

REZULTATUL
final al concursului de proiecte de management la Casa de Cultura „Alexandru
giugaru” Husi

<i>Nr. crt.</i>	<i>Denumirea institutiei</i>	<i>Numele si prenumele managerului</i>	<i>Nota finala obtinuta</i>	<i>Recomandare</i>
1.	Casa de Cultura „Alexandru Giugaru” Husi	ALEXA CATALINA	9,43	Incheierea contractului de management

Președinte de ședință,
Sergiu Boeru



Secretarul Municipiului Huși,
jr. Monica Dumitrașcu



ALEXA 2

PROIECT DE MANAGEMENT CULTURAL

CASA DE CULTURĂ

„ALEXANDRU GIUGARU” HUȘI

2017-2021

Poziția geografic-matematică a municipiului Husi este la intersecția paralelei de 46 grade 41 minute latitudine nordică cu meridianul 28 grade 03 minute longitudine estică.

Din punct de vedere geografic, municipiul se află așezat în sud-vestul Depresiunii Husi, parte componentă a Podisului Central Moldovenesc, ce se încadrează în Podișul Biladului, ca subdiviziune a Podisului Moldovei din nord-estul României.

Administrativ, municipiul Husi aparține județului Vaslui, fiind limitat la nord de comuna Duda-Epurenii, la est de comuna Stăniilești, la sud de comuna Pădureni, la sud-vest de comuna Crețești și la vest de comuna Tătărani.

Din suprafața totală de 6398,34 ha care reprezintă teritoriul administrativ al municipiului Husi, suprafața aprobată pentru municipiul Husi prin Planul Urbanistic General și Regulamentul Local de Urbanism este de 1.080,60 ha.

(conform Strategiei de dezvoltare locală a municipiului Huși)

Populație:

Conform „Strategiei de dezvoltare locală economico-socială a județului Vaslui cu orizontul de timp 2013 – 2020” populația Municipiului Huși este de **29.047** locuitori. Structura profesională a populației ocupate este repartizată după cum urmează: 38,90% lucrează în industrie, construcții și transporturi; 16,30% în comerț, repararea și întreținerea autovehiculelor, a bunurilor personale și casnice; 12,60% în agricultură; 3% în activități financiare bancare și de asigurări; 8,9% în învățământ; 5,4% în sănătate și asistență socială; 4,5% în administrația publică și apărare; 10,4% alte activități. (conform Strategiei de dezvoltare locală a municipiului Huși)

Structura populației

Structura profesională a populației ocupate este repartizată după cum urmează: 38,90% lucrează în industrie, construcții și transporturi; 16,30%, comerț, repararea și întreținerea autovehiculelor, a bunurilor personale și casnice; 12,60%, agricultură; 3% activități financiare bancare și de asigurări; 8,9% învățământ; 5,4% sănătate și asistență socială; 4,5% administrația publică și apărare; 10,4% alte activități

(conform Strategiei de dezvoltare locală a Municipiului Huși)

Principalele ramuri industriale în municipiul Husi sunt: alimentară și a băuturilor, textilă, încălțăminte și pielărie, mașini și echipamente, prelucrarea lemnului. Producția industrială la finele anului 1994, în municipiul Husi, se ridică la 27.447 mii lei, conform evidențelor locale. În zona ocupațională Husi: 756 microîntreprinderi, 97 IMM-uri și 4 întreprinderi mari.

Învățământul preșcolar se desfășoară în 8 grădinițe, cu 64 educatoare și 1.020 copii. Învățământul primar și secundar sunt organizate în 10 unități (5

scoli generale, un liceu teoretic, un colegiu agricol, o școală profesională, o școală de arte și meserii, un seminar teologic), cu 363 cadre didactice și 5.847 elevi.

(conform Strategiei de dezvoltare locală a municipiului Huși)

Ca centre importante în Huși, în planul exprimării artistice și educaționale regăsim: Casa de Cultură "Alexandru Giugaru", Ansamblul Folcloric "Trandafir de la Moldova", Biblioteca Municipală „Mihai Ralea”, Muzeul Eparhial.

În ceea ce privește mass-media locală se poate vorbi de o paletă largă, începând cu: presa locală scrisă („Vremea nouă”, „Monitorul de Vaslui”, „Adevărul de Vaslui”), presa online („Bună ziua Vaslui”, „Huși pe surse”, „Ziar.com”), furnizori de servicii de telefonie mobilă, internet și televiziune (S.C. RDS S.R.L, Telekom, S.C. BlueTelekom S.R.L).

Un aspect foarte important îl constituie site-ul de prezentare a activității instituției, www.casadecultura.husi.ro, care va completa, pe lângă www.trandafirdelamoldova.husi.ro, imaginea activității culturale, și va oferi astfel o mult mai bună vizibilitate în relația cu publicul cât și cu presa, care va avea o sursă directă și rapidă de documentare.

Analiza SWOT

Puncte tari	Oportunități
<ul style="list-style-type: none"> • Valoarea, dimensiunile și varietatea patrimoniului cultural imaterial local • Tradiție și profesionalism în tratarea patrimoniului cultural imaterial și imaterial local de către angajații Casei de cultură • Experiență în crearea de evenimente culturale cu activități complexe, inovative, de tip experiment • Cuprinde toate forțele : Biserica, Biblioteca, Școala, reprezentanții Primăriei și ai Consiliului Local, Politie, reprezentanți ai Spitalului, cât și Fundațiile și Asociațiile culturale și alți intelectuali din municipiu. • Colaborarea cu: Consiliul 	<ul style="list-style-type: none"> • Existența pe piață a cererii pentru formare continuă, informală, integrată și experimentală • Dezvoltarea turismului cultural • Creșterea interesului la nivel european privind specificul și istoria culturii din Sud-Estul Europei • Existența unor comunități culturale și naționale (inclusiv minorități) la nivel local și județean • Disponibilitatea presei locale de a promova permanent oferta culturală a Casei de cultură (Obiectiv, Ediție de Vaslui, Adevărul de Vaslui, Monitorul de Vaslui) • Trendul european de dezvoltare

<p>judetean Vaslui, Directia judeteana pentru cultura, culte si patrimoniul cultural National Vaslui, Centrul judetean pentru conservare si promovare a culturii traditionale Vaslui.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Abordarea celorlalte institutii din perspectiva complementarității ofertei • Tradiția colaborării cu promotorii mass – median (tv, radio, presă) • Calitatea este criteriul absolut în evaluarea tuturor activităților instituției • Capacitatea de promotor de proiecte culturale sau cu implicație culturală la nivel județean, național și internațional • Credibilitate și experiență în gestionarea de fonduri publice și managementul proiectelor 	<p>de centre de excelență specializate, participante activ la construcția europeană în domeniul cultural</p> <ul style="list-style-type: none"> • Posibilitatea atragerii de fonduri prin intermediul deducerii a 2% din impozitul pe venit
<p>Puncte slabe</p>	<p>Amenințări</p>
<ul style="list-style-type: none"> • oferta culturală a Casei de cultură este puțin cunoscută la nivel național și internațional • o viața afectată de dificultăți financiare • o viață redusă la minimum de manifestări lipsită de entuziasmul publicului • Structură subdimensionată pentru scopul propus • Discontinuitatea fondurilor disponibile pentru astfel de activități • Dimensiunea redusă a fondurilor alocate investițiilor • Dimensiunea redusă sau inexistența fondurilor necesare contribuției proprii în 	<ul style="list-style-type: none"> • Posibilitatea ca modelul educațional interactiv promovat de Casa de cultură să fie preluat și aplicat direct în școli, excluzând astfel participarea la activitățile interactive de informare și inițiere în diverse meșteșuguri tradiționale • Ofertă culturală similară prezentată cu mai mare sonoritate în județele învecinate • Reducerea timpului disponibil pentru recreere în rândul persoanelor active („îmbătrânirea consumatorului”) • Ofensiva anti-culturii comerciale la care populația are acces gratuit oricând și oriunde (manele,

<p>dezvoltarea de proiecte cu finanțare europeană</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mai marea atractivitate a evenimentelor organizate de alte instituții (divertismentul) 	<p>pictură de gang, produse aduse din China care imită obiectele tradiționale etc.)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Slaba implicare a reprezentanților comunităților locale în fenomenul cultural poate reprezenta o reala amenințare a identității locale a comunitatii. • Suprapunerea unor evenimente culturale organizate simultan în localitati diferite • Manifestările de tip experimental și inovator presupun întotdeauna un factor ridicat de risc, bazandu-se pe reacția spontană a publicului și nu pe modelele prestabilite • Diminuarea alocațiilor bugetare de stat pentru cultură
--	--

Cea mai important structură în cadrul Casei de cultura „Alexandru Giugaru” este Ansamblul folcloric „Trandafir de la Moldova”, cu o participare anuală la cele mai renumite festivaluri-concurs din țară și din străinătate, respective: „Peștisorul de aur” - Tulcea, „Ana Lugojana” – Lugoj, Cernuso sul Naviglio – Italia etc., la care a obținut cele mai importante premii. La Festivalul Național de Arte pentru Liceeni – LICART- Societatea pentru Cultură, Oameni și Prietenie a oferit Trupei „Alexandru Giugaru”, premiul pentru cea mai bună trupă de teatru pentru spectacolul cu piesa „Doctor fără voie” de Moliere.

La Festivalul Național de teatru pentru elevi , București, trupa de teatru a Casei de Cultură „Al. Giugaru” a primit premiul „George Constantin” pentru „cel mai bun spectacol” – secțiunea interpretare- și premiul pentru „cel mai bun actor”, cucerit de elevul Ionuț Toader, în rolul principal din piesa „Doctor fără voie”. În perioada următoare vor fi sprijinite și impulsionate toate participările la concursuri și festivaluri ale formațiilor și artiștilor hușeni.

➤ Propuneri pentru îmbunătățirea imaginii existente:

- Toate aceste performanțe trebuie susținute finaciar și material în continuare.

- Oferirea unor locații adecvate și bine dotate cu echipament de practică culturală pentru desfășurarea activității.
- Oferirea de stimulente financiare și materiale.
- Confirmarea oficială a valorii profesionale a instrumentiștilor angajați în cadrul instituției prin conferirea de diplome și titluri.

Instituția nu beneficiază, de asemenea, de o prezență activă pe *Internet*, acolo unde o importantă parte a comunității locale se manifestă activ prin prezența pe forumuri sau siteuri locale.

