheltuieli	404.292	778.212	894.662
Cheltuieli colaboratori	14.260	19.560	11.650

Pondere	3.53%	2.51%	1.30%
----------------	--------------	--------------	--------------

D.8. Cheltuieli pe beneficiar, din care: din subvenție din venituri proprii

	2015	2016	2017
Din subvenție	370.832	687.321	844.291,60
Din venituri proprii	33.460	118.201	34.920
Total	404.292	805.522	879.211,60

E. STRATEGIA, PROGRAMELE ȘI PLANUL DE ACȚIUNE PENTRU ÎNTREAGA PERIOADĂ DE MANAGEMENT

Planificarea activității Casei de Cultură a Municipiului Codlea va ține permanent cont de public, prin identificarea produselor sau serviciilor culturale care răspund cel mai bine nevoilor acestuia, va ține cont de resursele umane avute la dispoziție și nu în ultimul rând, va ține cont de evoluția economico-financiară.

E.1. Propuneri pentru întreaga perioada de management

Strategia culturală este definită prin proiectarea (planificarea) pe termen mediu și lung a dezvoltării durabile a sectorului cultural, ținându-se cont de capacitățile proprii și de evoluția mediului economic (piață, concurență, tehnologie). Strategia culturală, în mod concret, îmbină cultura cu managementul general. Orice strategie ce are în vedere dezvoltarea unui sector social, economic, politic sau cultural, pe o anumită perioadă de timp, este necesar să pornească de la o viziune, care să fie capabilă să coaguleze eforturile tuturor grupurilor interesante – de la decidenții politici până la sponsori și comunitatea beneficiarilor.

Casa de Cultură a Municipiului Codlea trebuie să-și afirme identitatea culturală prin evenimente cultural-artistice și de divertisment de calitate care să se adreseze unui public cât mai divers.

Alt deziderat care trebuie urmărit cu consecvență este rolul pe care ar trebui să-l aibă instituția față de comunitate: educațional, declanșator de înnoiri, motor în evoluția mentalităților.

Cultura reprezintă un factor important în dezvoltarea unei națiuni, fapt pentru care politicile culturale naționale se axează pe principii bine determinate, dintre care amintim: principiul protejării patrimoniului cultural național; principiul libertății de creație; principiul autonomiei instituțiilor de cultură; principiul primordialității valorii, potrivit căruia se asigură crearea condițiilor materiale și morale, se susține și se promovează aplicarea criteriilor specifice de evaluare și de selecție, afirmarea creativității și a talentului; principiul șansei egale la cultură, potrivit căruia, prin armonizarea politicilor culturale la nivel național cu cele la nivel local, se asigură accesul și participarea tuturor cetățenilor la cultură, precum și dezvoltarea vieții spirituale a colectivităților, în toata diversitatea acestora.

Pe altă parte, trebuie să ținem cont de faptul că un domeniu precum cultura se schimbă în mod constant datorită influenței altor culturi și are ca rezultat mișcări sociale cum ar fi aculturația, schimbul social, multiculturalismul și asimilarea, care conduc la transformarea culturilor prin transferul elementelor culturale ale unui grup social cu altul și este cauza datorită căreia o persoană care adoptă cultura alteia. Ceea ce a fost odată tradițional acum devenit modernitate, s-a trecut de la rural la urbanizare prin industrializare, modernitatea a schimbat culturile pentru a satisface noile nevoi ale vieții. De asemenea, inovația face parte din cultură. Unele societăți, în special cele moderne, acceptă inovarea, iar cele tradiționaliste o reprimă puțin, dar dacă aceste inovații sunt în concordanță cu structura societății, ele pot fi bine primite.

Elaborarea politicilor culturale, a strategiilor și a programelor este o acțiune complexă care ține seama de un spectru larg de factori politici, economici, sociali, culturali, etc., iar programele/proiectele/activitățile este necesar a fi împlinite cu aceste politici.

Legea nr.292/2003 privind organizarea și funcționarea așezămintelor culturale stipulează în art. 12 următoarele:

„(1) Casa de cultură are, în principal, următoarele obiective:

- a) organizarea și desfășurarea de activități cultural-artistice și de educație permanentă;
- b) conservarea și transmiterea valorilor morale, artistice și tehnice ale comunității locale, ale patrimoniului național și universal;
- c) organizarea sau susținerea formațiilor artistice de amatori, de concursuri și festivaluri, inclusiv a participării formațiilor la manifestări culturale interjudețene, naționale și internaționale;
- d) organizarea sau susținerea activității de documentare, a expozițiilor temporare, elaborarea de monografii și lucrări de educație civică și informare a publicului;
- e) difuzarea de filme artistice și documentare;
- f) organizarea cercurilor științifice și tehnice, de artă populară și plastică;
- g) organizarea și desfășurarea cursurilor de formare profesională continuă.

