



**KONCEPCE  
ROZVOJE NÁRODNÍHO  
ZEMĚDĚLSKÉHO MUZEA**

**2021–2024**

s výhledem do roku  
**2030**



## Obsah

<b>KLÍČOVÁ SLOVA</b> .....	4
<b>ÚVOD DO KONCEPCE – POSLÁNÍ A RÁMEC</b> .....	5
<b>METODICKÝ POSTUP</b> .....	7
<b>HLAVNÍ ZJIŠTĚNÍ ANALYTICKÉ ČÁSTI – SWOT ANALÝZA</b> .....	8
<b>VIZE</b> .....	10
<b>GLOBÁLNÍ CÍL</b> .....	10
<b>STRATEGICKÉ OBLASTI</b> .....	10
<b>STRATEGICKÉ CÍLE</b> .....	11
<b>DÍLČÍ CÍLE</b> .....	12
<b>PŘÍLOHA Č. 3 - ANALÝZA CÍLOVÝCH SKUPIN</b> .....	17
<b>PŘÍLOHA Č. 4 - PARTNERSKÉ SMLOUVY A MEMORANDA</b> .....	23
<b>POUŽITÉ ZDROJE</b> .....	27

### **Autorský tým:**

**Garant:** Ing. Zdeněk Novák

**Koordinace a zpracování:** Mgr. Naďa Machková Prajzová, Ph.D.

### **Spoluautoři:**

Ing. Petr Koudela, MgA. Aleš Seifert, Mgr. Lucie Střechová, Mgr. Antonín Šimčík, PhDr. Hana Urbancová, Ph.D.

Mgr. Ivan Berger, PhDr. Pavel Douša, Ph.D., Mgr. Tomáš Gec, Ing. Jiří Houdek, Ing. Vilém Křeček,  
Mgr. Lucie Kubásková, prof. Eduard Kubů, CSc., Ing. Vladimír Michálek, Ing. Josef Praks

### **Spolupracovali:**

Mgr. Kateřina Čapounová, Jana Jandová, Bc. Jana Jakubská, Ing. et Bc. Jana Melcrová, PhDr. Pavel Novák,  
Bc. Lenka Martinková, Lenka Riessnerová, Mgr. Jitka Taussiková, Ing. arch. Jana Valešová

**Revize textů:** Jana Kalášková, Mgr. Jitka Sobotková, Ph.D.

**Grafické zpracování:** MgA. Kateřina Závodová

# Vysvětlení použitých zkratk a pojmů

**AIMA** – Association Internationale des Musées d’Agriculture, Mezinárodní asociace zemědělských muzeí (International Association of Agricultural Museums)

**AMG** – Asociace muzeí a galerií České republiky, z. s.

**AOPK** – Agentura ochrany přírody

**BIM** – Informační model budovy (Building Information Modeling)

**BOZP** – Bezpečnost a ochrana zdraví při práci

**CES** – Centrální evidence sbírek muzejní povahy

**CMS** – Systém správy sbírek (Collection Management System)

**COVID-19** – koronavirové onemocnění 2019 (Coronavirus Disease 2019), kovid devatenáct

**ČR** – Česká republika

**ČZU** – Česká zemědělská univerzita

**databáze BACH** – evidenční systém firmy Bach systems s.r.o., (VadeMeCum), který využívá NZM pro evidenci svých podsbírek

**databáze EBSCO** – zdroj vědeckých informací pro humanitní a společenské obory

**DOV** – Dolní oblast Vítkovice

**DRKVO** – Dlouhodobá koncepce rozvoje výzkumné organizace

**EU** – Evropská unie

**EU Green deal** – Zelená dohoda pro Evropu je balíček opatření Evropské komise, který byl představen 11. prosince 2019 a který by měl občanům a společností v Evropské unii zajistit přechod na udržitelnější, ekologičtější hospodářství

**EUR** – euro – oficiální měna velké části evropských zemí

**generace Z** – skupina lidí narozených od poloviny 90. let 20. století do současnosti

**Gloria musaealis** – soutěž vyhlašovaná v souladu s ustanovením § 19 ods. 2 Nařízení vlády č. 5/2003 Sb., o oceněních v oblasti kultury, udělovaných Ministerstvem kultury

**GŘ** – generální ředitel

**Erasmus +** – program EU na podporu vzdělávání, odborné přípravy, mládeže a sportu v Evropě

**Horizon 2020** – rámcový program pro výzkum a inovace EU

**ICOM** – Mezinárodní rada muzeí (International Council of Museums)

**IROP** – Integrovaný regionální operační program – Ministerstvo pro místní rozvoj

**ITI** – integrované územní investice (Integrated Territorial Investments)

**ICT** – informační a komunikační technologie (Information and Communication Technology)

**IoT** – internet věcí (Internet of Things)

**IT** – informační technologie (Information Technology)

**MAS** – Místní akční skupiny

**Metodika17+** – Metodika hodnocení výzkumných organizací a hodnocení programů účelové podpory výzkumu, vývoje a inovací

**MMR** – Ministerstvo pro místní rozvoj

**MOOD** – marketingové-obchodní oddělení NZM

**MVS** – Meziknihovní výpůjční služba

**MZE** – Ministerstvo zemědělství

**MŽP** – Ministerstvo životního prostředí

**NAKI** – Program na podporu aplikovaného výzkumu a experimentálního vývoje národní a kulturní identity

**NIPOS** – Národní informační a poradenské středisko pro kulturu

**NM** – Národní muzeum

**NKÚ** – Nejvyšší kontrolní úřad

**NPÚ** – Národní památkový ústav

**NTM** – Národní technické muzeum

**NZM** – Národní zemědělské muzeum, s. p. o.

**OP IROP II** – operační program Integrovaný regionální operační program

**OP TAK** – operační program Technologie a aplikace pro konkurenceschopnost

**OPŽP** – Operační program Životní prostředí

**OVZ** – Oddělení pro veřejné zakázky, NZM

**program TPCA** – grantový program s cílem přispívat k rozvoji kolínského regionu

**program ZEMĚ** – Program aplikovaného výzkumu Ministerstva zemědělství na období 2017–2025, ZEMĚ

**PR** – Public relations [pí ár] volný překlad „vztahy s veřejností“

**s. p. o.** – státní příspěvková organizace

**SARS-CoV-2** – RNA koronavirus, který způsobuje onemocnění COVID-19 (Severe acute respiratory syndrome-related coronavirus)

**Sb.** – Sbírka zákonů

**smart farming** – chytré zemědělství

**SMARTER** současně jako chytřejší i jako S jak Specific – konkrétní, M – jako Measurable – měřitelný, A jako Achievable – dosažitelný, R jako Realistic – realistický, Time Specific – termínovaný, E jako Enjoyable – zábavný a R jako Reevaluate – opakovaně hodnotitelný

**SWOT** – SWOT je zkratka z anglického originálu, kde S = Strengths (Silné stránky), W = Weaknesses (Slabé stránky), O = Opportunities (Příležitosti), T = Threats (Hrozby)

**Third age** – generace seniorů

**UNESCO** – Organizace spojených národů pro vědu, vzdělání a kulturu (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization)

**v.v.i.** – veřejná výzkumná instituce

**Zemědělství 4.0** – termín pro nové trendy zahrnující větší zájem o precizní zemědělství, internet věcí (IoT) a používání třídění velkých dat pro větší efektivnost výživy rostoucí populace a změny klimatu, aneb 4. zemědělská revoluce, „chytré zemědělství“, digitalizace „tradičního“ odvětví

**Z** – viz generace Z

## Klíčová slova

Národní zemědělské muzeum – Ministerstvo zemědělství – strategie – vize – cíle – muzeum – zemědělství – management – sbírka – integrita – inovace – inspirace – profesionalizace – partnerství – udržitelnost – resilience – zodpovědnost – kurátorství – ochrana – muzejní komunikace – prezentace – krajina – venkov – věda a výzkum – znalosti – investice do lidí – aktiva – tradice.



## Úvod do Koncepce – poslání a rámec

Národní zemědělské muzeum zahájilo v roce 2015 proces tzv. „Oživování NZM“ díky schválení nové Strategie rozvoje Národního zemědělského muzea 2015–2020. V ní jasně definovalo svou ambici stát se „výkladní skříní rezortu“. Po fázi nezbytné stabilizace, nutné nejen s ohledem na katastrofální stav ekonomické agendy, ale i mimořádně problematickou situaci odborných agend a personální politiky, mohl proces Oživování pokročit k rozvojovým opatřením s cílem vrátit Národní zemědělské muzeum mezi významná muzea naší země. Není sporu o tom, že se tento cíl podařilo naplnit, a to vše za obrovské podpory zřizovatele, Ministerstva zemědělství. Národní zemědělské muzeum je v roce 2020 uznávanou národní institucí, aplikující moderní muzeologické trendy, přitahující návštěvníky, nabízí nově vybudované atraktivní, dynamické expozice, řadu výstav a akcí, aktivně se podílí na výzkumných projektech a je partnerem řady odborných institucí, veřejné správy a podniků. Jako jedna z mála muzejních institucí v ČR buduje síť poboček a spolupracujících institucí díky Síti zemědělských muzeí, kterou iniciovalo, ve všech krajích. Je vědecko-výzkumnou institucí, komunikující jedno z klíčových témat celé společnosti – fenomén zemědělství, bez kterého by civilizace nedosáhla současné úrovně. Věnuje se aktuální problematice udržitelnosti, otázkám klimatického vývoje a s tím souvisejícím klíčovým změnám v oboru, který je potřebný k zajištění obživy lidí na naší planetě. Muzeu se daří komunikovat tato témata atraktivní formou a čísla návštěvnosti svědčí o tom, že dokázalo zaujmout. Muzeum postupovalo při transformaci velmi rychle a dokázalo stabilizovat interní procesy i zrealizovat řadu rozvojových investičních akcí – rekonstrukci hlavní budovy v Praze, vybudování nové pobočky v Ostravě, nového centrálního depozitáře v Čáslavi, i opravu pobočky ve Valticích. Nyní je tedy nezbytné analyzovat ušlou cestu a promýšlet další směřování Národního zemědělského muzea pro nadcházející období.