Se impune pentru perioada următoare un program coerent și profesionist de comunicare, astfel încât comunitatea locală – și nu numai – să fie atât informată corect despre activitățile instituției, dar și să poată transmite părerile sau propunerile, realizând astfel un feedback necesar îmbunătățirii activității.

În determinarea categoriilor de beneficiari, ne-am bazat concluziile pe:

- *obiectivele și misiunea instituției* stipulate în Caietul de obiective elaborat în vederea concursului pentru ocuparea funcției de manager a Casei de cultură „Alexandru Giugaru” Huși ;

- *legislația în vigoare și documente europene privind cultura* (Rezoluția cu privire la rolul culturii în Uniunea Europeană, adoptată de Consiliul Europei);

- „**ISTORIA HUȘILOR**”- Theodor Codreanu (coordonator), Editura PORTO-FRANCO, Galați, 1995;

- **Cursuri de management și marketing** a Universității „Lucian Blaga” Sibiu;

- **Strategia de dezvoltare locală a municipiului Huși** pentru perioada programatică 2007 – 2013;

- *documente ale Primăriei Huși;*

- *diverse articole apărute în presa locală* cu referire la necesitățile culturale ale populației municipiului Huși;

- *materiale apărute în presa națională și internațională.*

Pentru a-și atinge adevăratul sau destin Casa de cultură trebuie să beneficieze de o viziune de perspectivă și de o politică de dezvoltare, care să antreneze obiectivele proprii cu cerințele consumatorilor. Aceasta pentru că nu există creație culturală care să nu presupună un “proiect” de emancipare a omului și a societății în care trăiește.

Spre a răspunde nevoilor culturale reale, Casa de cultură trebuie să-și formeze un set de obiective strategice și să adopte strategii care să țină seama de potențialul de care dispune și de componentele mediului în care acționează (strategia de piață).

Strategia de piață urmărește păstrarea segmentelor deja acaparate cât și acapararea unor noi segmente.

Se au în vedere:

1. consumatori necondiționali – care frecventează activitățile culturale indiferent de locul și structura ofertei;
2. consumatorii potențiali – care adoptă comportamentul activ numai dacă sunt îndeplinite anumite condiții;
3. nonconsumatorii – pentru care un mesaj bine direcționat poate determina reorientări în planul opțiunilor sau redimensionări ale intereselor culturale.

Constituirea Agendei culturale a instituției trebuie să țină cont de confruntarea celor două generații: tinerii și vârstnicii.

Generația în vârstă este investită de regulă cu autoritate. Ea deține monopolul puterii, influenței și privilegiilor organizaționale. Tinerii în schimb au apanajul absorbției noului și flexibilității.

Având în vedere rasiunea și obiectivele instituției, prezentul *Proiect de management* definește **beneficiarul-țintă** al activităților instituției **în funcție de cele trei direcții principale de activitate.**

1. În domeniul **protejării, conservării și punerii în valoare** a Ansamblului folcloric de amatori „Trandafir de la Moldova”, **beneficiarul principal – și final** - al tuturor demersurilor trebuie să fie **comunitatea locală.**

Distinct, însă, tipurile de proiecte culturale propuse se vor adresa astfel:

- **Platformele culturale** pentru dialog și dezbateri pe teme culturale, precum și publicațiile de specialitate vor avea ca beneficiar principal **comunitatea specialistilor din România și din străinătate**, care pot găsi în proiecte informația necesară, dar își pot expune, în egală măsură rezultatele cercetărilor;
- **Programele de comunicare** (publicații, internet etc) se vor adresa **iubitorilor de cultură și susținătorilor** Ansamblului folcloric de amatori „Trandafir de la Moldova” **din țară și străinătate.**

2. În domeniul **integrării Municipiului Husi în circuitele turistice naționale și internaționale** beneficiarul-țintă al programelor se constituie, pe de o parte, din **agențiile de turism, tour-operatorii naționali și internaționali (sau alte instituții cu profil similar)**, pe de altă parte din **publicul care caută cu punct de atracție** Ansamblului folcloric de amatori „Trandafir de la Moldova”, sau **evenimentele culturale și de programele turistice**, la care poate fi participant efectiv sau simplu spectator.

3. În domeniul **organizării evenimentelor locale**, beneficiarul-țintă devine, după caz:

- **creatorul local de valoare culturală** care găsește în Casa de cultură platforma de exprimare, dar și posibilitatea de mediatizare și progresare;

- *receptorul local*, structurat pe categorii statistice (etnie, sexe, vârstă, pregătire, domeniu de activitate etc) care beneficiază de produsul cultural al instituției sub toate formele sale (spectacole, manifestări etc).

Proiectul de management își stabilește o prioritate în a se adresa – prin programele sale – populației tinere, un segment țintă care accede din ce în ce mai greu la cultura.

Trebuie invocat faptul că instituția nu a avut în ultima perioadă o adresabilitate bine definită a beneficiarilor direcți, neavând, practic, o activitate direcționată în acest sens.

Principiile care guvernează politicile culturale internaționale și europene stipulate în documente precum *Declarația Universală a Drepturilor Omului, Pactul Internațional privind Drepturile Economice, Sociale și Culturale, Convenția Europeană privind Protecția Drepturilor Omului și a Libertăților Fundamentale, Carta Drepturilor Fundamentale a Uniunii Europene*, publicul țintă al programelor propuse prin prezentul *Proiect de management* este, **în final, comunitatea locală.**

Cetățenii municipiului Huși au, în totalitate, în același timp individual și colectiv „*dreptul de acces la viața culturală*” și „*dreptul de participare la viața culturală*”.

B. Analiza activității instituției și propuneri privind îmbunătățirea acesteia:

Având în vedere activitățile culturale derulate anterior, manifestări tradiționale derulate fără întreruperi („Zilele Hușilor”, „Toamna Culturală Hușeană”, Salonul de grafică satirică „Damigenius”), cursuri de formare profesională (barman, ospătar, informatică, contabilitate), cursuri pentru instrumente, se poate spune că instituția are o paletă diversificată de produse culturale și educative. Acestea asigură un echilibru în categoria grupurilor țintă și vor fi susținute în continuare. Activitatea locală, județeană, națională și internațională a Ansamblului folcloric de amatori „Trandafir de la Moldova”, va fi sprijinită și impulsionată pentru a activa și participa în continuare la festivaluri- concurs în țară sau străinătate.

Modelul conceptului de calitate a proiectelor și actelor culturale

Definim *conceptul de calitate ca măsura, gradul în care un produs, un serviciu prin totalitatea caracteristicilor tehnice, estetice, economice, sociale și de exploatare satisface nevoia pentru care a fost creat.*

- *caracteristici tehnice;*

- *caracteristici estetice* (forma și concepția activităților, prezentarea și popularizarea, folosirea tuturor materialelor de practică cultrală afate în dotare dar în context cu subiectul prezentat etc.);
- *caracteristici economice* (costul unitar al produsului sau serviciului, cheltuieli de exploatare a sistemelor și instalațiilor din dotare, cheltuieli întreținere, etc.);
- *caracteristici sociale* (influența pe care utilizarea produsului cultural sau participarea activă la viața culturală o poate avea asupra individului, a comunității)

În concluzie, prin „cerințe exprimate și explicite” conținute în definiția termenului *calitate* trebuie să înglobeze următoarele aspecte:

- satisfacerea unei necesități, utilități sau a unui scop bine definit;
- satisfacerea așteptărilor clientului (utilizatorului);
- conformitatea cu standardele și cu specificațiile aplicabile;
- conformitatea cu cerințele societății (reglementări, legi, reguli, etc.);
- disponibilitate la un preț competitiv;
- obținerea produselor în condiții de profit.

În concluzie, analizând criteriile de performanță ale instituției în ultimii 3 ani se constată o creștere a anuală a numărului de activități specifice și a proiectelor/acțiunilor culturale, a apariției media, scăderea veniturilor proprii dar menținerea numărului de beneficiari neplătitori.

Implementarea Modelului conceptului de calitate a proiectelor și actelor culturale (menționat la punctul B.1), diversificarea ofertei culturale cu alte activități permanente și ocazionale va duce la creșterea vizibilă a indicatorilor specifici de performanță.

Principalul mesaj transmis de instituție este și cel rezultat din activitățile principale, respectiv: *conservarea și promovarea obiceiurilor și tradițiilor*, mesaj care va trebui promovat la fiecare program organizat.

În prezent activitatea instituției este bazată pe patru direcții principale:

- diversificarea ofertei culturale astfel încat să cuprindă toate grupurile țintă menționate și propuse spre cooptare;
- educația artistică și profesională în cadrul cursurilor organizate.
- conservarea și promovarea obiceiurilor și tradițiilor folclorice locale prin susținerea activității Ansamblului Folcloric „Trandafir de la Moldova”, care în acest moment se transformă în fenomen la nivel regional, prin extinderea acestei activități și în satele și comunele din jurul municipiului Huși: Stănilești, Ghermănești, Râșesti și chiar în municipiul Vaslui;
- implementarea unui management- marketing de performanță a serviciilor culturale.

C. Analiza organizării instituției și propuneri de restructurare și/sau de reorganizare, după caz:

Analizând Anexa nr. 2 la Regulamentul de organizare și funcționare a Casei de Cultură „Alexandru Giugaru,, și Capitolul II scopul și obiectul de activitate, consider că este necesară delimitarea clară a atribuțiilor în ceea ce privește managementul serviciilor culturale de activitatea de organizare a Ansamblului folcloric de amatori „Trandafir de la Moldova”. Drept urmare propun ca Statul de funcții să fie completat cu un nou post de director artistic (responsabil artistic). Aceasta persoană să evalueze permanent calitatea activității artistice a ansamblului și a școlii de artă (a fiecărui membru a ansamblului în parte) și să gireze pentru prezentarea actelor culturale ca fiind net superioare calitativ și cantitativ.

Casa de Cultură „Alexandru Giugaru” funcționează în subordinea Consiliului Local al Municipiului Huși, în conformitate cu prevederile O.U.G. 118/2006, cu modificările și completările ulterioare.