(2) Pentru exercitarea acestor atribuții, casa de cultură inițiază și organizează proiecte sau programe culturale”

Ținând cont de cele afirmate mai sus, am structurat proiectul pe domenii de aplicabilitate și obiective strategice pentru perioada 2018-2023.

DOMENIUL DE APLICARE	OBIECTIVE STRATEGICE 2017-2022
Managementul resurselor umane și al activităților	- Dezvoltarea și diversificarea activității culturale și a serviciilor oferite; - Implicarea voluntarilor în organizarea activităților culturale, - Creșterea vizibilității în mediul online a instituției; - Îmbunătățirea și extinderea rețelei de

	comunicare/parteneriate cu instituții culturale/similare din țară și din străinătate;
Managementul economico-financiar	- Întocmirea judicioasă a bugetelor de venituri și cheltuieli, cu respectarea exercițiului bugetar; - Identificarea și creșterea surselor din veniturile proprii; - Gestionarea eficientă a bugetului și raționalizarea cheltuielilor;
Managementul administrativ	- Elaborarea studiilor de diagnoză și prognoză culturale locale; - Elaborarea unui plan de formare profesională continuă a personalului; - Elaborarea procedurilor operaționale, pentru eficientizarea activității;
Managementul de proiect	- Identificarea oportunităților de finanțare pentru programele instituției; - Crearea de parteneriate public-private și obținerea de sponsorizări/donații, etc. pentru eficientizarea activității;

E.2. Programele propuse pentru întreaga perioadă de management

Pentru o bună eficientizare a activității culturale în perioada 2018-2023 consider necesară împărțirea acestora pe subdomenii culturale astfel:

SUBDOMENIU CULTURAL	DESCRIERE
Patrimoniul cultural și istoric	- prin programele/proiectele/activitățile aparținând acestui domeniu vor fi promovate personalitățile locale și se vor încuraja proiectele privind patrimoniul cultural local; - se vor iniția și se vor încuraja programe/proiecte/activități, în parteneriat cu Muzeul Tradițiilor Codlene, Biblioteca Municipală, Asociația „Cetatea Neagră”, etc.
Arte vizuale, meșteșugurile și artizanatul	- prin programele/proiectele acestui subdomeniu vor fi inițiate activități permanente sau ocazionale privind: arta fotografică, pictura (lemn, sticlă, etc.), precum și tradiții, obiceiuri și meșteșuguri locale

Artele spectacolului	- se vor iniția programe/proiecte pentru promovarea dansurilor populare românești, a dansurilor moderne, a teatrului și a muzicii, etc.
----------------------	---

E.3. Detalierea proiectelor care alcătuiesc programele propuse pentru oferta culturală a instituției

Patrimoniul cultural și istoric

Titlu program/proiect	Descriere program/proiect
Ansamblul Folcloric „Măgura” Codlea - trecut, prezent și viitor	- Expoziție multimedia în care vor fi prezentate rezultatele celor peste 50 de ani de existență a Ansamblului Folcloric „Măgura” Codlea, precum și prezentarea costumelor purtate de-a lungul timpului de trupa de dansuri populare
Descoperă Codlea	- Activități de refacere a traseului până la Cetatea Neagră de pe Măgura Codlei și prezentarea tradițiilor din perioada de început a Codlei
Codleni pentru istorie	- Se vor organiza activități prin care se vor prezenta publicului personalitățile codlene de ieri și azi (conferințe, colocvii, expoziții, editare de broșuri, pliante, etc.) - 2018 fiind anul Centenarului îmi propun să realizez un eveniment intitulat „100 de codleni pentru 100 de ani de istorie” prin care să onorăm cele mai importante personalități codlene din cei 100 de ani de la Marea Unire.

Arte vizuale, meșteșuguri, artizanat

Titlu program/proiect	Descriere program/proiect
Clubul de pictură	- Clubul are ca obiectiv dezvoltarea activităților culturale privind artele plastice; - se vor desfășura, în cadrul Atelierului de Creație din cadrul Casei de Cultură și cu colaborarea partenerilor, cursuri de inițiere în pictură, concursuri, expoziții,

	etc
Titlu program/proiect	Descriere program/proiect

Clubul de sculptură	- Clubul va activa în cadrul Atelierului de Creație din incinta Casei de Cultură și se va axa pe inițierea în sculptură în lemn, piatră, modelaj.
Clubul meșteșugarilor	- Se are în vedere organizarea cursuri de croșetat, țesut, croitorie costume populare, etc și realizarea de expoziții.
Clubul de fotografie și editare video	- Scopul înființării acestui club este dezvoltarea pasiunii pentru fotografie și film, formarea unor caractere capabile să vadă frumosul în tot ce le înconjoară. Participanții învață editare video și foto, dar și tehnici de filmare sau fotografiere. În cadrul programului va exista proiectul lunii, care constă în realizarea unui un filmuleț de 3-5 minute pe o temă dată și a unei fotografii. Cele mai bune proiecte vor participa la concursurile naționale și internaționale de gen.