Muzeum je veřejná instituce, která slouží společnosti a jejímu rozvoji. Vůči ní má zodpovědnost za uchování dědictví, které získává, odborně zpracovává, zprostředkovává, spravuje ... za účelem vzdělávání, studia a potěšení<sup>1</sup>. Prostřednictvím své sbírky přispívá Národní zemědělské muzeum k utváření objektivního vztahu společnosti k zemědělským oborům a jejich tradici. Muzeum je tedy tradiční veřejná instituce, financovaná z veřejných zdrojů, jejíž základní určení stanoví zřizovatel, Ministerstvo zemědělství.

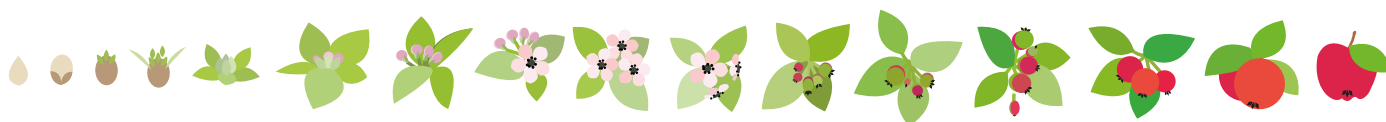
<sup>1</sup> <http://icom-czech.mini.icom.museum/icom/definice-muzea/>

Moderní Národní zemědělské muzeum svou VIZÍ respektuje klíčové body návrhu, jenž byl předložen jako nová, neschválená muzejní definice, která byla diskutována na generální konferenci ICOM 2019 v Kyotu, a současně chce participovat na udržitelném rozvoji Evropské unie, v souladu s jejími strategickými cíli s ohledem na změnu klimatu. Národní zemědělské muzeum chce přispívat k tomu, aby společná Evropa byla chytřejší, zelenější, propojenější a blíže občanům. Společnost 21. století bude čelit řadě nových výzev, jakými jsou rostoucí spotřeba, urbanizace, virtualizace, změna klimatu, rostoucí technologická dostupnost a digitalizace, stárnutí obyvatel a aktuálně dopady pandemie, a to vše v atmosféře zápasu o zdroje, které po období nadměrné exploatace získávají svou novou důležitost. Ve velké míře roste význam uchování know-how, tradičních společenských i odborných kompetencí a dovedností lidstva díky virtualizaci světa. Voda, klima a zemědělství však zůstávají nezpochybnitelnými základními hodnotami pro přežití civilizace.

NZM proto vnímá svou roli právě v tomto širokém kontextu, jelikož jedině tímto způsobem neztratí svou aktuálnost, atraktivitu a hodnotu pro společnost, stejně jako to dokázalo v období první Československé republiky. Jen taková muzea, která budou inovativní, spolupracující, učící se a oslovující veřejnost napříč, budou schopna obstát v digitalizující se společnosti v postpandemické situaci.

Národní zemědělské muzeum má díky šíři svého záběru velký prostor přispívat k cílům udržitelné Agendy 2030. Národní zemědělské muzeum se zaměří na sociální, kreativní, inovativní, technologické a participativní aspekty své práce. Realistickou strategií je strategie udržitelnosti, která dokáže reagovat na proměnlivou společenskou poptávku doby postcovidové a hospodářství usilující o přechod k nízkouhlíkové ekonomice s pravděpodobnými změnami priorit veřejných financí.

**Cílem je resilience: dynamická odolnost, schopnost přizpůsobit se, přijmout novou realitu, a přitom neztratit ze zřetele základní poslání muzea.**



Grafická podoba Koncepce byla vytvořena s respektem k tematice zemědělství a paralele růstu, klíčení a zrání. Ztvárněný koncept tak symbolizuje „zasetí“ myšlenek, práci spojenou s jejich růstem a očekávání „sklizené plodů“, které ocení návštěvníci, posluchači, čtenáři a zřizovatel NZM.

# Metodický postup

Proces tvorby strategie byl založen jednak na participaci napříč institucí, jednak na zapojení řady expertů a odborníků na problematiku rozvoje muzeí a kulturních institucí v rámci ČR. Cílem bylo vytvořit kvalitní strategický materiál, který bude přijat jak napříč institucí, tak klíčovými stakeholdery, aby na jeho realizaci existovala shoda a každý participant následně přispíval k naplnění stanovených cílů. Koncepce rozvoje NZM vychází z návrhu Koncepce činnosti Národního zemědělského muzea<sup>2</sup>, dále Strategie resortu Ministerstva zemědělství ČR s výhledem do roku 2030<sup>3</sup> a navazuje na Strategii rozvoje NZM na roky 2015–2020<sup>4</sup>. Opírá se také o Metodiku přípravy veřejných strategií<sup>5</sup>, koncepční dokumenty Ministerstva kultury a Úřadu vlády ČR a všechny potřebné strategické materiály na krajských a městských úrovních.

Analytická část dokumentu vychází z dat produkovaných institucí, z výročních zpráv, interních směrnic, příkazů ředitele, informací uvedených na webových stránkách, šetření na místě a rozhovorů s vybranými pracovníky NZM. SWOT analýza je přehledným materiálem pro hodnocení faktorů, které ovlivňují úspěšnost organizace a výchozím materiálem, který sloužil jako podklad pro další jednání tak, aby výsledná podoba definovaného komplexního hodnocení instituce byla maximálně objektivní a konsensuální. I proto bylo třeba zapojit celý široký tým a formou spolupráce specifikovat jednotlivé faktory, které jsou relevantní a specifické. Proces tvorby dokumentu byl verifikován vstupy náměstků generálního ředitele pro řízení jednotlivých sekcí a ředitelů poboček, kteří slabé a silné stránky, příležitosti a hrozby identifikovali pro svoje svěřené oblasti, a také od jednotlivých pracovníků NZM. Závěry byly dále ověřeny v rámci procesu participace interního pracovního týmu. Na základě oslovení všech zaměstnanců instituce došlo ke sběru dat od aktivních pracovníků, kteří se účastnili připomínkování a materiál doplnili, verifikovali či vyvrátili analyzované skutečnosti. Do procesu ověřování, formulování cílů a připomínkování materiálu byl zapojen kromě interního také externí tým zřízený pro tuto příležitost generálním ředitelem. Proběhly tři setkání interního pracovního týmu a čtyři setkání externího pracovního týmu. V rámci NZM tak probíhaly průběžné konzultace, zpracovávání dílčích podkladů a revidování závěrů na různých úrovních.

Silné stránky, kterých má NZM celou řadu a které NZM posouvají z průměru, se týkají schopností, dovedností, znalostí, potenciálu, jedinečného know-how, unikátnosti tématu a kompetence zaměstnanců. Jasně pojmenování slabých stránek pomůže vidět problémy jasněji a efektivněji pracovat na jejich odstranění ve prospěch celé instituce. Příležitosti jsou definovány vnějším kontextem a při jejich správném uchopení, v kombinaci s odstraněním slabých stránek či jejich překlopením na silné, se může NZM do roku 2030 stát jedním z nejúspěšnějších muzeí ČR s globálním impaktem, které určuje trendy, je udržitelné a inovativní. NZM má k tomuto trendu jednoznačně nakročeno.

Návrhová část směřuje k naplnění vize Národního zemědělského muzea. Díky participativnímu procesu došlo ke shodě na vizi NZM do roku 2030 a globálního cíle. Byly popsány strategické oblasti, sada strategických cílů a opatření.

Proces participace probíhal v rámci instituce od října do poloviny prosince 2020. Dne 16.12.2020 na 7. poradě poboček generální ředitel vyslovil poděkování za aktivní spolupráci na návrhu koncepce a informoval o záměru ocenit spolupráci mimořádnou odměnou, a to včetně zaměstnanců mimo pracovní tým, kteří se sami aktivně zapojili. Návrh koncepce byl na poradě poboček schválen. Rada muzea na 38. jednání konaného dne 16. prosince 2020 v NZM doporučila předložit zřizovateli ke schválení návrh Koncepce rozvoje Národního zemědělského muzea, s.p.o., 2021–2024, s výhledem do roku 2030. Materiál byl schválen na poradě vedení č. 27/2021 konané dne 13. července 2021 v Kolegiu ministra.

2 Zpracoval a MZE předložil Ing. Zdeněk Novák v rámci výběrového řízení na pracovní místo generálního ředitele Národního zemědělského muzea.

3 <http://eagri.cz/public/web/mze/ministerstvo-zemedelstvi/koncepce-a-strategie/strategie-resortu-ministerstva-1.html>

4 <https://www.nzm.cz/file/14d4c42e576f628f73754130985cd1f6/1282/Strategie-NZM-2015.pdf>

5 <https://www.mmr.cz/cs/microsites/portal-strategicke-prace-v-ceske-republice/nastroje-a-metodicka-podpora/vystupy-projektu>