Asezământ cultural de drept public cu personalitate juridică, instituția desfășoară activități în domeniul cultural, de informare și de educație permanentă, reprezentând servicii culturale de utilitate publică, cu rol în asigurarea coeziunii sociale și accesul la informație. Finanțarea Casei de Cultură „Alexandru Giugaru” se realizează din subvenții acordate de la bugetul local al Municipiului Huși și venituri proprii.

Activitatea fiecărui angajat este detaliată clar și eficient din punct de vedere organizatoric în Regulament de Organizare și Funcționare.

În cadrul Casei de Cultură „Al. Giugaru” Huși se constituie un Consiliul consultativ format din 5 - 15 membri. Consiliul consultativ își desfășoară activitatea pe baza de voluntariat, din rândul personalităților culturale și științifice reprezentative.

Componenta Consiliului consultativ este propusă de directorul instituției și aprobată de Consiliul Local al Municipiului Huși, cu avizul Direcției Județene pentru Cultură și Patrimoniul Cultural Național Vaslui și al Centrului Județean pentru Conservarea și Promovarea Culturii Tradiționale Vaslui.

Consiliul consultativ se întrunește semestrial sau ori de câte ori este nevoie și are următoarele atribuții principale:

1) face propuneri referitoare la programul anual de activitate și la prioritățile de finanțare;

2) analizează semestrial activitatea desfășurată și modul de finanțare a activităților;

3) face propuneri privind schimbările necesare în structura instituției, care se înaintează spre aprobare Consiliul Local al Municipiului Huși;

Prin Ordonanța de Urgență nr. 118 din 27 dec. 2006 privind înființarea, organizarea și desfășurarea activității așezămintelor culturale, modificată și completată, Legea nr. 143 din 21 mai 2007 pentru aprobarea Ordonanței de urgență a Guvernului nr. 118/2006 privind înființarea, organizarea și

desfășurarea activității așezămintelor culturale și O.U.G. nr. 65 din 27 iunie 2007 pentru modificarea și completarea Ordonanței de urgență a Guvernului nr. 118/2006 privind înființarea, organizarea și desfășurarea activității așezămintelor culturale, Guvernul României a încercat să nuanțeze și să definească și mai bine rolul instituțiilor de cultură, acela de „conservare, cercetare, protejare, transmitere, promovare și punere în valoare a culturii tradiționale și a patrimoniului cultural imaterial”, adaptând structura acestor instituții la imperativele secolului XXI.

Reglementările interne ale Casei de Cultura „Alexandru Giugaru” sunt complete, clare, explicite în concordanță cu legislația în vigoare și cu activitatea desfășurată, prin urmare nu necesită modificări.

Având în vedere schema de personal (total 14 posturi: din care: 1 director; personal/ funcții de execuție: din care: economist 1, referenți 10, muncitor necalificat 1, îngrijitor 1) coroborată cu programele artistice - educative în derulare propun adăugarea unui post de director artistic (responsabil artistic) pentru a asigura calitatea actelor culturale în cadrul școlii de artă.

Principiile esențiale ale managementului resurselor umane sunt:

1. Aprecierea factorului uman ca o resursă vitală;
2. Corelarea, într-o manieră integrată, a politicilor și sistemelor privind resursele umane cu misiunea și strategia organizației;
3. Preocuparea susținută de concentrare și direcționare a capacităților și eforturilor individuale în vederea realizării eficiente a misiunii și obiectivelor stabilite;
4. Dezvoltarea unei culturi organizaționale sănătoase.

Obiectivele urmărite de managementul resurselor umane constau în:

1. Creșterea eficienței și eficacității personalului;
2. Reducerea absenteismului și a fluctuației de personal;
3. Creșterea satisfacției în muncă a angajaților;
4. Creșterea capacității de inovare, rezolvare a problemelor și schimbare a organizației.

Funcția de asigurare a resurselor umane cuprinde următoarele activități:

I. Planificarea resurselor umane - are drept scop determinarea nevoilor, strategiilor și filosofiilor privind resursele umane ale organizației, inclusiv estimarea cererii și ofertei pe piața muncii. Întrebarea cheie pentru această activitate este: "De câți oameni și cu ce caracteristici avem nevoie, atât în prezent cât și în viitor?"

II. Dezvoltarea resurselor umane

Funcția de dezvoltare a resurselor umane cuprinde următoarele activități:

1. Formarea și perfecționarea angajaților - are drept scop identificarea, aprecierea, și "prin instruire planificată" facilitarea dezvoltării competențelor cheie care permit indivizilor să performeze sarcini aferente unor posturi prezente sau viitoare.

2. Administrarea carierelor - are drept scop asigurarea corespondenței pe termen lung între nevoile de evoluție în carieră ale angajaților și posturile și parcursurile de carieră disponibile în cadrul organizației. Presupunerea pe care se bazează această abordare este aceea că oamenii doresc să avanseze în cadrul organizației.

Putem identifica nouă stadii în cadrul ciclului de viață al carierei:

Vârsta	Stadiul
0 - 21	Creștere, fantezii, explorare
16 - 25	Intrarea în lumea muncii
16 - 25	Educația de bază
17 - 30	Etapa de început a carierei
25 +	Etapa de mijloc a carierei
35 - 45	Criza de mijloc a carierei
40 +	Etapa de final a carierei
50 +	Declin, pensionare

Dintre strategiile utilizate pentru administrarea carierelor enumerăm:

- ✓ Crearea de oportunități prin pregătire profesională;
- ✓ Extinderea și îmbogățirea conținutului muncii;
- ✓ Oferirea de consiliere în domeniul carierei ;
- ✓ Organizarea unor centre de evaluare și dezvoltare ;
- ✓ Organizarea unor întâlniri de lucru pe teme legate de carieră.

În ceea ce privește cursurile de perfecționare, *Proiectul de management* va avea în vedere, în limita fondurilor disponibile, următoarele cursuri de specializare și trainiguri:

- cursuri de perfecționare în domeniul managementului cultural;
 - Ex. <http://www.managementcultural.ro/>
- cursuri pentru manageri de proiect în domeniul Fondurilor Structurale;
 - Ex. <http://www.structuralfunds.ro/cursuri.html>
- IT (WEB design, ORACAL – baze de date)
- cursuri pentru redactarea și managementul proiectelor europene
 - Ex. http://www.eurocor.ro/Training_Accesare_Fonduri_Europene.htm

Este de menționat faptul că, în contextul actual, multe dintre aceste cursuri pot fi accesate on-line, eliminând astfel costurile cu deplasarea, cazarea și diurnele cursanților.

- Ex. <http://curs-online.ro/cursuri/negociere-si-comunicare/>

III. Dezvoltarea organizațională - are drept scop asigurarea unor relații sănătoase intra și intergrupuri și ajutorarea grupurilor în a anticipa, iniția și conduce schimbarea. Dezvoltarea organizațională presupune existența unei strategii normative, reeducațională, susceptibilă de a afecta sisteme de valori, atitudini, care implică și reorganizarea formală a organizației, cu scopul de a face față ritmului de viață actual.

Casa de Cultură „Al. Giugaru” deține următoarele spații: - corp clădire strada Al. Giugaru nr. 2 Huși, clădire inclusă în patrimoniul național, incluzând o sală pentru repetiții și un studio de înregistrări (conform Anexa – Caiet de obiective Cap IV punct 4.5).

Se poate spune că spațiul folosit de către Casa de Cultură este impropriu gamei de activități, neavând utilitățile necesare: toaletă adecvată, vestiare pentru dansatori și instrumentiști, săli de curs amenajate corespunzător, săli de repetiție, sală de spectacole. Actualul spațiu din Huși str. Al. Giugaru, nr. 2 necesită reparații urgente, atât în exterior cât și la interior, acoperiș și subsol. Estimez o valoare aproximativă care depășește 500.000 lei pentru crearea condițiilor minime de continuare a activității.

➤ Pentru îmbunătățirea situației actuale propun următoarele:

- identificarea surselor pentru finanțarea reparațiilor curente;
- identificarea liniilor de finanțare nerambursabile și depunerea de proiecte în vederea dotării cu materiale de practică culturală a instituției;
- efectuarea tuturor demersurilor în vederea obținerii de fonduri și realizarea proiectului de reabilitare a clădirii.

Regulamentul de Organizare și Funcționare, așa cum este întocmit, prevede reglementări pertinente în ceea ce privește competențele și delegarea responsabilităților la nivelul managementului instituției și nu consider necesare modificări sau alte propuneri la momentul actual.

D. Analiza situației economico-financiare a instituției:

În urma analizei situației economico- financiare a instituției în perioada 2013-2015 se constată o scădere a veniturilor proprii realizate, datorită situației economice generale, dar cu o creștere a surselor atrase și a veniturilor proprii în raport cu totalul veniturilor.

Bugetul de venituri și cheltuieli se poate spune că a fost echilibrat în raport cu organigrama și activitățile programate în perioada anterioară, dar cu dezechilibre majore la întreținere și cheltuieli de capital – investiții.

➤ **Veniturile proprii(totalitatea sumelor atrase)**

Daca în anul 2013, pentru Veniturile proprii(totalitatea sumelor atrase)- previzionata a fost suma de 92,000.00 lei, a fost realizată suma de 61,141.00 lei cu o diferență de - 30,859.00 lei, în anul 2014- previzionata a fost suma de 51,530.00 lei, a fost realizată suma de 64,855.00 lei cu o diferență de + 13,325, în anul 2015 previzionata a fost suma de 54,500.00 lei, a fost realizată suma de 45,617.00 lei cu o diferență de – 8,883.00 lei. Din analiza bugetelor previzionate și alocate în ultimii trei ani, reiese o proporție a sumelor.

➤ La partea de **Subvenții/Alocatii** în anul 2013- previzionata a fost suma de 286,700.00 lei, a fost realizată suma de 276,000.00 lei cu o diferență de – 10,700.00 lei. În anul 2014 - previzionata a fost suma de 285,000.00 lei, a fost realizată suma de 267,000.00 lei cu o diferență de – 18,000.00 lei. În anul 2015 - previzionata a fost suma de 307,000.00 lei, a fost realizată suma de 307,000.00 lei fără diferențe + sau - lei .

