

	<p align="center"><b>Министерство культуры Российской Федерации</b></p>
	<p align="center"><b>Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный институт культуры»</b></p>
	<p align="center"><b>Аннотация рабочей программы дисциплины «Арт-маркетинг»</b></p>

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Арт-маркетинг»**

**Направление:** 51.04.01 Культурология

**Направленность:** Культурологическая экспертиза и проектирование

**Кафедра:** Теории и истории культуры

**Зав. кафедрой:** А.Е. Хренов

**Исполнено:** Ю.В. Спиридонова

**Факультет:** Мировой культуры

**Форма обучения:** Очная

**Объем в зач. ед.:** 3 з.е.

**Форма промежуточной аттестации:** Зачет, экзамен

Санкт-Петербург  
2019

Санкт-Петербургский государственный институт культуры		Стр. 2 из 2
<b>АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Арт-маркетинг»</b>	Версия:	1

Дисциплина «Арт-маркетинг» способствует приобретению обучающимися профессиональных компетенций в развитии аудитории в сфере культуры, художественного рынка, приобретению знаний о потребностях аудитории,

Курс предполагает выявление целевых сегментов по культурным предпочтениям, владению методиками развития аудитории и инструментами коммуникации с целевыми сегментами, поиску новых стратегий арт-маркетинга, новых форм вовлечения художественных практик в систему маркетинга товаров и услуг, а также интеграции бренда в арт-проект.

**Перечень планируемых результатов освоения по дисциплине:** ПК-9, ПК-11, ПК-12.

**Темы занятий:**

1. Понятие маркетинга
2. Маркетинг и развитие аудитории в сфере искусства
3. Понимание потребностей аудитории
4. Маркетинг в сфере культуры и искусства: этапы развития
5. Потребности и интересы аудитории
6. Стратегическое планирование: миссия и результаты
7. Планирование процесса работы с аудиторией
8. Изучение рынка
9. Препятствия на пути к эффективному взаимодействию
10. Сегментация рынка
11. Исследование рынка и аудитории
12. Ситуационный анализ – SWOT
13. Стратегический подход
14. Методика развития аудитории
15. Позиционирование и брендинг
16. Коммуникация
17. Искусство в системе маркетинга товаров и услуг.

**Образовательные технологии:**

- Семинар;
- Лекция, мастер-класс;
- Информационная лекция;
- Индивидуальный проект (в форме творческого задания);
- Самостоятельная работа.

Согласовано:  
Начальник  
учебно-методического управления



А.Н. Миронова