# Hlavní zjištění analytické části – SWOT analýza

	S – silné stránky	W – slabé stránky
<b>Vnitřní prostředí (atributy organizace)</b>	<p>Unikátní specializovaná sbírka</p> <p>Nejstarší specializované veřejné lovecké muzeum na světě</p> <p>Moderní centrální depozitář</p> <p>Aplikovaný muzeologický koncept</p> <p>Ověřený koncept prezentace hlavní budovy NZM přitahující návštěvníky</p> <p>Atraktivní koncept živých expozic</p> <p>Schopnost generovat oceňované výstavy a expozice</p> <p>Tematicky unikátní lektorské programy</p> <p>Akce „vstupné zdarma“ do 18 ti let a pro rezortní pracovníky</p> <p>Aplikování Interního grantového systému pro VaV</p> <p>Podpora studentských vědeckých prací</p> <p>Konsolidované vědecké periodikum Prameny a Studie</p> <p>Respektovaný vrcholový management</p> <p>Realizace investičních projektů</p> <p>Založení a vybudování Sítě zemědělských muzeí</p> <p>Celonárodní spolupráce s dalšími institucemi</p> <p>Komunitní role NZM v Praze</p>	<p>Nedokončený proces kvalitního uložení a evidence sbírkových předmětů</p> <p>Absence koncepčního řešení péče o sbírky včetně řízení rizik</p> <p>Neexistence strategie digitalizace a digitalizačního pracoviště</p> <p>Nízká podpora managementu odborných agend</p> <p>Nedostatečná dokumentace současnosti</p> <p>Nízká dostupnost sbírky<sup>6</sup></p> <p>Nevyužívaný systém dynamických expozic</p> <p>Nedostatečné zapojení výstavní rady do muzejní komunikace a její složení</p> <p>Nedostatečně využívaná spolupráce s profesními skupinami</p> <p>Nedostatečná nabídka pro zahraniční návštěvníky</p> <p>Chybně chápaná a uplatňovaná role muzejního marketingu</p> <p>Kolísající kvalita služeb pro návštěvníky a badatele na odpovídající úrovni<sup>7</sup></p> <p>Nejednotná komunikace instituce</p> <p>Personální poddimenzovanost instituce zejména v odborných agendách</p> <p>Nedostatečný a nevyhovující stav interních procesů<sup>8</sup></p> <p>Nevyhovující nastavení systému řízení<sup>9</sup></p> <p>Nedostatečně aplikovaný systém bezpečnostních postupů</p> <p>Absence informačního systému instituce</p> <p>Absence facility managementu</p> <p>Nízká míra zapojení do zahraniční spolupráce</p>

<sup>6</sup> Zahrnuje digitalizace v širokém slova smyslu.

<sup>7</sup> Zahrnuje chybějící restauraci, kvalitní muzejní obchod, kvalitní sociální zázemí, kavárnu, badatelnu, veřejnou knihovnu apod.

<sup>8</sup> Zahrnuje v praxi těžce aplikovatelný systém směrnic, nevyhovující stav serverů a sítě, spisové služby apod.

<sup>9</sup> Zahrnuje zařazení vědy a výzkumu pod sekretariát, nejasně stanovené standardy pro výkon funkcí, nedostatečně nastavený systém vertikálního řízení, formálně nastavený evaluační systém, nízkou míru firemní kultury, organizační řád apod.



	O – příležitosti	T – hrozby
Vnější prostředí (atributy prostředí)	Nové finanční období 2021+	Nestabilita politických priorit
	Pokračující nastavení národních dotačních titulů	Financování muzeí s ohledem na celonárodní vývoj situace SARS-CoV-2
	Podpora projektů v oblasti znalostní, digitální, kreativní ekonomiky a bezpečnosti	Opakující se období uzavírání muzeí z důvodu pandemické situace
	Rostoucí zájem veřejnosti, zvyšující se návštěvnost	Změna nastavení dotačních titulů
	Existence unikátní Chotkovské knihovny	Změna preference návštěvníků
	Rostoucí zájem o outdoorové expozice a aktivity	Nezájem profesních skupin o spolupráci
	Zájem profesních skupin na aktivitách NZM	Vandalismus, žhářství <sup>11</sup>
	Zájem členů Sítě zemědělských muzeí o spolupráci	Přírodní katastrofy
	Generální konference ICOM 2022, předsednictví ČR v EU 2022	Kyber-útoky a útoky v digitálním světě <sup>12</sup>
	Spolupráce zemědělských muzeí v rámci platformy AIMA	
	Rozvoj digitalizace společnosti a nárůst nových technologií	
	Rostoucí poptávka po nových kompetencích pro nový trh práce <sup>10</sup>	
	Orientace na aktuální trendy zemědělství	
	Změna klimatu	
	Rostoucí blahobyt společnosti	
	Prioritizace tématu moderního a lokálního zemědělství ve společnosti	
	Zájem významných partnerů a podporovatelů o instituci	
Zamýšlená změna muzejní legislativy		

**Z celé analýzy vyplývá, že slabé stránky a popisované problémy souvisí s do této doby ne zcela stabilizovaným vnitřním systémem instituce. S ohledem na úsilí NZM v uplynulém období úspěšně se otevřít veřejnosti, oživit základní funkce a dostat se mezi přední národní muzejní instituce, byly upozaděny interní procesy a důraz na muzeum a jeho hlavní roli. Relevance byla získávána přes PR a muzejní komunikaci a postupně s růstem prestiže a atraktivity rostl zájem a pochopení zřizovatele, a tedy i objem finančních prostředků na růst zaměstnanců, další investice a akce. V nadcházejícím období je nutné tento deficit narovnat, aby se úsilí muzea soustředilo na sbírku a její komunikaci a role kurátorů a restaurátorů byla postavena do popředí z důvodu zajišťování kvalitních muzejních produktů a komunikace tématu zemědělství a života. Takový přístup je vhodný také z důvodu resilience instituce i s ohledem na postcovidovou situaci. Orientace na vnitřní růst umožní růst celé instituce.**

<sup>10</sup> Jako např. kreativita, spolupráce, schopnost řešit problémy.

<sup>11</sup> [https://www.idnes.cz/liberec/zpravy/stavba-roku-jablonec-nad-nisou-obri-krystal-vandal-statisice-rodice.A201020\\_101044\\_liberec-zpravy\\_jape](https://www.idnes.cz/liberec/zpravy/stavba-roku-jablonec-nad-nisou-obri-krystal-vandal-statisice-rodice.A201020_101044_liberec-zpravy_jape)

<sup>12</sup> <https://centrumkyberbezpecnosti.cz/utoky-hackeru-behem-pandemie-vzrostly/>

# VIZE

*Národní zemědělské muzeum je moderní, otevřenou, globální a resilientní institucí, která prezentuje tradici, současnost a budoucnost zemědělství jako strategického odvětví pro společnost. Zachycuje klíčové proměny a výzvy v oborech spojených se zemědělstvím, venkovem a tradicemi. Posiluje lokální a rozvíjí širší identitu, vede k respektu ke kulturní krajině a zemědělským profesím. Vzdělává pro život v souladu s přírodou a s respektem k jejím (i dosud nepoznaným) zákonitostem. Podporuje kritické a otevřené myšlení a aplikuje inovativní přístup k řízení muzea. Je muzeem SMARTER<sup>13</sup> a LOWCARBON.*

*Národní zemědělské muzeum je atraktivní a funkční. Investuje do lidí a znalostí. Chrání svá aktiva.*

## Globální cíl

Národní zemědělské muzeum je SMARTER muzeem ve všech oblastech své činnosti. Ve vztahu ke svým základním rolím a s ohledem na klimatickou změnu rozvíjí své návštěvníky, stakeholdery, veřejnost i zaměstnance. Je vzorem pro světová zemědělská muzea v komunikaci zemědělství jako existenciálního fenoménu formujícího vývoj lidstva v minulosti, současnosti i budoucnosti.

## Strategické oblasti

Pro definování strategických oblastí byl zvolen teoretický přístup<sup>14</sup>, který rozděluje teoretickou muzeologii na další disciplíny.

**Selekce** – tedy první fáze procesu hledání „sbírkového“ předmětu, rozpoznávání hodnot předmětu na základě kvalifikovaného vědeckého výzkumu a schopnostech kurátorů porozumět okolnímu světu. Jedná se o vyhodnocení a rozpoznání, zda má předmět pro budoucí generace vypovídající hodnotu o fenoménu, který chceme zachytit a je nositelem informací, kterou chceme předat. To vše je založeno na hlubokých znalostech problematiky, znalosti existující sbírky a širokém kontextu okolních souvislostí.

**Tezaurace** – proces vytváření, dokumentace a péče o vytvořenou sbírku, bezpečné uložení předmětů a to jak „elektronické“, tedy formou kvalitní evidence, tak fyzické uložení předmětů zohledňující průběžnou a systematickou péči o ně z hlediska preventivní konzervace a potřebných zásahů: konzervace, restaurování. To vše v kontextu kvalitního prostředí moderních depozitářů.

**Muzejní komunikace** představuje veškeré výstupy muzea na veřejnosti, zpřístupnění sbírky širokému publiku, zprostředkování znalostí o sbírce a schopnosti zprostředkovat práci a výstupy muzea atraktivní formou, ať už v podobě výstav, publikací, přednášek, ale třeba také edukačních programů či zahraniční spolupráce.

13 SMARTER současně jako chytrý i jako S jak Specific – konkrétní, M – jako Measurable – měřitelný, A jako Achievable – dosažitelný, R jako Realistic – realistický, Time Specific – termínovaný, E jako Enjoyable – zábavný a R jako Reevaluate – opakovaně hodnotitelný.

14 Zbyněk Z. Stránský, Úvod do muzeologie. Brno 1972.

**Institucionalizace** je celkový rámec fungování muzea založený na efektivním a udržitelném nakládání s veřejnými prostředky a vytvářením kvalitního prostředí pro pracovníky instituce, kdy hlavní roli hraje silný leadership a schopnost řídit procesy, lidi a systém v rámci kvalitního managementu.

## Strategické cíle

- A. SMARTER sbírka (selekce a tezaurace): rozumět světu, rozpozná, co je důležité pro další generace a dokáže pečovat o svěřené hodnoty.
- B. SMARTER komunikace (muzejní komunikace): vyprávět atraktivní příběhy.
- C. SMARTER instituce: zodpovědně vést a řídit.

Strategický cíl A: Být leadrem ve vývoji a aplikování moderních muzeologických trendů a smysluplně využívaných technologií pro muzejní práci.

*NZM je špičkovou muzejní institucí, která klade důraz na aplikování muzeologických konceptů práce na nejvyšší úrovni a je využívána pro rozvoj specializovaných zemědělských věd. Sleduje poslední trendy a spravuje sbírku s ohledem na principy odborné správy sbírky prostřednictvím kurátorů za pomoci nejmodernějších technologií. Otevře prostor pro kritický výzkum sbírkových předmětů a metod správy informací s ním spojených.*

Strategický cíl B: Umožnit efektivní sdílení informací, znalostí a poznatků o historii, současnosti a budoucnosti zemědělství a souvisejících oblastí poznání na základě promyšlené práce se sbírkou.