➤ **Cheltuieli de întreținere** – în anul 2013 previzionata a fost suma de 135,802.00 lei având în vedere cheltuieli de capital – investiții în sumă de 3,690,00 lei rezulta suma de 132,112.00 lei, a fost realizată suma de 146,675.00 lei .Având în vedere cheltuieli de capital – investiții în sumă de 3,690,00 lei rezulta suma de 142,985.00 lei cu o diferență de + 10,873.00 lei. În anul 2014 - previzionata a fost suma de 146,300.00 lei, a fost realizată suma de 142,309.00 lei cu o diferență de – 3,991.00 lei. Se constată o lipsă a fondurilor pentru capitolul cheltuieli de capital: investiții. În anul 2015- previzionata a fost suma de 142,330.00 lei, a fost realizată

suma de 138,870.00 lei cu o diferență de – 3,460.00 lei. Se constată o lipsă a fondurilor pentru capitolul cheltuieli de capital: investiții.

Cheltuieli de personal, inclusiv cheltuieli cu colaboratorii

- în anul 2013- previzionata a fost suma de 190,466.00 lei, a fost realizată suma de 190,466.00 lei fără diferențe de +/- lei. În anul 2014- previzionata a fost suma de 190,230.00 lei, a fost realizată suma de 189,546.00 lei cu o diferență de – 648.00 lei. În anul 2015 - previzionata a fost suma de 219,170.00 lei, a fost realizată suma de 217,747.00 lei cu o diferență de – 1,423.00 lei.

Din informațiile obținute, în programul de management din perioada anterioară, au fost propuse trei proiecte. Sunt prezentate după cum urmează:

Nr. Crt.	Programul	Devizul estimat	Deviz realizat	Observații, comentarii, concluzii
1.	2.	3.	4.	5.
1.	Formație de muzică pop	15.000,00	0	<p>Obiectivul programului/proiectului a fost: „Dotarea cu instrumente și formarea unei trupe de muzică pop,, Parte din proiect a fost implementat, dat fiind faptul că au fost și sunt tineri care s-au afirmat pe această latură. Nu au fost centralizate cheltuielile efectuate pentru acest proiect, prin urmare rămâne un proiect derulat dar fără a implica resurse financiare.</p> <p>✓ Proiectul/programul merită susținut atâta vreme cât se obțin performanțe și grupul țintă este interesat (beneficiarii direcți și indirecti).</p>
2.	„Moldocamera”	45.000,00	0	<p>Obiectivul programului/proiectului a fost: „Dotarea cu aparatura specifică înființării unui club al cineaștilor amatori,, - nu au fost achiziționate dotările specifice proiectului/ programului, prin urmare se poate spune că acest proiect nu și-a atins obiectivele.</p> <p>✓ Programul merită susținut doar în condițiile în care, un studiu de piață indică necesitatea acestuia. Reabilitarea și darea în folosință a Cinematografului</p>

				„Dacia” ar reuni această categorie de beneficiari.
3.	Renovarea si reabilitarea spatiului actual al Casei de Cultură	400.000,00	0	<p>Obiectivul programului/proiectului a fost: „Renovarea fațadei clădirii, renovarea interiorului, dotarea cu vestiare, renovarea toaletelor (aducțiune apă -canal). Deși un proiect de maximă necesitate, conform Caietului de obiective – Anexa, la capitolul – Cheltuieli de capital: investiții este buget 0, iar suma de 3.690,00 lei, prevăzută în anul 2013 a fost insuficientă pentru efectuare RK.</p> <p>✓Este imperativ necesar ca demersurile să fie întreprinse mai departe. Proiectul trebuie susținut și trebuie angrenate toate forțele pe plan local, județean cât și găsirea a noi surse de finanțări nerabursabile.</p>
Referitor la activitățile cultural educative - artistice nu a fost efectuată o contabilizare strict a cheltuielilor pe unitatea de manifestare. Conform bugetelor din anii anteriori au fost alocate sume la capitolul 20.30 – alte cheltuieli. Sumele alocate au fost concordantă cu indicatorii de performanță obținuți în ultimii trei ani.				
	TOTAL	460.000,00	0	

Foarte multe studii au evidențiat faptul că „domeniul cultural nu este un segment de profit al economiei unei țări, ci mai degrabă un consumator de resurse financiare”.

Pentru a ridica gradul de colectare a veniturilor proprii, propun următoarele:

- valorificarea tuturor resurselor umane disponibile, înregistrarea acestora la instituțiile abilitate și încasarea drepturilor de autor;
- sporirea și diversificarea numărului de manifestări culturale cu încasare;
- înființarea unei organizații nonguvernamentale (O.N.G.) în cadrul Casei de Cultură cu specific economic, profitul obținut să fie folosit pentru susținerea activităților instituției.
- tipărirea și vânzarea unei reviste de profil cultural.

Conform Caietului de obiective – Anexa, Capitolul IV, punctul 4.2, de performanță 12. Venituri proprii din activitatea de bază – nu sunt venituri.

Din analiza bugetelor și conform Caietului de obiective –Anexa, Capitolul IV, punctul 4.2, criteriu de performanță 13, reiese că natura veniturilor proprii realizate de unitate provin din:

- venituri din închirieri și concesiuni (chirii spații);
- venituri din organizarea de cursuri de calificare și reconversie profesioanală;
- donații și sponsorizări.

Conform Caietului de obiective – Anexa, Capitolul IV, punctul 4.2, criteriile de performanță și a bugetelor anilor anteriori nu există nici un punct din care să reiasă încasări de venituri proprii realizate în parteneriat cu alte autorități publice locale.

Pentru a crește sursele de venituri proprii, este necesar să fie acoperiți toți indicatorii de performanță:

1. Alocarea unui buget de cheltuieli pe beneficiar:
 - din subvenție;
 - din venituri proprii.
2. Atragerea de fonduri nerambursabile (lei).
3. Creșterea numărului de activități specifice.
4. Creșterea numărului de apariții în mass-media(fără comunicate de presă).
5. Creșterea numărului de beneficiari neplătitori.
6. Creșterea numărului de beneficiari plătitori.
7. Creșterea numărului de expoziții contra cost.
8. Creșterea numărului de evenimente cu încasare.
9. Creșterea numărului de reprezentații contra cost.
10. Creșterea frecvenței medii zilnice.
11. Diversificarea și creșterea numărului de proiecte și acțiuni culturale.
12. Obținerea de venituri proprii din activitatea de bază.
13. Creșterea veniturilor proprii din alte activități.

În ceea ce privește ponderea cheltuielilor de personal din totalul cheltuielilor, conform Caietului de obiective reiese că:

- în anul 2013 cheltuielile de personal au fost în sumă de 190.466,00 lei, total venituri realizate 337.141,00 lei, rezultă un procent de 56,49%;
- în anul 2014 cheltuielile de personal au fost în sumă de 189.546,00 lei, total venituri realizate 331.855,00 lei, rezultă un procent de 57,11%;
- în anul 2015 cheltuielile de personal au fost în sumă de 217.747,00 lei, total venituri realizate 352.617,00 lei, rezultă un procent de 61,75%;

Ponderea cheltuielilor de capital din totalul cheltuielilor, conform Caietului de obiective reiese că:

- în anul 2013 cheltuielile de capital: investiții au fost în sumă de 3.690,00 lei, bugetul total în sumă de 337.141,00 lei, rezultă un procent de 1,09 %;
- în anul 2014 cheltuielile de capital: investiții au fost în sumă de

0,00 lei, bugetul total în sumă de 331.855,00 lei, rezultă un procent de 0,0 %;

- în anul 2015 cheltuielile de capital: investiții au fost în sumă de 0,00 lei, bugetul total în sumă de 352.617,00 lei, rezultă un procent de 0,0 %.

Gradul de acoperire a cheltuielilor de personal din subvenție/alocație:

- în anul 2013 cheltuielile de personal au fost în sumă de 190.466,00 lei, subvenție/alocație în sumă de 276.000,00 lei, rezultă un procent de 69,00% acoperit din subvenții/ alocații;
- în anul 2014 cheltuielile de personal au fost în sumă de 189.546,00 lei, subvenție/alocație în sumă de 267.000,00 lei, rezultă un procent de 70,99% acoperit din subvenții/ alocații;
- în anul 2015 cheltuielile de personal au fost în sumă de 217.747,00 lei, subvenție/alocație în sumă de 307.000,00 lei, rezultă un procent de 70,92% acoperit din subvenții/ alocații;

Din informațiile primite de la instituție, rezultă că alte cheltuieli decât contractele individuale de muncă au fost cheltuielile cu colaboratorii.

Având în vedere, Caietul de obiective –Anexa, Capitolul IV, punctul 4.5, Bugetul alocat pentru programul minimal realizat, la număr curent 4: în Cheltuielile de personal sunt incluse și cheltuielile cu colaboratorii.

Conform Caietului de obiective –Anexa, Capitolul IV, punctul 4.2, criteriul de performanță numărul 1, nu sunt înregistrate cheltuieli pe beneficiar din subvenție sau din venituri proprii.

**E. Strategia, programele și planul de acțiune pentru îndeplinirea misiunii specifice a instituției, conform sarcinilor formulate de autoritate:
Propuneri, pentru întreaga perioadă de management:**

Din punct de vedere social, dar și sub aspect managerial, fiecare manager își formează un ansamblu original de unelte culturale, legat între ele prin relații specifice, guvernate de scopuri și principii.

Pe măsură ce organizațiile se dezvoltă au de a face cu o serie de aspecte esențiale ale managementului resurselor umane. Managerii creează un plan de atragere și reținere a persoanelor cu abilitățile de care are nevoie organizația. Implementarea planului presupune recrutarea, selecția, integrarea, instruirea, recompensarea, alegerea beneficiilor celor mai potrivite și evaluarea permanentă a performanțelor pentru a se verifica dacă sunt atinse obiectivele organizaționale. Aceste activități reprezintă componentele managementului resurselor umane.

Planul de resurse umane este creat în acord cu planul strategic al organizației. Pe măsură ce organizația identifică oportunitățile de dezvoltare

disponibile, este necesară corelarea lor cu abilitățile de care va fi nevoie pentru acoperirea lor.

Dezvoltarea resurselor umane implică un proces de instruire a oamenilor pentru a îndeplini sarcinile de care este nevoie în organizație. Problema constă în recunoașterea tipului de instruire de care angajații au nevoie. Toate deciziile de instruire trebuie să țină cont de motivarea angajatului supus formării.

În evaluarea performanțelor este importantă atât evaluarea comportamentelor considerate adecvate, cât și a celor neadecvate, precum și acordarea echitabilă a recompenselor.

