

Цель освоения дисциплины

Получить практические навыки использования инструментов маркетинга на примере ключевых культурных проектов, которые реализуются сегодня и будут реализованы в будущем.

Краткое содержание дисциплины

Тема 1. Культурные проекты сегодня. Особенности продвижения в зависимости от типа проекта.

Тема 2. Маркетинг в культуре. Исследования, стратегия, коммуникация.

Тема 3. PR в культурных проектах. Структурирование работы, оценка эффективности.

Тема 4. Культура в digital. SMM, direct mail, performance marketing

Тема 5. Сотрудничество с культурными проектами. Ценность коллабораций для культурных и коммерческих компаний. Поиск партнеров и фандрайзинг.

Тема 6. Коммерция и культура. Постановка целей и построение устойчивой системы дохода.

Тема 7. Менеджмент культуры. Как сделать работу экономиста в культуре эффективной.

Преподаватель



Барсенков
Дмитрий Александрович

Общая трудоемкость дисциплины

3 зачетные единицы,
108 часа.

Итоговый контроль

Проводится в форме групповой защиты презентации проекта, включающей в себя демонстрацию навыков по всем темам курса.