



**АКАДЕМИЯ ЗА МУЗИКАЛНО, ТАНЦОВО И  
ИЗОБРАЗИТЕЛНО ИЗКУСТВО „ПРОФ.АС.ДИАМАНДИЕВ“ -  
ПЛОВДИВ**

**ФАКУЛТЕТ “МУЗИКАЛЕН ФОЛКЛОР И ХОРЕОГРАФИЯ”  
КАТЕДРА „ХОРЕОГРАФИЯ“**

**МАРКЕТИНГ И ТВОРЧЕСКА ДЕЙНОСТ**

**Образователно-квалификационна степен:  
“Магистър” Редовно обучение  
Към специалност: Артмениджмънт**

**ВОДЕЩ ПРОГРАМАТА: доц.д-р С.Арутюнян-Василевска**

Изучаването на дисциплината МАРКЕТИНГ И ТВОРЧЕСКА ДЕЙНОСТ цели:

1. Да запознае студентите с базисните понятия и категории на маркетинга, обвързани със спецификата на дейността им в сферата на изкуствата.
2. Да се изяснят същността на маркетинга като дейност и като мениджърска философия за цялостната дейност на арторганизацията; маркетинговата концепция и разработването на маркетингов микс; специфични пазари и продукти (програмни) решения; поведение на потребителите (зрители, слушатели) при решение за покупка; ролята на емпиричните изследвания за успешните маркетингови дейности; маркетингови методи в сферата на изкуствата.
3. Да запознае студентите с теорията и основните сфери на рекламата като елемент на маркетинговата дейност. Изясняват се и се разкриват взаимовръзките между мениджмънт, маркетинг и реклама. Разглеждат се изискванията, особеностите и механизмите на отделните елементи на рекламата като специфичен комуникативен процес, етапите на рекламната кампания и нейното протичане, видовете реклама и др.
4. Чрез ролеви игри да се формират начални умения за работа в маркетинговата дейност на арторганизация или индивидуален изпълнител.
5. Стремежът е да се дадат основни познания и първоначални умения по маркетинг и рекламна дейност, които стоят в основата на необходимите за всяка арторганизация умения за провеждане на маркетингови проучвания и организиране на успешна рекламна дейност. Получените в курса знания следва да подпомогнат бъдещите артмениджъри в предстоящата им проктически ориентирана дейност.

**ОЦЕНЯВАНЕ**

Проверката на знанията на студентите се извършва периодично чрез ролеви игри и задачи възложени от преподавателя по време на лекционния курс и с една обобщаваща оценка в края на семестъра след преподадения материал.

Изпитът по Маркетинг и творческа дейност се провежда на един етап, в рамките на който студентите представят и защитават свой курсов проект. Предварително провеждат реално маркетингово проучване върху арт продукт/ услуга. Анализират, сравняват и обобщават получените резултати от проучването.