*NZM dokáže atraktivně a srozumitelně vyprávět příběhy, které prezentují zemědělství jako elementární fenomén lidstva, a to jak v rámci České republiky, tak globálně. Bere ohled na potřeby jednotlivých cílových skupin, které zná a respektuje. Je otevřenou, partnerskou institucí.*

Strategický cíl C: Nastaví promyšlený a efektivní systém řízení celé instituce s ohledem na udržitelnost a nízkouhlíkovou politiku a vysokou resilienci.

*NZM je řádným hospodářem, smysluplně a promyšleně vynakládá veřejné prostředky s ohledem na klimatické změny a výzvy budoucnosti, dokáže pružně reagovat na změny díky nastaveným procesům. Instituce je řízena transparentně, je respektováno základní poslání muzea a kompetence jednotlivých zaměstnanců, kteří jsou podporováni k růstu a přizváni ke spolupráci. Klíčovou roli hraje leadership a excelence.*

# Dílčí cíle

## A. SMARTER sbírka (selekce a tezaurace)

**Strategický cíl: být leadrem ve vývoji a aplikování moderních muzeologických trendů a smysluplně využívaných technologií pro muzejní práci akcentující potenciál sbírkových předmětů.**

- A.1 Vytvořit efektivní collection management system.
- A.2 Zajistit efektivní ochranu sbírky souborem metodických a fyzických opatření včetně interních kontrolních mechanismů.
- A.3 Nastavit metodiku ochrany tradičního know-how.
- A.4 Posílit internacionalizaci vědy a výzkumu v oblasti muzeologie a dalších vědních oborech souvisejících se zaměřením NZM.

### Opatření:

- A.1 Nastavit jednotné řízení sbírky NZM (včetně knihovního fondu a archivního fondu).  
Vytvořit tým pro vývoj konceptu SMARTER evidence Sbírk.  
Zpracovat SMARTER koncept evidence a zpřístupnění Sbírk kompatibilní se standardy Europeana.  
Implementovat SMARTER koncept evidence a zpřístupnění Sbírk.  
Posílit orientaci sbírkotvorné činnosti na současnost a trendy.
- A.2 Implementovat plán zajištění bezpečnosti sbírky včetně krizového řízení.  
Přípravit logistický plán přesunu sbírkových předmětů a nastavit systém jejich uložení.  
Dokončit přesun sbírkových předmětů z Kačiny do Čáslavi včetně kompletní evidence.  
Vybudovat restaurátorské pracoviště a zázemí pro restaurátory a kurátory.  
Zabezpečit fungování termokomor.  
Vytvořit preparátorské pracoviště.
- A.3 Přípravit metodiku ochrany nemateriálního kulturního dědictví, které nespadá pod gesci NÚLK.  
Vybudovat kompetenční centrum pro uchování a identifikaci zanikajících dovedností a know-how, např. pro podporu kulturních a kreativních průmyslů.  
Poskytovat metodické, poradenské a konzultační služby v péči o nemateriální kulturní dědictví.
- A.4 Zrušit opatření omezující kvalitu výstupů VaV.  
Posílit tým oddělení VaV.  
Nastavit a přijmout opatření vedoucí k zapsání Pramenů a Studií do databáze SCOPUS.  
Vybudovat fyzickou i virtuální badatelnu v Praze, případně na dalších pobočkách.

## B. Komunikace SMARTER komunikace

**Strategický cíl B: Umožnit efektivní sdílení informací, znalostí a poznatků o historii, současnosti a budoucnosti zemědělství, a souvisejících oblastí lidského života na základě promyšlené práce se Sbírkou.**

- B.1 Aplikovat znalosti, zejména s využitím hodnot sbírkových předmětů, statků nemateriálního kulturního dědictví, zanikajících dovedností a know-how do formy atraktivních muzejních produktů, které budou resilientní a orientované na potřeby jednotlivých cílových skupin.
- B.2 Implementovat funkční marketing do plánování a řízení muzejní komunikace na úrovni vrcholového managementu.
- B.3 Posílit a rozšířit muzejní edukaci.
- B.4 Vytvořit funkční, inspirativní a bezpečné prostředí pro své klienty/komunity a jejich příjemné trávení volného času.
- B.5 Posílit partnerskou a zahraniční spolupráci.

Opatření:

- B.1
  - I.
    - Vybudovat expozici Lesnictví v Praze.
    - Vybudovat expozici Potravinářství v Praze.
    - Zřídit novou pobočku NZM v Českých Budějovicích.
    - Realizovat velké tematické celomuzejní výstavy.
    - Připravit plán využívání konceptu dynamických expozic a aplikovat jej u všech expozic.
    - Realizovat výroční konferenci věnovanou odkazu A. Švehly v roce 2023.
    - Realizovat outdoorové výstavy a produkty.
  - II.
    - Připravit programový záměr objektu České Budějovice a realizovat ho.
    - Připravit programový záměr rozvoje NZM Ohrada a realizovat ho.
    - Připravit programový záměr rozvoje NZM Kačina a realizovat ho.
    - Připravit programový záměr rozvoje činnosti NZM Čáslav a realizovat ho.
    - Připravit programový záměr rozvoje činnosti NZM Ostrava a realizovat ho.
  - III.
    - Vybudovat helpdesk pro potřeby kulturních a kreativních průmyslů.
    - Vytvořit odborné zázemí pro agroturistiku jako součást kulturních a kreativních průmyslů.
    - Vybudovat kontaktní místo pro MŽP a AOPK a MMR a Czechtourism v rámci NZM.
- B.2
  - Centralizovat oddělení marketingově-obchodní.
  - Centralizovat aktivity tiskové mluvčí a PR.
  - Připravit analýzu potřeb cílových skupin z hlediska široké participace.
  - Vytvořit systém pro přípravu inovativních muzejních produktů.

- B.3 Zajistit celomuzejní působení edukace.  
Rozšířit edukační programy na cílové skupiny SŠ, VŠ a seniory.  
Připravit produkty s ohledem na COVID-19.  
Připravit jednotnou strategii edukace.  
Vyčlenit vhodné prostory pro edukaci v rámci NZM.  
Vytvořit virtuální prostor pro muzejní edukaci v NZM.  
Dovybavit NZM edukačními pomůckami.
- B.4 I.  
Realizovat tzv. Muzejní náměstí – vyřešit plochu kolem NZM.  
Realizovat investiční akce na hlavní budově včetně atraktivní a funkční restaurace.  
Vybudovat odpočinkové plochy v objektech NZM.  
Dokončit dostavbu areálu Čáslav.  
Připravit investiční záměr objektu České Budějovice a realizovat ho.  
Připravit investiční záměr objektu Ohrada a realizovat ho.  
Připravit investiční záměr objektu Kačina a realizovat ho.  
Připravit investiční záměr objektu Ostrava a realizovat ho.
- II.  
Připravit jazykové a haptické mutace výstupů.  
Vybavit přednáškové sály pro účely pořádání akcí, eventů a mezinárodních konferencí.  
Realizovat nový koncept muzejního obchodu.  
Vytvořit atraktivní muzejní produkty pro zahraniční návštěvníky.
- B.5 I.  
Oslovit všechny krajské samosprávy, MAS, vedení měst a obcí, institucí a dalších stakeholderů, kde pobočky NZM sídlí, s nabídkou spolupráce.  
Připravit koncept spolupráce se Sítí zemědělských muzeí, stanovit zodpovědného pracovníka za realizaci.  
Analyzovat potenciál partnerských smluv, identifikovat možnosti spolupráce a realizovat ji.  
Rozvíjet spolupráci s Potravinářskou komorou, Národním památkovým ústavem, ČZU – Fakultou lesnickou a dřevařskou, pracovištěm konzervace přírodnin a taxidermie a dalšími klíčovými stakeholdery jednotlivých příbuzných oborů.
- II.  
Oslovit AIMA s nabídkou spolupráce: konference 2023.  
Zajistit podmínky pro organizaci akcí spojených s předsednictvím ČR v EU 2022 a Generální konference ICOM v srpnu 2022.

## C. SMARTER instituce

**Strategický cíl C: Nastavit promyšlený a efektivní systém řízení celé instituce s ohledem na udržitelnost a nízkouhlíkovou politiku a vysokou resilienci.**

- C.1 Uplatnit chytré řízení všech procesů v instituci s využitím všech dat.
- C.2 Realizovat promyšlenou personální politiku směřující k Investors in People.<sup>15</sup>
- C.3 Realizovat jednotnou politiku komunikace dovnitř i navenek.
- C.4 Zajistit bezpečnost pro všechny procesy a objekty instituce (včetně ochrany měkkých cílů, eliminace hybridních hrozeb a zajištění kybernetické bezpečnosti).

### Opatření

- C.1
  - I.
    - Vybudovat SMARTER pracoviště pro práci se sbírkou.
    - Zpracovat a implementovat dílčí koncepce pro efektivní collection management system, facility management a asset management.
    - Zpracovat a implementovat koncepci pro zavedení BIM.
    - Optimalizovat majetkové vztahy.
    - Realizovat pravidelný monitoring grantových příležitostí a mapování finančních možností.
  - II.
    - Vytvořit a implementovat koncepci pro rozvoj ICT v souladu s Informační koncepcí MZe pro období 2020–2025.
    - Vybudovat jednotný informační návštěvnický systém.
    - Aplikovat propojení vnitřních systémů a nastavit funkční komunikaci instituce.
    - Vytvořit IS pro řízení všech agend NZM včetně spisové služby.
- C.2
  - I.
    - Navrhnout úpravu zřizovací listiny (zřízení pobočky v Českých Budějovicích)
    - Aktualizovat Organizační řád s důrazem na odstranění neurčitosti kompetencí a centralizaci řízení.
    - Personálně posílit stav kurátorů a restaurátorů s příslušnými kompetencemi a pravomocemi, vytvořit pozice preparátorů, posílit spolupráci s externími kurátory.
    - Jasně vymezit a posílit pozici kurátorů a restaurátorů při plnění základní role muzea.
    - Redefinovat agendu produkčního oddělení jako oddělení produkce výstav, akcí a publikací a začlenit ho pod sekci muzeologie coby součást muzejní komunikace.
    - Optimalizovat způsob řízení přípravy výstupů muzejní komunikace – expozice, výstavy, akce, publikace, lektorské programy – aktualizací vnitřních předpisů.
    - Vyčlenit pracovníka na partnerskou spolupráci s institucemi a podniky v rámci oddělení dokumentace současnosti.
    - Vyčlenit oddělení vědy a výzkumu ze sekretariátu generálního ředitele.
    - Posílit Výstavní radu o externí členy.
    - Centralizovat agendu facility managementu.