Pentru asigurarea unor relații benefice între conducere și angajați se desfășoară o serie de activități cum sunt gestionarea conflictelor, consolidarea relațiilor cu ordonatorul principal și consilierea angajaților.

Pe măsură ce își dezvoltă dimensiunile, orice organizație se confruntă cu probleme legate de nevoia de resurse umane.

Dacă organizația este în creștere, trebuie stabilite metode de găsim și angajare de oameni care să posede abilitățile solicitate. Acest lucru se reflectă de obicei într-o formă de **planificare** a resurselor umane. Analizându-se proiectele și tendințele viitoare ale organizației, se estimează numărul de oameni de care este nevoie și tipul de abilități și competențe pe care le solicită eventualele posturi vacante.

După dezvoltarea unui plan de resurse umane, trebuie urmați un număr de pași necesari implementării planului. Prima parte esențială a implementării este determinarea numărului de oameni cu anumite abilități de care este nevoie la un anumit moment. Următorul pas îl constituie **recrutarea** - o procedură folosită pentru atragerea oamenilor calificați să candideze pentru posturile libere din cadrul organizației. După ce oamenii au fost atrași să solicite postul, este folosită procedura de **selecție** pentru stabilirea persoanelor care vor îndeplini efectiv sarcinile în organizație și care vor fi angajați.

Oamenii nou angajați trebuie să fie învățați care sunt regulile și standardele organizației, iar pentru aceasta este folosit un tip de program de **integrare** sau orientare. După ce oamenii au fost integrați în sistem, de obicei este necesar să fie ajutați să își actualizeze capacitățile, atitudinile și competențele generale, aducându-le la nivelul considerat potrivit în organizație prin intermediul **instruirii și dezvoltării** angajaților. Sunt stabilite salariile considerate corecte pentru oamenii cu anumite abilități și responsabilități ale postului, precum și procedura potrivită de **evaluare a performanțelor** prin care conducerea poate lua decizii corecte de acordare a recompenselor oferite sub forma salariului sau promovării.

Pe măsură ce oamenii se stabilesc în organizație, devin preocupați de **beneficiile** (asigurări de sănătate, concedii medicale și de odihnă, fonduri de pensii) care le sunt oferite.

I. misiune;

Instituția culturală este principalul agent cultural care acționează în cadrul marilor comunități socio – umane moderne, este „organismul” ce materializează forma specifică de structurare a unor raporturi sociale de factură deosebită reprezintă o entitate organizatorică relativ simplă, de regulă specializată în combinarea „factorilor de producție culturală” și are ca principală funcție realizarea și /sau propagarea de bunuri și servicii (valori) destinate satisfacerii necesităților de ordin cultural – artistic.

Repererele definitorii ale unei organizații culturale sunt:

- a) grupul de oameni, împreună cu sistemul tehnico – material și cu întreg mecanismul de finanțare;
- b) ansamblul scopurilor relative sau finalitatea spirituală artistică, estetică;
- c) statutul juridic prin care i se stabilește rolul și cadrul esențial;

Prin prisma teoriilor cunoscute până în prezent instituția de cultură ca orice organizație de altfel poate fi analizată în diferite variante.

Posibilă ca un sistem socio – uman deschis ce se dezvoltă în cadrul unui ansamblu de relații cu numeroase alte entități mediul său: eșalonul superior și unitățile socio- culturale cu care se află în contact, sponsori, furnizori, clienți, publicul, mediile culturale, elitele, mass media etc. Între organizație și mediul său are loc un intens și permanent schimb de oameni, idei, fonduri, bunuri materiale etc. Dimensiunea preponderent operațională a unității de cultură determină, înainte de toate o conduită flexibilă și adaptabilă, iar în al doilea rând, o continuă preocupare pentru autoreglare întregului sistem în funcție de finalitatea sa principală – **valoarea** de ordin spiritual, estetic, artistic și circulația acesteia în societate.

Privită ca structură organizatorică – instituția de cultură prinde contur în funcție de obiectul său de activitate și de natura proceselor sale interne. Funcționalitatea unei instituții de cultură este profund influențată de configurația sa organizatorică de relațiile stabilite între compartimente și nu în ultimul rând de calitatea managementului.

Nevoia acută de flexibilitate impune deseori proiectarea unor intervenții organizaționale, menite să sprijine procesul intern și /sau pe cel de adaptare la mediu. Structura organizatorică reprezintă „anatomia” internă a unei entități culturale, „arhitectura” sa interioară și totodată unul din principalele instrumente manageriale, menit să susțină efortul convergent care vizează atingerea obiectivelor prestabilite.

Privită ca agent dat fiind caracterul operativ al activităților curente, unitatea de cultură reprezintă un instrument de realizare a scopurilor social – culturale care îi compun misiunea, rațiunea, existenței sale. Orientată către o finalitate, organizația culturală este profund interesată în a selecta, prin forul său decizional și volitiv, managementul, cele mai judicioase și mai adecvate mijloace pentru atingerea țelurilor sale.

Oricare agent cultural este în o „invenție” socială care permite omului de cultură să-și exprime vocația și creativitatea în mod plinar, contribuind la îmbogățirea patrimoniului de valori spirituale și la circulația acestora în societate.

Scopurile instituției de cultură sunt marcate de o bipolaritate evidentă. Pe de o parte, finalitatea sa preponderent estetică, artistică, spirituală, morală etc. Și pe de altă parte aspectele de ordin material ce țin de supraviețuirea organizației ca entitate, de realizarea unor venituri de gestionarea resurselor etc. Din acest unghi organizația de cultură reprezintă un hibrid în care se împletesc preocupările de ordin estetic, artistic, spiritual etc. Cu cele de natură economică. Prin specificul său această simbioză solicită un management bicefal, „dominat de cele două mari categorii de comandamente” (scopuri principale).

Misiunea Casei de Cultură „Alexandru Giurgaru” este de a organiza domeniul culturii, a pune în stare de cooperare sau conlucrare- toate instituțiile și organizațiile din municipiu- în așa fel încât să conveargă spre același scop, să contribuie împreună, fiecare după specificul ei, la realizarea țelului propus, în sensul de a se sprijini reciproc, de a se completa una pe alta.

Rolul Casei de cultură „Alexandru Giurgaru” în viața comunității are principii funcționale și stimulative:

- animă viața comunitară;
- contribuie la educația tinerilor;
- veghează la păstrarea tradițiilor;
- promovează folclorul;
- stimulează comunicarea între grupuri și indivizi;
- încurajează talentele artistice.

OBIECTIVELE GENERALE ALE PROIECTULUI

- a. diversificarea ofertei culturale a instituției publice de cultură ;
- b. cunoașterea și satisfacerea nevoilor culturale ale comunităților în care își desfășoară activitatea instituția publică de cultură ;
- c. promovarea concurenței în domeniul ofertei culturale ;
- d. promovarea excelenței, experimentului și inovației ;
- e. dezvoltarea competențelor profesionale ale personalului din subordine ;
- f. aplicarea principiilor de eficiență, eficacitate și economie în gestionarea mijloacelor financiare și a resurselor umane și materiale ale instituției publice de cultură ;

OBIECTIVELE SPECIFICE

- promovarea valorilor culturii și a artei în rândul locuitorilor municipiului cât și peste hotare;
- să sensibilizeze publicul cu privire la bogăția folclorică;
- folclorul și civilizația să poată fi privite din două perspective: ca elemente, noțiuni teoretice și ca fapte, realități sociale, obiective;
- să interpreteze conceptul de cultură, orientare de largă rezonanță și cu adânci tradiții în spiritualitatea românească;
- să transmită modelele culturale;
- să pună în valoare capacitățile fiecărei generații în conformitate cu aptitudinile și nevoile ei făcând raportarea la mediul social, la cultura națională, la societate în ansamblu;
- folclorul, prin bogăția lui, capacitatea lui de creare și transformare a valorilor să contribuie la stimularea fondului imaginativ și afectiv a grupurilor țintă;
- promovarea folclorului astfel încât să reprezinte un liant între generații;

Cultura este una dintre componentele esențiale ale serviciilor sociale pe care orice stat democratic are datoria de a le oferi cetățenilor săi. Ea se constituie într-un bun social public atipic comparativ cu celelalte, unul a cărui valoare crește proporțional cu numărul celor care îl acceptă.

Oferta culturală a statului se exprimă prin politici culturale bazate pe principii bine determinate:

- principiul protejării patrimoniului cultural național prin care valorile și bunurile care aparțin moștenirii culturale au calitatea de surse fundamentale ale cunoașterii trecutului și prezentului nostru;
- principiul libertății de creație potrivit căruia libertatea de exprimare artistică și de comunicare publică a operelor și prestațiilor artistice reprezintă nu numai un drept fundamental, ci și un element esențial al progresului uman;
- principiul autonomiei instituțiilor de cultură potrivit căruia inițierea și desfășurarea programelor și proiectelor culturale nu pot fi restrânse ori cenzurate pe criterii etnice, religioase, politice ori pentru satisfacerea unor interese de grup;
- principiul primordialității valorii care asigură condițiile materiale și morale pentru afirmarea creativității și talentului;
- principiul sansei 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 toată diversitatea acestora;
- principiul identității culturale în circuitul mondial de valori, potrivit căruia se asigură protejarea și punerea în valoare a moștenirii culturale, se susține și se promovează introducerea în circuitul cultural național și

internațional a valorilor spiritualității naționale și se înlesnește circulația în țară a valorilor culturii universale.

Ca și celelalte politici publice, politicile culturale au o importantă dimensiune sectorială, fiind legate prin consultare și participare de o serie de actori sociali: autorități, instituții, entități economice.

Formularea politicilor culturale, a strategiilor și programelor devine astfel o acțiune complexă care trebuie să țină seama de un întreg spectru de factori, de la nivelul economic al comunității până la tradițiile și mentalitățile socio-culturale. Pentru ca programele culturale să fie viabile, ele trebuiesc împlinite armonios cu politicile economice, cu cele educative și sociale, rezultând astfel politici de dezvoltare coerente.

Analiza de potențial al mediului extern va trebui realizată pe domenii culturale. Definirea domeniilor, încadrarea și gruparea fenomenului cultural-artistic vor determina elaborarea analizelor de potențial pe: cultura scrisă, arta spectacolului, arte vizuale, patrimoniu cultural mobil, patrimoniu cultural imobil, cultura populară și tradiție, educație și cercetare culturală și științifică.