Festival folcloric	- Organizarea unui festival național de folclor (tradiții și obiceiuri).
Festival de teatru	- Organizarea unui festival de teatru.
Festival de dans modern	- Organizarea unui festival de dans modern și street dance pentru copii și tineret.
Cerc de teatru	- Înființarea unui cerc de teatru prin care cei interesați, sub îndrumarea unui actor profesionist, vor învăța arta interpretativă și mișcare scenică. Trimestrial, în funcție de grupa de vârstă, vor susține recitaluri de poezie și vor juca în diverse piese de teatru regizate de profesorul coordonator
Cerc de muzică	- Înființarea unui cerc de muzică în care cei interesați vor putea învăța să cânte la un instrument (chitară, pian, etc) sau vor putea lua lecții de canto muzică ușoară sau populară.

Artele spectacolului

Din punctul de vedere a structurii anuale a evenimentelor cultural-artistice și de divertisment acestea se prezintă, la modul general, astfel:

Luna	Proiect/Eveniment/Spectacol	Buget local	Sponsorizări
Ianuarie	-Ziua Unirii Principatelor Române -Teatru pentru copii - parteneriat	7.500 0	0 0
Februarie	-Teatru pentru adulți -Expoziție fotografie	15.000 0	0 0
Martie	-Balul „Mărțișorului” -Festival de Teatru	5.000 20.000	0 3.000
Aprilie	-ANOTIMPURILE CODLEI - PRIMĂVARA – Festivalul Medieval -Teatru pentru copii - parteneriat	20.000 0	5.000 0
Mai	-Expoziție de pictură și sculptură -Teatru pentru adulți -Festdance „Codlea” – festival de street dance	0 15.000 10.000	0 0 2.000
Iunie	-Gala absolvenților cursurilor organizate în cadrul Casei de Cultură a Municipiului Codlea -Zilele Municipiului Codlea	0 150.000	0 50.000

Iulie	-ANOTIMPURILE CODLEI – VARA –Festival Moto-Rock - parteneriat	15.000	5.000
August	-Codlea în carnaval -COFILM – proiecție de filme în Promenadă – Centrul Istoric	12.500 15.000	2.500 0
Septembrie	-ANOTIMPURILE CODLEI – TOAMNA -Festival folcloric de tradiții și obiceiuri -Piesă de teatru copii - parteneriat	25.000 0	10.000 0
Octombrie	-Teatru pentru adulți -Festivalul Național „Dor de Folk”	15.000 12.500	0 2.500
Noiembrie	-Balul Ansamblului „Măgura” Codlea -Teatru pentru copii - parteneriat	7.500 0	0 0
Decembrie	-ANOTIMPURILE CODLEI – IARNA -Codlea de Poveste	120.000	20.000

E.4. Alte activități specifice instituției planificate pentru perioada de management

Pe viitor instituția va trebui să își canalizeze eforturile spre accesarea și atragerea de fonduri extrabugetare, astfel că va fi necesar să ne axăm pe:

- accesarea de fonduri nerambursabile de la instituțiile naționale, cum ar fi finanțările din cadrul programelor de finanțare din cadrul Administrației Fondului Cultural Național (AFCN), depunerea de proiecte culturale subvenționate de Consiliul Județean Brașov, accesarea de fonduri nerambursabile europene/ internaționale, etc.

F. PREVIZIONAREA EVOLUȚIEI ECONOMICO-FINANCIARE A INSTITUȚIEI

F.1. Previzionarea evoluției cheltuielilor de personal ale instituției, cheltuieli materiale, de întreținere și funcționale

	2018	2019	2020	2021	2022
Cheltuieli de personal	200.000	220.000	240.000	260.000	280.000
Cheltuieli de materiale, întreținere și funcționale	650.000	670.000	690.000	710.000	720.000

TOTAL CHELTUIELI	850.000	890.000	930.000	970.000	1.000.000
-----------------------------	----------------	----------------	----------------	----------------	------------------

F.2. Previzionarea evoluției veniturilor propuse a fi atrase

	2018	2019	2020	2021	2022
Total venituri proprii	60.000	80.000	100.000	110.000	130.000
Donații/ Finanțări	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000
Subvenții	850.000	870.000	890.000	910.000	930.000
TOTAL VENITURI	960.000	1.000.000	1.040.000	1.070.000	1.110.000

ANEXA 1

Categorii de investiții în proiecte	Limite valorice ale investiției în proiecte din perioada precedentă (2015-2017)	Limite valorice ale investiției în proiecte propuse pentru perioada de management (2018-2022)
(1)	(2)	(3)
Mici	(de la 0 lei până la 5.000 lei)	(de la 0 până la 4.000 lei)
Medii	(de la 5.001 lei până la 10.000 lei)	(de la 4.001 până la 8.000 lei)
Mari	(peste 10.000)	(peste 8.000 lei)

ANEXA 3

	Nr. de proiecte proprii	Nr. de beneficiari	Nr. de bilete	Venituri Propuse (mii lei)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Primul an -2018	10	20.000	3.000	60.000
2019	13	40.000	3.500	80.000
2020	15	45.000	4.000	100.000
2021	18	50.000	4.500	110.000
2022	20	55.000	5.000	130.000

Notă: La numărul de beneficiari am luat în calcul și evenimentele care se vor derula în aer liber.