---

15 <https://www.investorsinpeople.com>

II.

Vytvořit plán dalšího vzdělávání zaměstnanců a jeho implementace.

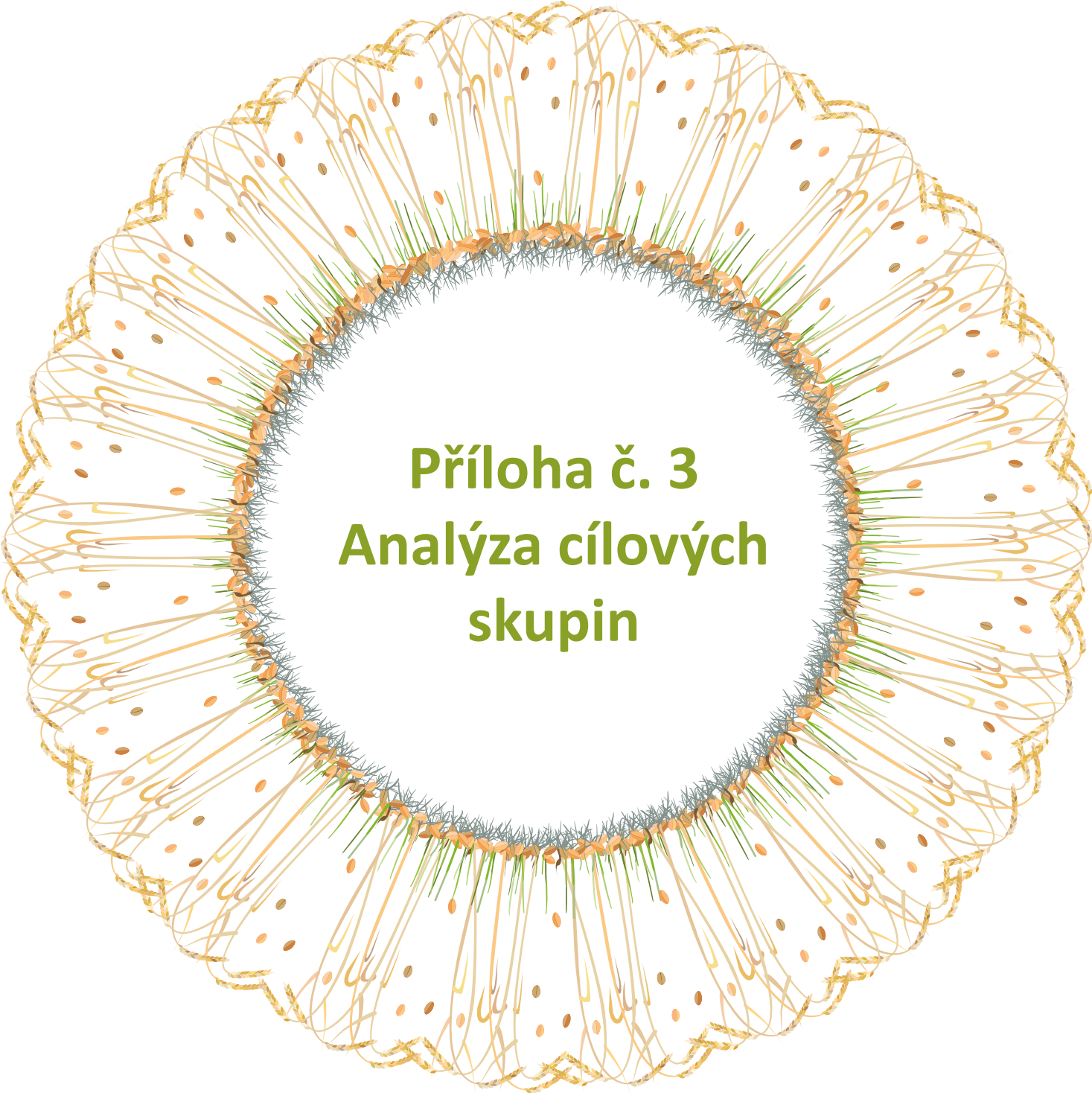
Zajistit pravidelné školení zaměstnanců dle schválených ročních plánů v oblastech zvyšování kompetencí v oblasti muzeologických agend, agend provozně-ekonomických, jazykové oblasti, IT apod.

Vytvořit motivační systém hodnocení zaměstnanců.

- C.3 Zadat vnitřní audit k revizi jednotné komunikace instituce, grafiky a společného vizuálu. Přizvat ke spolupráci experty na PR. Sestavit plán kroků potřebných k zajištění jednotné komunikace a vizuálního stylu. Uvést jednotnou komunikaci a společný vizuál do praxe.
- C.4 Sestavit tým pro krizové řízení. Aktualizovat směrnice o krizovém řízení a bezpečnosti ve všech oblastech. Identifikovat rizika v oblasti měkkých cílů. Identifikovat rizika v oblasti kybernetické bezpečnosti. Významně zvýšit ochranu dat v instituci – modernizace serverů, sítí a dalšího vybavení včetně prvků IoT. Zpracovat a implementovat koncepci bezpečnosti NZM.







**Příloha č. 3**  
**Analýza cílových**  
**skupin**

# Analýza cílových skupin

**Tab. 1 Návštěvníci**

Název cílové skupiny	Požadavky ze strany NZM	Očekávání cílové skupiny	Způsob komunikace – nástroje pro oslovení cílové skupiny
Rodiny s dětmi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Maximalizace počtu návštěv</li> <li>- Doporučování dalším díky spokojenosti</li> <li>- Platba za vstupné, doplňkové služby, speciální programy apod.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kvalitní a přátelské služby za dostupnou cenu</li> <li>- Zážitek pro děti</li> <li>- Zábava, poučení</li> <li>- Možnost vyzkoušet si, naučit se, pochopit – interaktivní exponáty, animace atd.</li> <li>- Doplňkový servis (čisté WC, přebalovací pult, šatna, posezení s možností počkat s menším dítětem)</li> <li>- Kavárna či občerstvení po celý rok</li> <li>- Delší provozní doba ve všední dny</li> <li>- Na pobočkách regionální témata</li> <li>- Zvýhodněné vstupné pro rodiny s dětmi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Webové stránky</li> <li>- Sociální sítě</li> <li>- Youtube</li> <li>- Speciální leták pro rodiny s dětmi</li> <li>- Inzerce ve vybraných médiích</li> <li>- Prezentace na jiných akcích pro tuto cílovou skupinu</li> <li>- TZ a Media relations s relevantními médii</li> </ul>
Školní skupiny	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vyplnění volných návštěvnických hodin – všední dny dopoledne</li> <li>- Prezentace muzea mladší generaci – mnozí jsou u nás jako v takovém typu instituce poprvé</li> <li>- Prezentace muzea jako zdroje poznání, práce s prameny atd.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lektorské služby s aktivním zapojením dětí</li> <li>- Cenová dostupnost</li> <li>- Návaznost na školní vzdělávací program, zřetelná nabídka témat</li> <li>- Pracovní listy vč. přípravy pro pedagoga</li> <li>- Nabídka tematických vzdělávacích publikací</li> <li>- Wi-Fi pro práci s internetem</li> <li>- Možnost uložení věcí, pracovní prostor, prostor pro svačinku</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Přímé oslovení</li> <li>- dopisy, letáky</li> <li>- Budování osobních vazeb mezi pedagogy a rodiči na straně jedné a muzejními zaměstnanci v čele s muzejními pedagogy na straně druhé</li> <li>- Odborná periodika</li> <li>- Odborné veletrhy</li> <li>- Prostřednictvím předmětových komisí</li> <li>- Prostřednictvím zřizovatele, resp. odborů školství</li> <li>- Media relations s relevantními médii</li> <li>- Vzdělávací akce pro pedagogy</li> </ul>
Senioři	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Opakovaná návštěva, zprostředkování návštěvy mladším generacím – vnukům, pravnučkám</li> <li>- Návštěva organizovaných skupin</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Odbornost, zajímavé informace, přednášky</li> <li>- Cenová dostupnost</li> <li>- Komfortní kulturní prostředí, posezení v každém patře výtah, bezbariérový pohyb, zřetelná navigace</li> <li>- Možnost setkávání</li> <li>- Občerstvení po celý rok (ne nápojové automaty)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Inzerce</li> <li>- Internet</li> <li>- Senior kluby, univerzita 3. věku</li> <li>- Media relations s relevantními médii</li> <li>- Prezentace v domovech pro seniory</li> </ul>