Teoriile culturale contemporane consideră patrimoniul cultural drept o parte a Patrimoniului, domeniu în care patrimoniul cultural se completează armonios cu patrimoniul natural. Împreună, cele două subdomenii constituie moștenirea pe care fiecare generație o lasă urmașilor. În această schemă logică, subdomeniul patrimoniului cultural cuprinde patrimoniul cultural material – cel imobil (monumentele istorice) și cel mobil (mai ales bunurile culturale aflate în muzee și colecții) – și patrimoniul cultural imaterial.

Patrimoniul cultural național trebuie să constituie o prioritate a Strategiei culturale a Municipiului Huși, bazată pe următoarele argumente:

1) valoarea arhitecturală, artistică, istorică a patrimoniului cultural material imobil. În acest sens rezultă și din Legea nr. 422/2001, republicată, privind protejarea monumentelor istorice, care prevede că „Protejarea monumentelor istorice este parte componentă a strategiilor de dezvoltare durabilă economico-socială, turistică, urbanistică și de amenajare a teritoriului, la nivel național și local.”

2) valoarea patrimoniului cultural mobil – cu precădere, cărți vechi și icoane clasate sau susceptibile a fi clasate în categoria Tezaurul patrimoniului cultural național;

3) valoarea patrimoniului imaterial, cu o mare bogăție de tradiții și de obiceiuri din zone etnofolclorice consacrate, cu evenimente culturale

4) agravarea continuă a degradării patrimoniului construit, numărul șantierelor de restaurare și de conservare fiind mic, din cauze financiare;

5) patrimoniul cultural conferă județului o identitate inconfundabilă;

6) potențialul turistic consistent al patrimoniului cultural, care poate deveni o componentă a dezvoltării durabile.

Această prioritate strategică a culturii ar trebui să-și găsească o reflectare mai pregnantă în programele și planurile de restaurare, coordonat și finanțat de Ministerul Culturii și Patrimoniului Național, precum și într-un program local și județean de restaurare, coordonat și finanțat de Consiliul Județean Cluj și consiliile locale. Starea acestui Patrimoniu este o problemă a comunității și de aceea trebuie să devină o prioritate în politica administrației locale și în acțiunea societății civile.

Strategia culturală a Ministerului Culturii și Patrimoniului Național așează politicile culturale privind patrimoniul cultural național pe următoarele paliere:

din punct de vedere geografic:	din punctul de vedere al categoriilor de patrimoniu:
- euroregiunile	- patrimoniul cultural material
- regiunile de dezvoltare	- patrimoniul imobil
- unitățile administrativ-teritoriale	- patrimoniul mobil
- localitățile	- patrimoniul cultural imaterial

Obiective strategice:

1) cunoașterea și promovarea patrimoniului mobil și imobil, cercetarea valorii și importanței monumentelor istorice, evaluarea stării lor de conservare și de securitate; continuarea cercetării patrimoniului arheologic;

2) salvarea monumentelor istorice și a bunurilor culturale imobile, aflate în pericol sau în stare avansată de degradare, prin lucrări de restaurare și de conservare, și prin măsuri eficiente de păstrare, securitate și supraveghere;

3) protejarea patrimoniului cultural imobil în conformitate cu legislația în vigoare, prin concertarea eforturilor tuturor forțelor interesate și implicate în această activitate: deținători/administratori de obiective/bunuri de patrimoniu, autorități publice, instituții de specialitate, organizații ale societății civile;

4) dezvoltarea patrimoniului cultural imobil prin îmbogățirea fondului existent cu noi obiective (vestigii arheologice, clădiri industriale, bunuri imobile reprezentative din secolul trecut);

5) punerea în valoare a bunurilor culturale imobile în cadrul activităților educaționale și turistice pe plan local, național și internațional, ținând cont de rolul major pe care îl pot juca monumentele istorice ca factor de coeziune socială, în scopul dezvoltării durabile.

Componentele acestei strategii culturale sunt:

Viziunea: Punerea în valoare a potențialului cultural ca o componentă a dezvoltării durabile a Municipiului Huși și afirmarea culturii pe plan local, județean, național și european.

Misiunea: Mărirea gradului de satisfacere a drepturilor culturale în condițiile păstrării identității culturale și ale inovării culturale în context european. Având ca atu principal multiculturalitatea etnică și diversitatea religioasă.

Valorile: Libertatea de creație, libertatea formelor de schimburi culturale, multiculturalism, profesionalismul, eficiența, performanța, flexibilitatea, mobilitatea, educarea prin cultură, creativitatea, inovarea, păstrarea identității culturale naționale și locale, respectarea diversității culturale a minorităților naționale, răspunderea publică și neutralitatea politică

Obiectivele principale:

- 1) Îmbunătățirea gradului de acces la cultură al cetățenilor la nivelul comunității locale;
- 2) Creșterea capacității de performanță a instituțiilor culturale în promovarea produselor lor la nivel național și european, în condițiile unei finanțări multiple: bugetul propriu, bugete locale, bugetul Consiliului Municipiului Huși, fonduri nerambursabile din surse centrale, din surse europene și din surse private (sponsorizări);
- 3) Păstrarea, conservarea și valorificarea patrimoniului cultural material și imaterial, ca modalități de asigurare a identității, ca factori de incluziune și de solidaritatea socială, de dezvoltare umană echilibrată și de dezvoltare durabilă a comunităților indiferent de etnie, rasă sau orientare religioasă;
- 4) Punerea în valoare a patrimoniului mobil și a celui imobil prin realizarea de trasee turistico-cultural istorice;
- 5) Sprijinirea inițiativei ;

Resursele:

- a) instituționale : logistica din instituție, autoritățile publice locale, a centrelor și instituțiilor de cultură și nu numai;
- b) umane – personalul angajat în instituțiile de cultură și din domeniul educațional, artiști, cadre didactice, amatori, meșteri populari;
- c) financiare – bugetul anual propriu al instituției de cultură, bugetele locale, fonduri nerambursabile din surse centrale: Administrația Fondului Cultural Național, Ministerul Culturii și Patrimoniului Național, Institutul Cultural Român, din surse europene și din surse private cum ar fi sponsorizări.

Conceptul de marketing în servicii este vital în domeniul serviciilor culturale.

Analiza pieței, mixul de marketing, procedura de planificare a marketingului serviciilor sunt, în esență, aceleași cu cele ale produselor.

În sfera serviciilor întreprinzătorul trebuie să acorde o atenție sporită clientului. În primul rând, întreprinzătorul sau managerul unei unități prestatoare de servicii trebuie să acorde aceeași importanță atât calității serviciilor oferite cât și cerințelor și comportamentului clienților. Inflexibilitatea în prestarea serviciilor poate avea efecte nedorite mai ales în mediul urban.

Cei mai mulți doresc satisfacerea aceluși serviciu într-o manieră proprie. Clienții încearcă chiar să-i învețe pe prestatori cum trebuie executat acest serviciu, ori acest lucru îi deranjează, deoarece ei se consideră profesioniști și se vor simți legați dacă clienții le vor da sfaturi în profesia pe care și-au ales-o. De aceea, prestatorii vor trebui să fie foarte flexibili deoarece clientul poate din cauza aceasta să-și formeze o părere subiectivă.

Clientul nu are la dispoziție modalități concrete de verificare a serviciului și atunci el va apela la cea mai sigură și apropiată sursă de informare: părerile prietenilor și a vecinilor, care au apelat unitatea prestatoare pentru același serviciu. Deci, este foarte important ca clientul să fie mulțumit de prestarea serviciului pentru ca el să nu facă reclamă "negativă" unității respective. Dacă clientul pleacă mulțumit, atunci unitatea va beneficia gratis de promovarea serviciilor sale prin referințele pe care le dau prietenilor și vecinilor.

Un lucru la fel de important este și determinarea tarifelor serviciilor care măsoară valoarea percepută de client și care reflectă calitatea și valoarea prestației serviciului.

Decizia de stabilire a tarifelor poate fi influențată și de modul de prestare a serviciilor. Astfel, va trebui să se facă mai multe pachete cu oferte diferențiate. Acestea pot lua forma unor tarife mai mici dacă clientul apelează regulat la serviciile prestatorului și tarife mai mari dacă clientul apelează la servicii doar ocazional.

Foarte important este promovarea serviciilor, deoarece după cum se știe este mult mai ușor să vinzi un produs decât un serviciu. Ținând cont, că serviciile atrag în mare majoritate a cazurilor numai clienți locali, cea mai bună promovare se face pe cale verbală, din om în om.

Promovarea serviciilor poate pune accent pe:

- ◆ calitatea serviciilor oferite;
- ◆ respectarea termenului de executare a serviciilor;
- ◆ prin acordarea unor facilități sau a unor gratuități clienților fideli sau de ce nu, celor care își fac abonament sau semnează un contract cu prestatorul pe o perioadă mai lungă de timp.

Dezvoltarea parteneriatului între operatorii culturali, mass-media, mediul de afaceri, mediul academic și administrația publică locală

- încurajarea de parteneriate între instituțiile cultural-artistice și firmele private;
- dezvoltarea parteneriatului dintre sectorul cultural și mass media locală pentru o mai bună promovare în presă a evenimentelor culturale și a materialelor cu conținut cultural;
- inițierea de parteneriate cu mediul academic în vederea dezvoltării de studii și proiecte de cercetare în domeniul cultural;
- organizarea unor întâlniri care să promoveze colaborarea dintre operatorii culturali, mass media și mediul de afaceri, organizarea unor evenimente prin care să fie recunoscute participarea și sprijinul acestor actori la dezvoltarea culturală;
- încurajarea acțiunilor creative generatoare de profit, ca important factor de dezvoltare și autofinanțare.

