



АКАДЕМИЯ за МУЗИКАЛНО, ТАНЦОВО и ИЗОБРАЗИТЕЛНО ИЗКУСТВО „ПРОФ. АС. ДИАМАНДИЕВ“ – ПЛОВДИВ

ФАКУЛТЕТ „МУЗИКАЛЕН ФОЛКЛОР И ХОРЕОГРАФИЯ“
КАТЕДРА „ХОРЕОГРАФИЯ“

ИНТЕГРИРАНИ МАРКЕТИНГОВИ КОМУНИКАЦИИ

Образователно-квалификационна степен: “МАГИСТЪР”

Редовно обучение

Към специалност: PR на арторганизации

Водещ преподавател: доц. д-р С. Арутюнян-Василевска

Изучаването на дисциплината ИНТЕГРИРАНИ МАРКЕТИНГОВИ КОМУНИКАЦИИ цели:

1. Да запознае студентите с базисните понятия и критерии на маркетинга, обвързани със спецификата на дейността в сферата изкуствата.
2. Да се изясни същността на маркетинга и маркетинговата концепция; елементите на маркетинговия микс; значението на "промоцията"; промоционния микс, който включва реклама, лични продажби, методи за насърчаване на продажбите и ПР.
3. Чрез дискусии, семинари и игри да се формират начални маркетингови умения за създаване и поддържане на маркетингов микс.
4. Стремежът е да се дадат основни познания по маркетинг и интегрирани маркетингови комуникации, които стоят в основата на ефективното управление. Получените знания трябва да подпомогнат бъдещите мениджъри в предстоящата им практическа 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 Интегрирани маркетингови комуникации 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.