Návštěvníci akcí	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Prezentace muzea lidem, kteří muzeum chápou jako zastaralou instituci</li> <li>- Prezentace vybraného tématu atraktivní formou</li> <li>- Podpora komunitního života</li> <li>- Podpora prezentace jednotlivých oblastí zemědělství v návaznosti na denní život – např. zahrádkářské trhy, zabijačka</li> <li>- Zvýšení počtu návštěvníků, tržby</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Zábava</li> <li>- Gastronomie</li> <li>- Cenově zajímavé nabídky</li> <li>- Exkluzivita nabízeného tématu nebo soutěže</li> <li>- Kvalita daná odbornou garancí muzea</li> <li>- Program akce</li> <li>- Workshopy a další možnosti aktivního zapojení</li> <li>- Zázemí – posezení, uložení věcí, toalety, přehledný harmonogram a navigace</li> <li>- Parkování</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Plakáty</li> <li>- Lokální periodika</li> <li>- Internet</li> <li>- Plán akcí na celý rok</li> </ul>
Zahraniční turisté	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Zvýšit návštěvnost</li> <li>- Zařadit se mezi místa doporučená k návštěvě</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Zajímavá témata, která nemají doma (u nás například totalita, zahraniční osobnosti v českých dějinách)</li> <li>- Dostupnost informací v angličtině či dalším jazyku (vícejazyčné expozice, audioprůvodci atd.)</li> <li>- Zařazení informací do kontextu</li> <li>- Unikátní „české“ zážitky</li> <li>- Standardní úroveň doplňkových služeb (platby kartou, rezervace termínů, uložení věcí atd.)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Webové stránky</li> <li>- Instagram, Pinterest, Snapchat</li> <li>- cestovatelské portály</li> <li>- ubytovací portály</li> <li>- oslovení prostřednictvím institucí, s nimiž NZM pracuje na poli VaV, příhraniční spolupráce</li> </ul>
Ostatní návštěvníci	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Maximalizace návštěv</li> <li>- Zařazení NZM mezi muzea, která by člověk měl alespoň jednou navštívit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Zajímavé informace a souvislosti</li> <li>- Časově omezené výstavy a akce, možnosti vidět určitý exponát atd.</li> <li>- Služby a servis na úrovni</li> <li>- Nové výstavy, poučení</li> <li>- Kulturní prostředí</li> <li>- Služby pro specifické skupiny (zrakově, sluchově, pohybově znevýhodnění návštěvníci)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Webové stránky</li> <li>- Sociální sítě</li> <li>- Youtube</li> <li>- Inzerce ve vybraných médiích</li> <li>- Prezentace na jiných akcích pro tuto cílovou skupinu</li> <li>- TZ a Media relations s relevantními medii</li> </ul>

**Tab. 2 Odborná veřejnost, resortní instituce, zájmová sdružení, partneři**

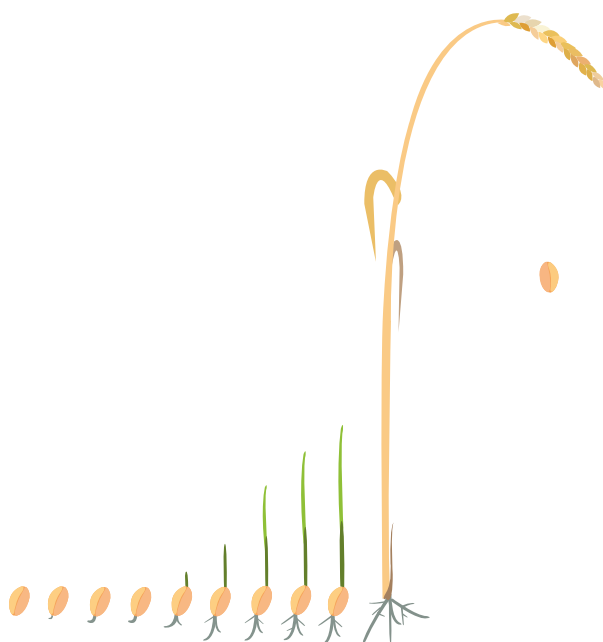
Název cílové skupiny	Požadavky ze strany NZM	Očekávání cílové skupiny	Způsob komunikace
MZE a resortní instituce	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Spolupráce na přípravě akcí, expozic, výstav – finanční i odborná</li> <li>- Spolupráce na vývoji doplňkových služeb vztahujících se k tématu</li> <li>- Spolupráce na přípravě lektorských programů</li> <li>- Pronájem prostor muzea pro vlastní akce</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kvalitní produkt, který je důstojným reprezentantem daného oboru i instituce NZM</li> <li>- Návštěvnicky atraktivní prezentace daného oboru</li> <li>- Prezentace směrem ke zřizovateli</li> <li>- Spolupráce na přípravě krátkodobých výstav</li> <li>- Přednáškové cykly v NZM</li> <li>- Vědecké projekty</li> <li>- Propagace na sociálních sítích</li> <li>- Reprezentativní tiskoviny</li> <li>- Prezentace jejich aktivit uvnitř muzea – viz SZIF a prezentace partnerů v kontaktní zóně</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Individuální oslovování</li> </ul>
Svazy, komory a jiné zastřešující organizace	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Spolupráce na přípravě akcí, expozic, výstav – finanční i odborná</li> <li>- Spolupráce na vývoji doplňkových služeb vztahujících se k tématu</li> <li>- Spolupráce na přípravě lektorských programů</li> <li>- Pronájem prostor muzea pro vlastní akce</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Prezentace daného oboru veřejnosti a to jako atraktivního způsobu zábavy či zaměstnání</li> <li>- Prezentace důležitosti oboru směrem k resortu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Individuální oslovování, oslovování větších zájmových sdružení – komory atd.</li> <li>- Odborné časopisy, veletrhy</li> <li>- Internet</li> </ul>
Radnice, kraj Hlavní město Praha	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Podpora aktivit NZM vyžadujících spoluúčast – např. zábor prostranství</li> <li>- Zařazení muzea mezi instituce prezentované krajem, městem</li> <li>- Využití prezentačních kanálů partnera</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Spoluúčast muzea na akcích města, kraje</li> <li>- Edukační program a zajímavé využití pro obyvatele města/kraje</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Osobní</li> </ul>
Vzdělávací instituce a ostatní partneři	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hledání společných projektů, v nichž se zemědělství prolíná s jinými obory – technika, historie, medicína</li> <li>- Spolupráce na přípravě expozic</li> <li>- Krátkodobé výstavy</li> <li>- Přednáškové cykly</li> <li>- Pronájmy pro vlastní akce</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Prezentace důležitosti daného oboru – např. v návaznosti na zemědělství, akcentace vlastních zájmů</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vytipovávání možných partnerů a individuální oslovování</li> <li>- Odborná periodika</li> <li>- Odborné veletrhy</li> </ul>
Fandové oborů (neorganizovaní zahrádkáři, modeláři, milovníci jídla, vína, piva, slow food aj.)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Šíření informací o NZM prostřednictvím sítí a osobních kontaktů</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kvalitní produkty, zábava, přístup ke specializovaným datům</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Individuální</li> <li>- Sociální sítě</li> </ul>

**Tab. 3 Donátoři, pronájmy**

Název cílové skupiny	Požadavky ze strany NZM	Očekávání cílové skupiny	Způsob komunikace
MZE	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Financování provozu a rozvoje NZM</li> <li>- Podpora aktivit muzea – morální, mediální</li> <li>- Nadstranickost</li> <li>- Spolupráce na přípravě akcí, expozic, výstav – finanční i odborná</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Prezentace zemědělského resortu</li> <li>- Prezentace instituce</li> <li>- Spolupráce na resortních projektech, akcích</li> <li>- Vědecká činnost</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reprezentativní tiskoviny</li> <li>- Webové stránky</li> <li>- Sociální sítě</li> <li>- Youtube</li> </ul>
Vyhlašovatelé projektů výzkumu a dalších dotací	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Zajímavý a nový obsah, témata rezonující veřejností,</li> <li>- Unikátní informace bez balastu senzace</li> <li>- Přednášky, akce pro veřejnost, spolupráce na propagaci</li> <li>- Spolufinancování výstav, expozic, odborná garance aktuálních zemědělských témat</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Zvýšení bonifikace díky zajištění partnera humanitního zaměření v projektech aplikovaného výzkumu</li> <li>- Diseminace výsledků projektu směrem k široké veřejnosti</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Osobní</li> </ul>
Nájemci konferenčních prostor a pořadatelé akcí	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nájemné, úhrady za tzv. společné náklady</li> <li>- Prezentace</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Operativní jednání ze strany muzea, vstřícnost, pomoc při jednání s dotčenými správci (např. při pořádání akcí), přehled o lokalitě</li> <li>- Útulné, komfortní prostředí, standardní služby, kvalitní servis ze strany NZM – šatny, Wi-Fi, občerstvení + prohlídka expozic jako přidaná hodnota</li> <li>- Malá administrativa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Odborné veletrhy, nabídkové katalogy</li> </ul>
Dárci, sponzoři	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Finanční pomoc</li> <li>- Dary</li> <li>- Další formy pomoci – zajištění služeb, technické řešení atd.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rozvoj sbírek</li> <li>- Podpora expozic</li> <li>- Podpora speciálních programů (např. vstupné zdarma pro děti a mládež)</li> <li>- Podpora vzdělávacích programů</li> <li>- Prezentace spolupráce</li> <li>- Propagace partnera</li> <li>- Účast na prestižních akcích</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Osobní</li> </ul>
Ostatní partneři	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hledání společných projektů, v nichž se zemědělství prolíná s jinými obory – technika, historie, medicína</li> <li>- Spolupráce na přípravě expozic</li> <li>- Výstavy</li> <li>- Přednáškové cykly</li> <li>- Pronájmy prostor muzea pro své aktivity</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Prezentace důležitosti daného oboru – např. v návaznosti na zemědělství, akcentace vlastních zájmů</li> <li>- Operativní jednání</li> <li>- Zvýšení kreditu spojením s prestižní institucí</li> <li>- Medializace jejich témat</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Akce pro veřejnost</li> <li>- Odborná periodika</li> <li>- Odborné veletrhy</li> <li>- Internet</li> <li>- Inzerce</li> </ul>