Întocmit,

Alexa Cătălina



PROGRAM

de activitate minim anual pentru perioada 2017-2021

ce cuprinde activitățile și programele principale organizate de

Casa de Cultură „Alexandru Giugaru” Huși

Nr. Crt.	Denumirea Programului cultural	Niveluri de interes	Descrierea sumară a programului	Rezultate așteptate	Suma Estima-tă	Perioada de desfășurare/ organizatori
1	15 IANUARIE	Mihai Eminescu, poetul nepereche	Medalion literar-muzical	Motivarea comunității locale de a păstra via amintirea poetului național, cunoașterea activității locale a lui Mihai Eminescu, familiarizarea grupului țintă cu opera poetului		În fiecare an, pe 14-15 Ianuarie/ manifestări organizate în cadrul Casei de Cultură „Al. Giugaru”;
2	24 IANUARIE	“Unirea – 24 ianuarie în conștiința românilor”, spectacol dedicat Zilei Unirii Principatelor Române de la 1813	Manifestare cultural – educativa	Marcarea acestui moment istoric foarte important pentru poporul roman		În fiecare an, pe 24 Ianuarie/ organizat în colaborare cu Liceul „Cuza-Vodă” Huși.
3	14 FEBRUARIE	„Valentines day” concurs-spectacol pentru tineret, ; 24 februarie, „Dragobete”,	Manifestare cultural artistic-educativă	Tematică: Renunțăm la „Dragobete” pentru „Valentines day”? Ne reprezintă?		În fiecare an, pe 14 februarie/ spectacol organizat împreună cu Ansamblul „Trandafir de la Moldova”.
4	24 FEBRUARIE	„Dragobete”	Manifestare cultural artistică	Familiarizarea tinerilor cu obiceiurile		-În fiecare an, pe 24 februarie/

				românești		spectacol organizat împreună cu Ansamblul „Trandafir de la Moldova
5	1 – 8 MARTIE	-MARTIE- „Eternul feminin,,	Manifestare cultural – artistică Promovarea unei zile de importanță internațională	Sărbătorirea Zilei Internaționale a Femeilor		În fiecare an 1-8 Martie/ spectacol organizat împreună cu Ansamblul „Trandafir de la Moldova
6	APRILIE	„Culori pascale,,	Manifestare cultural – educativă	Familiarizarea tinerilor (mai cu seamă a elevilor care participă la activitatea din atelier) cu tradiția încondeierii ouălor și a altor obiceiuri pascale		În fiecare an, cu două săptămâni înainte de Paști/in colaborare cu artисти plastici (Dan Horgan)
7	Aprilie	„Noi și teatrul,, - Spectacole de teatru;	Manifestare cultural educativă	Familiarizarea tinerilor cu teatrul		În fiecare an /in colaborare cu Liceul „Cuza-Vodă” Huși, Colegiul Agricol „ Dimitrie Cantemir,, Huși și Teatrul „Victor Ion Popa,, Vaslui
8	Aprilie	„Minte sănătoasă în corp sănătos,,	Manifestare cultural educativă	-Crosul municipiului Huși - „Ioan Romila”, în Parcul „Cuza- Vodă”, concurs desfășurat pe grupe de vârste și premi;		În fiecare an /in colaborare cu Liceul „Cuza-Vodă” Huși și Colegiul Agricol „Dimitrie Cantemir,, Huși
9	9 MAI	Romania si Uniunea Europeana	Manifestare cultural – educativă	Stimularea tinerilor cu deprinderile vieții în		În fiecare an de 9 Mai/ colaborare cu Cercul

				societatea de astăzi.		Militar Huși, în Parcul Rodina;
10	MAI	Sărbătoarea „Armindenului”	Manifestare culturală - educativă	Întâlnire cu scriitori și personalități culturale ale municipiului		În fiecare an în luna Mai/ în colaborare cu scriitori și personalități culturale ale municipiului
11	1 IUNIE	SAPTAMANA COPILĂRIEI “Ochiul de copil reflecta întreg universul”	Manifestare culturală - educativ-artistică	Sărbătorirea zilei internaționale a copilului spectacol - concurs- Spectacol prezentat de Ansamblul de copii „Trandafir de la Moldova”;		În fiecare an de 1 iunie/ realizat în colaborare cu: grădinițele și școlile din localitate, Clubul elevilor Huși, Primăria municipiului Huși și Consiliul Local Municipal;
12	26 IUNIE	Ziua Drapelului Național al României	Manifestare culturală - educativă	Stimularea tinerilor cu deprinderile vieții în societatea de astăzi.		În fiecare an de 26 iunie/ în colaborare cu Cercul Militar Huși
13	26 IULIE	Ziua Imnului	Manifestare culturală - educativă	Stimularea tinerilor cu deprinderile vieții în societatea de astăzi.		În fiecare an de 26 iulie / realizat în colaborare cu: grădinițele și școlile din localitate, Clubul elevilor Huși
14	23 AUGUST	„Festivalul Pamfarelor”	Manifestare Culturală - artistică	Promovarea obiceiurilor tradiționale		În fiecare an de 23 august / realizat în colaborare cu: Centrul de Creație Vaslui și Consiliul Județean Vaslui
15	20 SEPTEMBRIE	„Toamna Culturală Hușeană”	Manifestare culturală - educativă	Salonul de grafică satirică		În fiecare an de 20septembrie

				„Damigenius”		/ realizat în colaborare cu: Centrul de Creație Vaslui, Consiliul Local Huși și Primăria Municipiului Huși
16	OCTOMBRIE	„ZIUA PENSIONARULUI”	Aniversare	Sărbătorirea zilei internaționale a pensionarilor - Organizarea seriei festive		În fiecare an în luna octombrie/ realizat în colaborare cu: Consiliul Local Huși, Primăria Municipiului Huși și Asociația pensionarilor din Municipiul Huși
17	OCTOMBRIE	„Zilele Hușilor,,	Manifestare cultural artistic-educativă - Spectacol folcloric - Târg popular meșteșugăresc	Promovarea interpretărilor de muzică populară și ușoară pe plan județean, național județean Promovarea meșteșugurilor tradiționale		În fiecare an în luna octombrie/ realizat în colaborare cu: Consiliul Local Huși și Primăria Municipiului Huși, Centrul de Creație Vaslui și Consiliul Județean Vaslui
18	Noiembrie	„Toamna Culturală Huseana”	Manifestare cultural artistic-educativă	Manifestări: expoziții, simpozioane, lansări de carte, spectacole de teatru		În fiecare an în luna octombrie/ realizat în colaborare cu: Biblioteca „Mihai Ralea”

19	NOIEMBRIE	“Alaiul obiceiurilor de iarna” - confectionare de masti si costume pentru datini si obiceiuri de Anul Nou-	Manifestare cultural – educativa -atelier de lucru -creatie-	Crearea atmosferei de sărbătoare, cunoaşterea tradițiilor despre sărbătorile de iarnă	În fiecare an în luna noiembrie/ realizat în colaborare cu: Centrul de Creație Vaslui și membrii Ansamblului „Trandafir de la Moldova,,
20	1 DECEMBRIE	“E ziua nationala a Romaniei”	Manifestare cultural – educativa SIMPOZION	Împunerea sentimentului de unitate națională în sufletul și mintea vasluienilor	În fiecare an în luna Decembrie/ realizat în colaborare cu: Biblioteca „Mihai Ralea”
21	24-31 DECEMBRIE	“La cumpana dintre ani...”	Promovarea datinilor si obiceiurilor de iarna locale	Crearea atmosferei de sărbătoare, cunoaşterea tradițiilor despre sărbătorile de iarnă, spectacol concurs de colinde	În fiecare an în luna decembrie/ în colaborare Primăria Municipală, Liceul „Cuza-Vodă”, Colegiul „Dimitrie Cantemir” Huși, școlile generale

Proiecte noi propuse spre realizare:

Nr crt	Programul	Tipul proiectului	Denumirea proiectului	Devizul estimat	Scurtă descriere	Observații comentarii concluzii
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
		Proiecte mici	Înregistrarea unui CD cu repertoriul Ansamblului Folcloric „Trandafir de la Moldova,, acreditarea acestuia la UCMR-ADA, popularizarea acestuia și punerea în vânzare	20.000,00 lei	Înregistrarea acestuia la structurile autorizate duce la încasarea dreptului de autor (venituri proprii) și la mediatizarea activității ansamblului.	
		Proiecte medii	Flora,, Hușilor,, Manifestare cultural artistic inclusă în „ Zilele Hușului,,	30.000,00 lei	Invitarea tuturor ansamblurilor din zonă perntru sustinerea de momemte artistice și evidedențierea paletii folclorice a zonei în care ne aflăm.	
		Proiecte mari	Dotarea Casei de cultura cu material de practica culturală, mijloace fixe și obiecte de inventar	50.000,00 lei	Materiale necesare desfășurării activităților specifice (ocasionale și permanente) echipamente audio - video, instrumente musicale, costume	

					populare etc	
	Total:	Total :		Total:	Total: 100.000,00 lei	

Casa de Cultură va organiza cursuri cu caracter permanent:

- cursuri de „barman-ospătar-bucătar”;
- cursuri de dansuri populare;
- cursuri de instrumente populare;
- cursuri de chitară și pian

Casa de Cultură va sprijini, promova și populariza toate manifestările culturale organizate de către celelalte instituții din municipiu: Biblioteca „Mihai Ralea”, Episcopia Hușilor, Colegiul „Cuza-Voda”, Colegiul „Dimitrie Cantemir”, Clubul Elevilor, grădinițele și școlile generale, alte organizații și asociații culturale.

întocmit,

Alexa Cătălina



F. Previzionarea evoluției economico-financiare a instituției publice de cultură, cu o estimare a resurselor financiare ce ar trebui alocate de către autoritate, precum și a veniturilor instituției ce pot fi atrase din alte surse

Proiectul de buget de venituri și cheltuieli pe perioada managementului:

crt.	Categorii	Perioada managementului				
		2017	2018	2019	2020	2021
1.	2	3.	4.	5.	6.	7.
1.	TOTAL VENITURI, din care:	696,00	728,00	750,00	755,00	760,00
1.a.	venituri proprii, din care:	63,00	78,00	95,00	95,00	105,00
1.a.1.	venituri din activitatea de bază surse atrase	10,00	20,00	20,00	20,00	25,00
1.a.2.		20,00	25,00	40,00	40,00	45,00
1.a.3.	alte venituri proprii	33,00	33,00	35,00	35,00	35,00
1.b.	subvenții/alocații	628,00	640,00	640,00	640,00	630,00
1.c.	alte venituri	5,00	10,00	15,00	20,00	25,00
2.	TOTAL CHELTUIELI, din care:	696,00	728,00	750,00	755,00	760,00
2.a.	cheltuieli de personal, din care:	300,00	310,00	330,00	335,00	330,00
2.a.1.	cheltuieli cu salariile	230,00	235,00	255,00	260,00	255,00
2.a.2.	alte cheltuieli de personal	70,00	75,00	75,00	75,00	75,00
2.b.	cheltuieli cu bunuri și servicii, din care:	389,00	395,00	392,00	392,00	402,00
2.b.1.	cheltuieli pentru proiecte	50,00	50,00	61,50	61,50	61,50
2.b.2.	cheltuieli cu colaboratorii	30,00	40,00	41,50	41,50	44,50
2.b.3.	cheltuieli pentru reparații	143,00	212,50	204,50	204,50	212,50
2.b.4.	cheltuieli de întreținere	6,00	6,50	14,50	14,50	7,00
2.b.5.	alte cheltuieli cu bunuri și servicii	160,00	86,00	70,00	70,00	76,50
2.c.	cheltuieli de capital	7,00	23,00	28,00	28,00	28,00

Dacă sunt atinși indicatorii de performanță, atunci numărul de beneficiar direcți și indirecti va crește semnificativ.