ANEXA 4

„PĂREREA DUMNEAVOASTRĂ CONTEAZĂ”

Q1. De cât timp liber dispuneți pe zi? (valori orare medii)

În timpul săptămânii?	
La sfârșitul săptămânii?	

Q2. Care sunt, în ordinea importanței, principalele trei modalități de petrecere a timpului liber?

--

Q3. Cât de des mergeți la evenimentele organizate/desfășurate de/la Casa de Cultură?

1-2 ori pe lună	O dată la 2 luni	O dată la 3 luni	O dată la 6 luni	O dată pe an

Q4. Care sunt evenimentele care vă interesează cel mai mult?

Spectacole de teatru	
Concerte de muzică	
Spectacole de dans	
Expoziții	
Diverse festivaluri	
Altele	

Q 5. Care sunt primele trei genuri de teatru pe care le preferați?

Dramă	
Comedie	
Clasic	
Modern	
Pantomimă	
De revistă	
De păpuși	
Operetă	
Music-hall	

Q6. Numiți 3 actori pe care v-ar plăcea să-i vedeți pe scena Casei de Cultură:

Q7. Care sunt primele trei genuri muzicale preferate:

Muzică ușoară	
Pop	
Dance	
Rock	
Populară	
Muzică clasică	

Q8. Numiți 3 soliști/trupe/ansambluri pe care v-ar plăcea să-i vedeți în Codlea:

Q 9. Ce tipuri de expoziții v-ar plăcea să vedeți la Codlea?

Pictură	
Sculptură	
Fotografie	
Altele	
Nu știu/Nu răspund	

Q10. De unde vă informați asupra evenimentelor culturale locale?

Pagina de Facebook a Casei de Cultură	
Site-ul Casei de Cultură	
Pagina de Facebook a primăriei	

Site-ul primăriei	
Grupurile de Facebook ale comunității	
Alte surse	

Q11. Care sunt primele trei criterii care vă determină să participați la un eveniment cultural?

Subiectul interesant	
Prețul	
Renumele protagoniștilor	
Calitatea evenimentului	
Momentul desfășurării	
Amploarea evenimentului	
Ineditul evenimentului	
Atmosfera/ambientul	
Facilități de rezervare	

Q12. În general, cum considerați că sunt prețurile билетelor de intrare la spectacolele de teatru care vin în Codlea?

Foarte mari	Mari	Potrivite	Mici	Foarte mici	NS/NR

Q13. Care este suma maximă pe care sunteți dispus să o dați pe un bilet?

10-20 RON	20-30 RON	30-40 RON	40-50 RON	50-60 RON	60-70 RON	70-80 RON	80-90 RON	Peste 100 RON

Q14. Copilul sau copiii (nepotul sau nepoții) dvs. participă la:

	Frecvent	Uneori	Rar	Niciodată	NR
Cursuri de dans					
Cursuri de muzică					
Cursuri de pictură/desen					
Cercuri literare					
Altele...					

Q 16.Cât de importantă considerați că este educația culturală pentru dezvoltarea copilului dvs.?

Foarte mare	
Mare	
Potrivită	
Mică	
Foarte mică	
Nu este cazul/ Nu răspund	

Q 17. Cât de mulțumit sunteți în general de oferta culturală din municipiul Codlea?

Foarte mulțumit	
Mulțumit	
Oarecum mulțumit	
Nemulțumit	
Foarte nemulțumit	
Nu știu/ Nu răspund	

Q 18. Care sunt principalele trei motive pentru care sunteți nemulțumit?

Q 19. Care este cel mai important eveniment la care ați participat în ultimul an?

--

DATE PERSONALE

a. Vârsta

Sub 18	18-25	26-35	36-45	46-55	56-65	66-75	Peste 75

b. Venituri/ membru de familie

Sub 600	600-800	800-1.000	1.100-1.300	1.400-1.600	1.700-1.900	2.000-2.200	2.200-2.400	Peste 2.400

c. Studii

Fără studii	
4 clase	
8 clase	
10 clase	
Școala Profesională	
Liceu	
Facultate	

Master	
Doctorat	

d. Ocupația

--