**Tab. 4 Média, mediální partneři**

Název cílové skupiny	Požadavky ze strany NZM	Očekávání cílové skupiny	Způsob komunikace
Média	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Informování o akcích, expozicích a výstavách muzea</li> <li>- Využívání znalostí kurátorů jako odborného zdroje</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Zajímavá a nová témata</li> <li>- Odborné zázemí, informace z historie, časová kontinuita</li> <li>- Rychlost poskytnutých informací, kontaktní osoba</li> <li>- Ochota při poskytování informací</li> <li>- Zajímavý foto materiál</li> <li>- Nabídka atraktivních témat v rámci zaměření muzea</li> <li>- Společné generování témat</li> <li>- Atraktivní prostředí k natáčení – expozice, střecha apod.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tiskové zprávy</li> <li>- Individuální oslovování na základě vybraných témat</li> <li>- Sociální sítě</li> <li>- Tiskové konference a speciální akce pro novináře (snídaně, media tripy, zážitkové aktivity, vzdělávací semináře apod.)</li> </ul>
Mediální partneři	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Informování o akcích a expozicích muzea</li> <li>- Využívání znalostí kurátorů jako odborného zdroje</li> <li>- Podpora marketingových kampaní</li> <li>- Tvorba speciálních pořadů</li> <li>- Možnost využití publikovaných materiálů o NZM</li> <li>- Dlouhodobá navazující spolupráce</li> <li>- Zvýšení kredibility akcí (image muzea) a zajištění jejich medializace</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Zajímavá a nová témata</li> <li>- Odborné zázemí, informace z historie, časová kontinuita</li> <li>- Exkluzivita informací</li> <li>- Rychlost poskytnutých informací, kontaktní osoba</li> <li>- Ochota při poskytování informací</li> <li>- Vstupenky a další dárky do soutěží</li> <li>- Prezentace jejich jména v atraktivních a navštěvovaných prostorech muzea</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Individuální oslovování na základě vybraných témat</li> <li>- Pravidelná setkání se zajímavými hosty a tématy</li> </ul>





**Příloha č. 4**  
**PARTNERSKÉ SMLOUVY**  
**A MEMORANDA**

# PARTNERSKÉ SMLOUVY A MEMORANDA<sup>16</sup>

## 1. Memoranda o spolupráci

### 1.1 Resortní organizace

Instituce	Číslo smlouvy	Příkazce
Státní pozemkový úřad	SML251/007/2017	MOOD
Ústav zemědělské ekonomiky a informací, s. p. o.	SML177/007/2018	MOOD
Výzkumný ústav živočišné výroby, v.v.i.	SML1/007/2018	MOOD
Výzkumný ústav rostlinné výroby, v.v.i.	SML39/007/2018	MOOD
Podpůrný a garanční rolnický a lesnický fond	SML90/007/2017	MOOD
Výzkumný ústav potravinářský Praha, VÚPP centrum transferu	SML307/007/2017	MOOD
Státní zemědělský intervenční fond	SML200/006/2019	MOOD
Ústřední kontrolní a zkušební ústav	SML329/006/2020	MOOD

### 1.2 Ostatní organizace

Instituce	Číslo smlouvy	Příkazce
Spolek českého zemědělského muzea	SML301/006/2020	MOOD
Pracovní společnost nástavkových včelařů CZ, z. s.	SML319/006/2020	MOOD
Česká chuťovka	SML309/006/2020	MOOD
Národní síť Zdravých měst České republiky	SML72/006/2020	MOOD
Asociace lesních školek	SML52/006/2020	MOOD
Klub českých turistů Praha	SML7/006/2020	MOOD
EDA cz, z. ú.	SML244/006/2019	MOOD
Výstaviště České Budějovice, a.s.	NZM/2020/1554	MOOD
Slezská univerzita v Opavě – pobočka Ostrava	SML/56/012/2018	NZM Ostrava
Colour Production spol. s r.o.	SML117/012/2017	NZM Ostrava
NPÚ, územní odborné pracoviště v Ostravě	SML268/012/2017	NZM Ostrava
Dolní oblast Vítkovice, Kofola Československo, a.s., BeePartner a.s.	SML316/012/2018	NZM Ostrava

## 2. Konkrétní předmět spolupráce

Instituce	Předmět spolupráce	Číslo smlouvy	Příkazce
Česká zemědělská univerzita	Laboratoř ticha	SML149/006/2019	MOOD
Výzkumný ústav rostlinné výroby	Plodiny (políčko) na střeše NZM	SML48/006/2019	MOOD
Česká asociace ochrany rostlin	Lékaři rostlin	SML356/006/2020	MOOD
Česká společnost rostlinolékařská	Lékaři rostlin	SML300/006/2020	MOOD
ČAZV	Lékaři rostlin	SML294/006/2020	MOOD
ÚKZÚ	Lékaři rostlin	SML289/006/2020	MOOD
VÚRV	Lékaři rostlin	SML299/006/2020	MOOD
Město Čáslav	spolupráce s NZM Čáslav	SML169/100/2019 SML96/100/2019 Obě smlouvy jsou o spolupráci NZM a Města Čáslav – dopravní hřiště	NZM Čáslav

16 Pracovní materiál k 19. 11. 2020.



Plzeňský prazdroj, a.s.	50 let pivovaru Radegast v Nošovicích	SML54/012/2020	NZM Ostrava
Český svaz chovatelů, z.s., Městská organizace Praha	Selský dvorek NZM Praha	SML132/007/2020	OVZ
Prague City Tourism a.s.	Spolupráce V Praze jako doma	SML217/006/2020	MOOD
Jihočeské zemědělské muzeum	Sít zemědělských muzeí	SML117/007/2018	MOOD
Město Znojmo	Provozování Expozice pivovarnictví	SML121/400/2016	NZM Valtice + MOOD
EKO-KOM, a. s.	Recyklační koutek v expozici Gastronomie	SML248/006/2020	Produkce
EKO-KOM, a. s.	Vzdělávací program	SML189/006/2020	Produkce
Asociace kuchařů a cukrářů, z.s.	Kurzy vaření	SML17/006/2019	Produkce
Město Valtice	Smlouva o spolupráci	164/400/2014	NZM Valtice
NPÚ	Smlouva o spolupráci	222/400/2014 38/400/2016	NZM Valtice
Farmet	Depozitář zemědělské techniky	SML147/012/2020	NZM Ostrava
SKF	Depozitář zemědělské techniky	SML161/012/2020	NZM Ostrava
Colour Production, spol. s r.o.	Colours of Ostrava	SML118/012/2017	NZM Ostrava

### 3. Mediální spolupráce

Deklarace o spolupráci Český rozhlas	SML238/006/2020
--------------------------------------	-----------------

### 4. V přípravě

- Klub českých turistů ČR – memorandum o spolupráci (turistické tematické stezky) (MOOD)
- Národní hřebčín Kladruby nad Labem + NPÚ – expozice Slatiňany (administruje MOOD)
- Vítkovice, a. s. – spolupráce v DOV (NZM Ostrava)
- Lesy ČR – expozice Lesnictví v NZM Praha (Provozní oddělení)

### 5. Sít zemědělských muzeí (příkazce vždy MOOD)

Název muzea	Kraj	Číslo smlouvy
Archeologické muzeum v přírodě / Villa Nova Uhřetov	Královéhradecký	63/006/2019
Babiččin dvoreček Licibořice	Pardubický	62/006/2019
Blatnické muzeum	Jihomoravský	315/007/2018
Centrum Třeboňského rybníkářského dědictví v Domě Štěpánka Netolického	Jihočeský	67/007/2018
Dobrovická muzea, o.p.s.	Středočeský	298/007/2017
Dřevák – Návštěvnické centrum dřevařství	Plzeňský	320/007/2018
Dům historie Přešticka	Plzeňský	161/007/2018
Centrum tradičních řemesel – Statek Bernard Královské Poříčí Fotomuzeum řemesel	Karlovarský	212/007/2018

Historie mlynářství a starých zemědělských strojů – Pouskův mlýn	Plzeňský	209/007/2018
Hornické muzeum Příbram (Skanzen Vysoký Chlumeč/ Muzeum Špýchar Prostřední Lhota)	Středočeský	34/007/2018
Hrad Roštejn	Vysočina	262/007/2018
Chadimův mlýn mlynářské muzeum	Vysočina	109/006/2019
Chmelařské muzeum Žatec	Ústecký	227/007/2017
Interaktivní muzeum starokladubského koně Švýcárna	Pardubický	326/007/2018
Jihočeské zemědělské muzeum o.p.s.	Jihočeský	275/007/2017
Ležnický skanzen	Karlovarský	64/006/2019
Městské muzeum a galerie Vodňany	Jihočeský	45/007/2018
Městské muzeum Loreta	Královéhradecký	332/007/2018
Minimuzeum másla a chleba	Liberecký	260/007/2018
Mlýn Dřevíček	Královéhradecký	331/007/2018
Muzeum a galerie Mlejn	Moravskoslezský	70/006/2019
Muzeum a galerie severního Plzeňska v Mariánské Týnici, p.o.	Plzeňský	211/007/2018
Muzeum a informační centrum Vedrovice	Jihomoravský	323/007/2018
Muzeum a obrazárna špejchar Želeč	Jihočeský	86/007/2018
Muzeum Bojkovska	Zlínský	67/006/2019
Muzeum Českého ráje v Turnově – Dlaskův statek	Liberecký	226/007/2018
Muzeum historických vozidel, staré zemědělské techniky, řemesel a modelů	Jihočeský	266/007/2017
Muzeum Chalupění Radeč	Královéhradecký	322/007/2018
Muzeum Jana Amose Komenského v Uherském Brodě	Zlínský	73/006/2019
Muzeum Janecký Chotoviny	Jihočeský	306/007/2017
Muzeum každodennosti	Plzeňský	263/007/2018
Muzeum krojů a zapomenutých řemesel Plzeňského kraje	Plzeňský	102/007/2018
Muzeum lidových pálenic	Zlínský	65/006/2019
Muzeum mlynářství, pekařství, zemědělství	Jihočeský	274/007/2017
Muzeum Nové Strašecí	Středočeský	78/007/2018
Muzeum obce Žarošice	Jihomoravský	74/006/2019
Muzeum obilnářství Skočice	Jihočeský	80/007/2018
Muzeum Olomouckých tvarůžků	Olomoucký	72/006/2019
Muzeum oskeruší	Jihomoravský	252/007/2017
Muzeum pivovarnictví	Jihomoravský	329/007/2018
Muzeum Přimdy	Plzeňský	227/007/2018
Muzeum rakousko-uherského pivovarnictví	Vysočina	261/007/2018
Muzeum regionu Boskovicka, p.o.	Jihomoravský	328/007/2018
Muzeum řeznictví	Zlínský	71/006/2019
Muzeum traktorů a zemědělské techniky	Středočeský	13/007/2018
Muzeum v přírodě Topolná	Zlínský	65/006/2019
Muzeum Valeč v Čechách	Karlovarský	160/007/2018
Muzeum venkovského života Besednice	Jihočeský	80/007/2018
Muzeum vidlí	Moravskoslezský	69/006/2019
Muzeum vinařství a venkova, o.s.	Jihomoravský	61/006/2019
Muzeum zemědělské techniky našich dědů – Josef Netopil a synové	Zlínský	66/006/2019

