

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

Объем в зач. ед.: 3 з.е.

Форма промежуточной аттестации: Зачет, экзамен

Санкт-Петербург

2019

Санкт-Петербургский государственный институт культуры		Стр. 2 из 2
АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Арт-маркетинг»	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