



GJELDER FOR STUDIEÅRET 2005/2006

KLS 2504 Markedsføring av kunst og kultur

Studium

Bachelorstudiet i Kultur og ledelse (2. år)

Kursansvarlig

Donatella de Paoli

Institutt

Kommunikasjon - kultur og språk

Semester

Se studieplan for aktuelt studium

Studiepoeng

6

Mål

Målet med kurset er å gi studentene kunnskap om markedsføring av kunst og kultur, ved å ta utgangspunkt i hva produktet og tjenestene innenfor kunst- og kulturfeltet er. Etter dette kurset skal studentene være i stand til å analysere kunst- og kulturmarkedet for på den måten å komme fram til kreative og realistiske gjennomførbare markedsføringstiltak for kunst- og kulturvirksomheter. Kunst- og kulturproduktene inneholder både sjel, aura, identitet, opplevelser, historie, tradisjoner, verdier og sanselige impulser, hvilket vil reflekteres i kurset ved at vi fremhever kunstens egenart og spesifikke kultur. Kurset vil også gi en forståelse av publikum eller kundene som etterspør kunst og kultur ved å anvende kultursosiologiske perspektiver i sammenheng med perspektiver fra forbrukeradferd. På denne måten vil studentene få innsikt i hva som påvirker preferansene og adferden til etterspørere og forbrukere av kunst og kultur og derfor også hva som kan og bør vektlegges i markedsføringen. Markedsføring av kunst og kultur innebærer både markedsføring av store institusjonelle kulturorganisasjoner som markedsføring av artister, festivaler, kulturprosjekt og annet.

I markedsføringen møtes kunsten og kapitalen, hvilket blant annet innebærer at kunst brukes for merkevarebygging av bedrifter og tradisjonelle produkter og tjenester. Kunst og kultur anvendes også for å skape attraksjon til steder, byer, regioner og land. Kultursponsing og kultursamarbeid er derfor et viktig tema i kurset som vil belyses både fra næringslivets og kulturfeltets side. Fordi presse- og media spiller en viktig rolle for markedsføring av kultur i Norge, vil dette også behandles spesielt.

Forkunnskaper

Det stilles ingen spesifikke krav til forkunnskaper.

Obligatorisk litteratur

Bøker:

Bourdieu, P. 1995. Distinksjonen : en sosiologisk kritikk av dømmekraften. Oslo :Pax. s. 44 – 131

Hill, Liz, C. O'Sullivan og Terry O'Sullivan. 2003. Creative arts marketing. 2nd ed. Amsterdam: Butterworth Heinemann

Artikkelsamling(er):

Gran, A.B. 2005. Artikkelsamling til KLS 2504 Markedsføring av kunst og kultur. Oslo: Handelshøyskolen BI

Anbefalt litteratur

Bøker:

Colbert, F. 2001. Marketing culture and the arts. 2nd ed. Montreal: Presses HEC

Hoyle, Leonard H. 2002. Event marketing : how to successfully promote events, festivals, conventions and expositions. New York: John Wiley

Kotler, P. og J. Scheff. 1997. Standing room only : strategies for marketing the performing arts. Boston, Mass. : Harvard Business School Press

Martorella, R., red. 1996. Art and business : an international perspective on sponsorship. Westport, Conn. : Praeger

Schmitt, Bernd H. 1999. Experiential marketing : how to get customers to sense, feel, think, act, and relate to your company and brands. New York : Free Press

Emneoversikt

Beskrivelse av produktet og tjenestene innen kunst- og kulturfeltet
Kulturmarkedet og - publikum fra et sosiologisk og bedriftsøkonomisk perspektiv
Markedsføringsstrategi for kulturorganisasjoner og – spesifikke kulturevenementer
(Produkt, prising, distribusjon, reklame)
Utvikling av langsiktige publikumsrelasjoner - relasjonsmarkedsføring
Merkevarebygging av kultur
Markedsføring av kunst og kultur ved presse og media
Kultursponsing og kultursamarbeid
Kultur som attraksjon

Dataverktøy

Dataverktøy utenom Blackboard benyttes ikke i dette kurset

Gjennomføring

Kurset gjennomføres med 36 timer. Det anbefales at studentene danner kollokviegrupper som arbeider med case i forhold til pensumlitteraturen og forelesningene, samt forbereder seg til gruppesamarbeid med skriving av hjemmeeksamen.

Eksamen

Kurset avsluttes med en hjemmeeksamen over 72 timer. Besvarelsen kan løses individuelt eller i grupper på inntil tre studenter.

Eksamenskode(r)

KLS 25041 – Hjemmeeksamen, teller 100% for å oppnå karakter i kurset KLS 2504
Markedsføring av kunst og kultur, 6 studiepoeng.

Hjelpemidler til eksamen

Alle hjelpemidler er tillatt under eksamen.

Kontinuasjon

Kontinuasjonseksamen avholdes ved neste ordinære gjennomføring av kurset.