Muzeum zimních sportů, turistiky a řemesel / Villa Nova Uhřínov	Královéhradecký	63/006/2019
Národní ústav lidové kultury, Muzeum vesnice jihovýchodní Moravy	Jihomoravský	68/006/2019
Národopisné muzeum Plzeňska	Plzeňský	210/007/2018
Národopisné muzeum Slánska v Třebízi	Středočeský	79/007/2018
Pohádková kovárna	Jihočeský	299/007/2017
Prácheňské muzeum v Písku	Jihočeský	14/007/2018
Regionální muzeum v Mikulově	Jihomoravský	321/007/2018
Rolnické muzeum	Vysočina	324/007/2018
Rozhledna Kovářka a kovářské muzeum	Jihočeský	47/007/2018
Stodola krásných krámů	Vysočina	330/007/2018
Školní rybářské muzeum	Jihočeský	103/007/2018
Tkalcovské muzeum Dům pod jasanem	Královéhradecký	325/007/2018
Váchův špejchar	Středočeský	46/007/2018
Včelí svět Hulice – obec Hulice	Středočeský	253/007/2017
Vesnické muzeum Kadlín – obec Kadlín	Středočeský	20/007/2018
Vesnické muzeum Pertoltice	Liberecký	274/007/2018
Vodní mlýn Hoslovice	Jihočeský	25/007/2018
Zábavní a poznávací Centrum Eden v Bystřici nad Pernštejnem	Vysočina	327/007/2018
Zámecký mlýn v Jindřichově Hradci	Jihočeský	301/007/2017
Zemědělský skanzen u Havlíčků	Olomoucký	22/007/2018
Žijící skanzen	Liberecký	248/007/2018
Pivovarské muzeum Pivovaru Holba	Olomoucký	127/006/2020
Podralský nadační fond ZOD	Liberecký	129/006/2020
Síň rodáků Jimramov	Vysočina	128/006/2020
Městské muzeum Polná	Vysočina	130/006/2020

## POUŽITÉ ZDROJE

Strategie rozvoje resortu Ministerstva zemědělství ČR s výhledem do roku 2030, Praha 2016  
Integrovaná strategie podpory kultury do roku 2020  
Aktualizace Státní kulturní politiky na léta 2013–2014 s výhledem na roky 2015–2020  
Koncepce účinnější péče o movité kulturní dědictví v České republice na léta 2010–2014  
Koncepce rozvoje knihoven v České republice na léta 2011–2015  
Koncepce účinnější péče o tradiční lidovou kulturu v České republice na léta 2010–2015  
Strategický rámec Česká republika 2030  
Národní RIS3 strategie a Národní politika výzkumu, vývoje a inovací na léta 2016–2020  
Strategie Digitální Česko  
Česká republika 2030 – Strategický rámec pro udržitelný rozvoj  
Inovační strategie České republiky 2019–2020  
Dlouhodobý záměr vzdělávání a rozvoje vzdělávací soustavy hl. m. Prahy 2020–2024  
Koncepce kulturní politiky hl. m. Prahy 2017–2021

Koncepce příjezdového cestovního ruchu hl. m. Prahy (2020)  
Krajská koncepce environmentálního vzdělání, výchovy a osvěty hl. m. Prahy 2016–2025  
Implementační plán Strategie adaptace hl. m. Prahy na změnu klimatu 2020–2024  
Strategický plán rozvoje městské části Praha 7 2016–2022  
Program rozvoje Jihočeského kraje 2014–2020  
Koncepce environmentálního vzdělávání, výchovy a osvěty Jihočeského kraje 2012–2020  
Krajská příloha k národní RIS3 Jihočeského kraje 2018–2022  
Strategický plán rozvoje Smart Regionu Jihočeského kraje 2019–2023  
Strategický plán města Českých Budějovic 2017–2027  
Strategie rozvoje kultury v Českých Budějovicích  
Strategie území správního obvodu ORP Čáslav  
Strategie rozvoje územního obvodu Středočeského kraje 2019–2024  
Koncepce ochrany přírody a krajiny Středočeského kraje 2018–2028  
Aktualizace Programu rozvoje cestovního ruchu Středočeského kraje 2015–2020  
Akční plán k RIS3 strategii Středočeského kraje 2017–2018  
Dlouhodobý záměr vzdělávání a rozvoje vzdělávací soustavy Jihomoravského kraje 2016–2020  
Program rozvoje cestovního ruchu Jihomoravského kraje 2014–2020  
Regionální inovační strategie Jihomoravského kraje 2021–2027  
Aktualizace strategické vize Strategie rozvoje Jihomoravského kraje 2020  
Program rozvoje Jihomoravského kraje 2018–2021  
Koncepce rozvoje kulturních institucí zřizovaných Jihomoravským krajem 2020–2025  
Vize a strategie Brno 2050 (2017)  
Program rozvoje cestovního ruchu města Brna 2016–2020  
Strategie kultury a kreativních odvětví města Brna (2018)  
Akční plán rozvoje města Znojmo 2019–2022  
Strategie rozvoje Moravskoslezského kraje 2019–2027  
Strategie rozvoje chytrého regionu Moravskoslezského kraje „Chytřejší kraj“ 2017–2023  
Dlouhodobý záměr vzdělávání a rozvoje vzdělávací soustavy Moravskoslezského kraje (2016)  
Koncepce rozvoje muzejnictví v Moravskoslezském kraji na léta 2015–2020  
Koncepce podpory kultury v Moravskoslezském kraji na období 2014–2020  
Strategický plán rozvoje statutárního města Ostravy 2017–2023  
Koncepce rozvoje kultury statutárního města Ostravy (2014)  
Akční plán rozvoje vzdělávání ORP Ostrava 2019–2020  
Adaptační strategie statutárního města Ostravy na dopady a rizika vyplývající ze změny klimatu (2017)

A Quick Scan Report for Europeana<sup>17</sup>

Culture 24, 2020

Nová evropská agenda pro kulturu<sup>18</sup>

Cíle udržitelného rozvoje (SDGs)<sup>19</sup>

Globální megatrendy pro aktualizovaný Strategický rámec udržitelného rozvoje<sup>20</sup>

Museums around the world in the face of covid-19 – květen 2020

BLACK, Graham. The Engaging Museum. Developing Museums for the Visitor Involvement

17 [https://pro.europeana.eu/files/Europeana\\_Professional/Publications/Digital%20transformation%20reports/The%20digital%20transformation%20agenda%20and%20GLAMs%20-%20Culture24%20findings%20and%20outcomes.pdf](https://pro.europeana.eu/files/Europeana_Professional/Publications/Digital%20transformation%20reports/The%20digital%20transformation%20agenda%20and%20GLAMs%20-%20Culture24%20findings%20and%20outcomes.pdf)

18 [https://www.mkcr.cz/doc/cms\\_library/nova-evropska-agenda-pro-kulturu-11118.pdf](https://www.mkcr.cz/doc/cms_library/nova-evropska-agenda-pro-kulturu-11118.pdf)

19 <https://www.osn.cz/osn/hlavni-temata/sdgs/>

20 <https://www.vlada.cz/assets/ppov/udrzitelny-rozvoj/CR-2030/Prehled-globalnich-megatrendu.pdf>

London. New York 2005  
 FLORIDA, Richard. The Rise of the Creative Class, Basic Books. New York 2002  
 GIBS, Kirsten, SANI, Margherita (ed.). Museen und Lebenslanges Lernen – Ein europäisches Handbuch. Berlin 2010  
 HARARI, Yuval Noah. Homo Deus, stručné dějiny zítřka. Praha 2017  
 HARARI, Yuval Noah. 21 Lessons for the 21 st Century. London 2018  
 HARTMUT, John, DAUSCHEK, Anja (ed.). Museen neu denken: Perspektiven der Kulturvermittlung und Zielgruppenarbeit. transcript Verlag 2008  
 JAGOŠOVÁ, Lucie, KIRSCH, Otakar a kol. Muzejní profese a veřejnost. Brno 2016  
 KARTOUS, Bohuml. No Future. Vezeme děti na parním stroji do virtuální reality? Nakladatelství 65 pole, 2019  
 KEEN, Andrew. Jak opravit budoucnost. Argo 2019  
 MATT, Gerald. Kultur und Geld. Das Museum – ein Unternehmen. Ein praxisorientierter Leitfaden Wien 2001  
 OCHRANA, František, PLAČEK, Michal, PŮČEK, Milan Jan, ŠIMČÍK, Antonín. Management a hospodaření muzeí. Praha: Karolinum 2018  
 ROSS, Alec. Obory budoucnosti. Agro 2019  
 SACCO, Pier Luigi. Culture 3.0 <https://ec.europa.eu/assets/jrc/events/20131024-cci/20131024-cci-sacco.pdf>  
 SIMON, Nina. The Participatory Museum, 2010. Online verze: <https://participatorymuseum.org/>  
 Stránský, Zbyněk Z. Úvod do muzeologie. Brno 1972  
 THUN- HOHENSTEIN, Christoph. Die Zukunft liegt in unseren Händen. IN: handWerk. Tradiertes Können in der digitalen Welt, Verlag für moderne Kunst. Wien 2016  
 TOFFLER, Alvin, TOFFLER, Heidi. Nová civilizace. Třetí vlna a její důsledky. Praha 2001  
 The Museum Definition. The Backbone of Museums. ICOM, vol.17, No. 281–282, 2019  
 V&A Strategic Plan 2015–2020  
 WAIDACHER, Friedrich. Příručka všeobecné muzeologie. Bratislava 1999

