8 (495) 698-63-64
8 (800) 234-55-22
seminar@finkont.ru
www.finkont.ru

Особенности PR и маркетинга музейных и культурно-досуговых организаций

В программе курса будут раскрыты важнейшие аспекты маркетинга музейных и культурно-досуговых организаций: позиционирование в культурном пространстве, создание и продвижение актуальных современных проектов, организация эффективных рекламных кампаний, формирование и развитие целевой аудитории, привлечение дополнительного финансирования и ресурсов.

Дата проведения: 8 - 9 декабря 2025 с 10:00 до 17:30

Артикул: СП12258

Вид обучения: Курс повышения квалификации

Формат обучения: Онлайн-трансляция

Срок обучения: 2 дня

Продолжительность обучения: 16часов

Стоимость участия: 42 000 руб.

Для участников предусмотрено: Методический материал.

Документ по окончании обучения: По итогам обучения слушатели, успешно прошедшие итоговую аттестацию по программе обучения, получают Удостоверение о повышении квалификации в объеме 16 часов (в соответствии с лицензией на право ведения образовательной деятельности, выданной Департаментом образования и науки города Москвы).

Для кого предназначен

Руководителей и заведующих отделами музейных и культурно-досуговых организаций, художественных галерей и выставочных залов, специалистов по коммерческому развитию, маркетингу и рекламе, сотрудников музейных и культурно-досуговых организаций, специалистов в области музейного дела, а также для всех, кто интересуется развитием музейного и культурно-досугового сектора.

Цель обучения

- Изучить важнейшие аспекты маркетинга музейных и культурно-досуговых организаций, включая позиционирование, создание и продвижение актуальных проектов, организацию рекламных кампаний, формирование целевой аудитории и привлечение дополнительного финансирования и ресурсов.
- Определить миссию и стратегию развития организаций, разработать и поддерживать маркетинговую концепцию.
- Исследовать и сегментировать рынок, изучить новые аудитории и каналы коммуникации с ними.
- Рассмотреть музейные и культурно-досуговые организации как бренды, работать с «непосетителями» и повышать лояльность к бренду.
- Планировать и проводить эффективные PR-кампании и мероприятия, выбирать наиболее эффективные виды рекламы.
- Взаимодействовать со СМИ и заниматься медиапланированием, составлять медиаплан и рассчитывать его ключевые показатели.
- Изучить инструменты маркетинга, точки контакта, путь клиента и портрет целевой аудитории.
- Модернизировать экспозиционную деятельность организаций, реорганизовывать выставки и системы коммуникаций, применять проектные технологии и адаптировать экспозиции для людей с ограниченными возможностями.
- Организовать рекламные кампании, новые проекты и проводить PR-акции.
- Изучить дополнительные источники финансирования музейных и культурно-досуговых организаций, включая фандрайзинг, гранты, спонсорские средства, пожертвования, членские взносы, целевой капитал и краудфандинг.
- Анализировать и оптимизировать интернет-ресурсы организации.

Это мероприятие можно заказать в корпоративном формате (обучение сотрудников одной компании).

Программа обучения

Особенности маркетинга музейных и культурно-досуговых организаций.

- Миссия и-стратегическое планирование организации. Понятие маркетинговой концепции.
- Исследование и-сегментирование аудитории: теория, инструменты, кейсы.
- Новые аудитории: клубные формирования (общества друзей), волонтеры, люди с ОВЗ.
- Работа с-«непосетителями».
- Музейные и культурно-досуговые организации как бренд. Лояльность бренду.
- Планирование и-проведение эффективных рекламных и PR кампаний и мероприятий.
- Взаимодействие со-СМИ и-медиапланирование. Медиаплан и его показатели.

Практикум. Инструменты маркетинга. Точки контакта, путь клиента, портрет целевой аудитории.

Модернизация экспозиционной деятельности музейных и культурно-досуговых организаций.

- Реорганизация экспозиционно-выставочной деятельности и системы коммуникаций. Приемы «оживления» экспозиции.
- Проектные технологии в-развитии деятельности (проведение праздников, театрально-концертных мероприятий, мастер-классов, культурных акций и-т.п.).
- Адаптация экспозиции и-пространства для посещения людьми с-ОВЗ.
- Виртуальные организации как новая реальность. Диджитализация.

Организация рекламных кампаний в-проектной деятельности музейных и культурно-досуговых организаций.

- Разновидности проектной деятельности. Проведение информационных и рекламных кампаний.
- Реализация партнерских проектов и необходимая документация.

Дополнительные источники финансирования деятельности музейных и культурно-досуговых организаций.

- Виды источников финансирования музейных и культурно-досуговых организаций.
- Фандрайзинг и-стратегии привлечения внебюджетных доходов.
- Гранты, спонсорские средства, благотворительные пожертвования.
- Общества друзей
- Целевой капитал (Эндаумент-фонды).
- Краудфандинг.

Практикум по-работе с-грантовыми заявками.

Интернет-продвижение.

- Анализ и оптимизация сайта организации
- Анализ и оптимизация страниц в-социальных сетях. Разработка контент-стратегии для продвижения организации в-социальных сетях: тематика, написание текстов, частота публикаций. Примеры успешных страниц.

Преподаватели

ПРЕПОДАВАТЕЛЬ
Эксперт по маркетингу и менеджменту в сфере культуры, эксперт Центра Развития Некоммерческих Организаций, ментор проектов в социальных акселераторах, ведение курсов по экономике и финансовому планированию проектов, консультации по проектам и фандрайзингу.