

**АКАДЕМИЯ за МУЗИКАЛНО, ТАНЦОВО и ИЗОБРАЗИТЕЛНО
ИЗКУСТВО – ПЛОВДИВ**



ФАКУЛТЕТ “МУЗИКАЛЕН ФОЛКЛОР И ХОРЕОГРАФИЯ”

КАТЕДРА „ТЕОРИЯ НА ИЗКУСТВОТА“

УЧЕБНА ПРОГРАМА

по дисциплината

МАРКЕТИНГ И ТВОРЧЕСКА ДЕЙНОСТ

Образователно-квалификационна степен: “МАГИСТЪР”

Редовно обучение

ИЗГОТВИЛ:

(Доц. д-р С. Арутюнян – Василевска)

АНОТАЦИЯ

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 продуктови (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 прокитически ориентирана дейност.

Преподаването на дисциплината **МАРКЕТИНГ И ТВОРЧЕСКА ДЕЙНОСТ** е ориентирано към поднасяне на материала в лекционна форма, последвано от провеждане на семинарни занятия, решаване на казуси, ролеви игри.

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.

Критерии за оценяване

1. Дефинира същността, целите и задачите на маркетинговото проучване.
2. Познава основните предпоставки и етапи при разработване на програмата за маркетинговото проучване.
3. Разбира, сравнява, описва, обяснява основните методи за провеждане на маркетингово проучване.
4. Решава вярно приложната задача/ казуса.