2.1. la sediu;

Anul de referință	2017	2018	2019	2020	2021
Număr de beneficiari neplătitori	150 beneficiari/zi	250 beneficiari/zi	300 beneficiari/zi	350 beneficiari/zi	400 beneficiari/zi
Număr de beneficiari plătitori	150 beneficiari/zi	250 beneficiari/zi	300 beneficiari/zi	350 beneficiari/zi	400 beneficiari/zi

2.2. în afara sediului.

Anul de referință	2017	2018	2019	2020	2021
Număr de beneficiari neplătitori	3.000 beneficiari/an	3500 beneficiari/an	3.500 beneficiari/an	4.000 beneficiari/an	4.500 beneficiari/an
Număr de beneficiari plătitori	3.500 beneficiari/an	4.000 beneficiari/an	4.000 beneficiari/an	4.500 beneficiari/an	5.000 beneficiari/an

3. Programul minimal estimat pentru perioada de management aprobată

Nr. crt.	Program	Scurtă descriere a programului	Nr. proiecte în cadrul programului	Denumirea proiectului	Buget prevăzut pe program (lei)
1.	2.	3.	4.	5.	6.
Primul an de management					
1.	Proiecte mici	Înregistrarea unui CD cu repertoriul Ansamblului Folcloric „Trandafir de la Moldova,, acreditarea acestuia la UCMR-ADA, popularizarea acestuia și punerea în vânzare	1	„Flori de suflet,,	20.000,00 lei
2.	Proiecte medii	Manifestare culturală artistică inclusă în „Zilele Hușului,, Invitarea tuturor ansamblurilor din zonă pentru susținerea de momente artistice și evidedențierea paletelor folclorice a zonei în care ne aflăm.	2	Hora „Hușilor”	30.000,00 lei

3.	Proiecte mari	Dotarea Casei de cultura cu material de practica culturală, mijloace fixe și obiecte de inventar (materiale necesare desfășurării activităților specifice (ocasionale și permanente) echipamente audio-video, instrumente muzicale, costume populare etc.	1	„Trecut și contemporaneitate,,	50.000,00 lei
Al doilea an de management					
1.	Proiecte mici	Înființarea unui atelier de țesătorie. Confectionarea a 100 ml de covor țărănesc cu motive tradiționale zonei noastre. Expunerea acestuia în cadrul manifestării „Toamna culturala Hușeana”	2	„Să nu uităm tradiția,,	25.000,00 lei
2.	Proiecte medii	Manifestare cultural artistică inclusă în „Zilele Hușului,, Invitarea tuturor ansamblurilor din zonă pentru susținerea de momente artistice și evidedențierea paletii folclorice a zonei în care ne aflăm.	2	Hora „Hușilor,,	30.000,00 lei
3.	Proiecte mari	Editarea unei reviste de specialitate cultural – educativă. Cuprinsul să conțină aspecte	2	„Actualitatea Hușeana,,	35.000,00 lei

		culturale, sociale, , sănătate, învățământ. Ca apariție – anuală. Revista va fi distribuită cu ocazia manifestărilor culturale din agenda instituției.			
Al treilea an de management					
1.	Proiecte mici	Înființarea unui atelier de țesătorie. Confecționarea a 100 ml de covor țărănesc cu motive tradiționale zonei noastre. Expunerea acestuia în cadrul manifestării „Toamna culturala Hușeana”	2	„Să nu uităm tradiția,,	25.000,00 lei
2.	Proiecte medii	Manifestare cultural artistică inclusă în „ Zilele Hușului,, Invitarea tuturor ansamblurilor din zonă pentru sustinerea de momente artistice și evidențierea paletii folclorice a zonei în care ne aflăm.	2	<i>Hora</i> „ Hușilor,,	30.000,00 lei
3.	Proiecte mari	Editarea unei reviste de specialitate cultural – educativă. Cuprinsul să conțină aspecte culturale, sociale, , sănătate, învățământ. Ca apariție – anuală. Revista va fi distribuită cu ocazia manifestărilor culturale din agenda instituției.	2	„Actualitatea Hușeana,,	35.000 lei
Al patrulea an de management					
1.	Proiecte mici	Înființarea unui atelier de țesătorie. Confecționarea a 100	2	„Să nu uităm tradiția,,	25.000,00 lei

39
39

		ml de covor țărănesc cu motive tradiționale zonei noastre. Expunerea acestuia în cadrul manifestării „Toamna culturala Hușeana”			
2.	Proiecte medii	Manifestare culturală artistică inclusă în „Zilele Hușului,” Invitarea tuturor ansamblurilor din zonă pentru susținerea de momente artistice și evidedențierea paletei folclorice a zonei în care ne aflăm.	2	<i>Hora „Hușilor,”</i>	30.000,00 lei
3.	Proiecte mari	Editarea unei reviste de specialitate cultural – educativă. Cuprinsul să conțină aspecte culturale, sociale, , sănătate, învățământ. Ca apariție – anuală. Revista va fi distribuită cu ocazia manifestărilor culturale din agenda instituției.	2	„Actualitatea Hușeana,”	35.000 lei
Al cincilea an de management					
1.	Proiecte mici	Înființarea unui atelier de țesătorie. Confectionarea a 100 ml de covor țărănesc cu motive tradiționale zonei noastre. Expunerea acestuia în cadrul manifestării „Toamna culturala Hușeana”	2	„Să nu uităm tradiția,”	25.000,00 lei

2.	Proiecte medii	Manifestare cultural artistică inclusă în „Zilele Hușului,” Invitarea tuturor ansamblurilor din zonă perntu susținerea de momemte artistice și evidedențierea paletii folclorice a zonei în care ne aflăm.	2	Hora „Hușilor,”	30.000,00 lei
3.	Proiecte mari	Ediția unei reviste de specialitate cultural – educativă. Cuprinsul să conțină aspecte culturale, sociale, , sănătate, învățământ. Ca apariție – anuală. Revista va fi distribuită cu ocazia manifestărilor culturale din agenda instituției.	2	„Actualitatea Hușeană,”	35.000 lei


Notă:

Programul minimal estimat pentru perioada de management aprobată, conține proiectele propuse pe parcursul celor cinci ani. În funcție de cerințele beneficiarilor, acesta va fi modificat și adaptat.

Anexez la prezentul Proiect de management cultural următoarele:

1. CAIET DE OBIECTIVE pentru concursul de proiecte de management organizat de Primăria municipiului Huși pentru Casa de Cultură „Alexandru Giugaru” Huși;
2. Anexa la CAIETUL DE OBIECTIVE pentru concursul de proiecte de management organizat de Primăria municipiului Huși pentru Casa de Cultură „Al. Giugaru” Huși – REGULAMENT de organizare și funcționare a Casei de cultură „Alexandru Giugaru” Huși;
3. ANEXA NR. 1 LA REGULAMENTUL de organizare și funcționare a Casei de cultură „Alexandru Giugaru” Huși- ORGANIGRAMA ;
4. ANEXA NR. 2 LA REGULAMENTUL de organizare și funcționare a Casei de cultură „Alexandru Giugaru” Huși- STAT DE FUNCȚII al personalului Casei de cultură „Alexandru Giugaru” Huși;

Întocmit,
Alexa Cătălina



BIBLIOGRAFIE

1. Codreanu, Theodor (coordonator): „ISTORIA HUȘILOR”, Editura PORTO-FRANCO, Galați , 1995
2. Moldoveanu, Maria (coordonator): „MANAGEMENTUL CULTURII - universul rural”, Editura EXPERT, trim. II 2000
3. Cursuri de management și marketing a Universității „Lucian Blaga” Sibiu
4. Strategia de dezvoltare locală a municipiului Husi pentru perioada programatică 2007 – 2013

ANEXA NR. 1
LA REGULAMENTUL
de organizare și funcționare a
Casei de cultură „Alexandru Giugaru” Huși

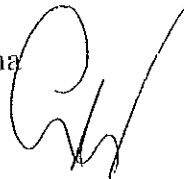
ORGANIGRAMA
Casa de cultură „Alexandru Giugaru” Huși

CONSILIUL LOCAL AL
MUNICIPIULUI HUȘI

.
.
.
.
.

Casa de cultură „Alexandru Giugaru” Huși	15
	1
	14

Întocmit,
Alexa Cătălina



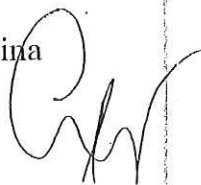
ANEXA NR. 2
LA REGULAMENTUL
de organizare și funcționare a
Casei de cultură „Alexandru Giurgaru” Huși

STAT DE FUNCȚII

al personalului Casei de cultură „Alexandru Giurgaru” Huși

Nr. Crt.	Funcția	Nivelul studiilor	Gradul / Treapta
1	Manager-Director- gradul II de salarizare	S	-
2	Director artistic	M	-
3	Economist	S	I
4	Referent	S	I
5	Referent	S	I
6	Referent	M	IA
7	Referent	M	IA
8	Referent	M	I
9	Referent	M	I
10	Referent	M	I
11	Referent	M	I
12	Referent	M	I
13	Referent	M	Debutant
14	Îngrijitor	-	-
15	Muncitor calificat	-	IV

Întocmit,
Alexa Cătălina



Președinte de ședință,
Sergiu Boeru



Secretarul Municipiului Huși,
jr. Monica Dumitrașcu

