

PITANJA: Stručni saradnik u javnim ustanovama kulture za historijsko-izlagačku djelatnost i digitalnu audio i video produkciju

1. Na koja dva glavna parametra producent mora obratiti posebnu pažnju prilikom procesa realizacije projekta?
2. Šta je to produkcija?
3. Koje su dvije najčešće metode producentskog pristupa prema miksu?
4. Koja je najzastupljenija postavka monitora za producenta?
5. Koji je prvi studio koji je uveo stereo sistem i kako su to uradili?
6. Šta je uloga limitera u muzičkoj produkciji?
7. Kako je izgledala najranija faza akustičnog perioda muzičke produkcije?
8. Koja dva faktora su olakšala polaznu točku muzičkih producenata u modernom periodu?
9. Šta termin „video“ označava u industrijskom smislu?
10. Šta je to Virtualna video-montaža?
11. Koje su najznačajnije forme ili modeli organizovanosti marketing aktivnosti?
12. Šta je SWOT analiza?
13. Na čemu se zasniva sistem marketinga?
14. Mrežno planiranje obuhvata:
15. Kome je za svoj rad odgovoran Stručni saradnik u javnim ustanovama kulture za historijsko-izlagačku djelatnost i digitalnu audio i video produkciju?
16. Ko je osnivač Javne ustanove Collegium artisticum?
17. Ko je organ rukovođenja u JU Collegium artisticum?
18. Odsustva sa rada koja se ne smatraju prekidom ugovora o radu?
19. Radno vrijeme od 40 sati sedmično raspoređuje se u skladu sa kolektivnim ugovorom i pravilnikom o radu na?
20. Šta se reguliše Pravilnikom o radu?

LISTA PROPISA I LITERATURA

- Ling Guan, Sun-Yuan Kung, Jan Larsen: *Multimedia image and video processing*, CRC Press, Boca Raton-London-New York-Washington, D.C., 2001, str. 391, 398
- Richard James Burgess: *The History of Music Production*, Oxford University Press, Oxford-New York, 2014, str. 16, 60.
- Russ Hepworth-Sawyer & Craig Golding: *What is Music Production?: A Producers Guide: The Role, The People, the Process*, Focal Press / Elsevier, Amsterdam-Boston-Heidelberg-London-New York-Oxford-Paris-San Diego-Franzisko-Singapore-Sydney-Tokyo, 2011, str. 141, 160, 234.
- Roeylzhaki: *Mixing Audio: Concepts, Practices and Tools*, Focal Press / Elsevier, Amsterdam-Boston-Heidelberg-London-New York-Oxford-Paris-San Diego-Franzisko-Singapore-Sydney-Tokyo, 2008, str. 89, 186, 335.
- Marketing menadžment istraživanja, dr. Vladimir Stojanović, 2018. Godina (drugo revidirano izdanje)

- *Kolektivni ugovor za djelatnost kulture u Kantonu Sarajevo ("Službene novine Kantona Sarajevo", broj 52/19 i 5/20)*
- [00206B940D58200115091119.pdf \(ks.gov.ba\)](http://www.pufbih.ba/v1/public/upload/zakoni/f0787-zakon-o-radu-precisceni-tekst.pdf) 52/19
- [00206B940D58200217093427.pdf \(ks.gov.ba\)](http://www.pufbih.ba/v1/public/upload/zakoni/f0787-zakon-o-radu-precisceni-tekst.pdf) 5/20 ispravka
- *Zakon o radu ("Službene novine FBiH", broj 26/16, 89/18)*
<http://www.pufbih.ba/v1/public/upload/zakoni/f0787-zakon-o-radu-precisceni-tekst.pdf>