

Opplæring i markedsføring av konserter - Studieplan ID 13466

Emneområde: Konserntproduksjon – Praktisk arrangørarbeid

Kurstimeramme: Minimum 4 timer – maksimum 20 timer

Innhold

Kurset fokuserer på de markedsføringstekniske sidene ved en konserntproduksjon, hvor både planlegging og gjennomføring av en konsert er viktige deler i opplæringen. Kurset tar opp følgende emner:

- Informasjonskanaler og rutiner
- Markedsplan (analyse, strategi, psykologi)
- PR (sosiale medier, tradisjonelle medier)
- Nye målgrupper
- Evaluering

Målgruppe

Tillitsvalgte og andre voksne som ønsker opplæring i markedsføring og informasjonsoppgaver for konserter og musikkarrangementer. Det kreves ingen forkunnskaper for å delta på kurset.

Læringsmål

Kursdeltakerne skal i løpet av kurset styrke sin kunnskap om markedsføring og informasjonsarbeid i forbindelse ved en konserntproduksjon.

Metode

Deltakerne vil arbeide med konkrete problemstillinger. Praktiske og teoretiske oppgaver kombinert med forelesninger og dialoger vil sikre at kurset oppleves som relevant for den enkelte deltaker. Kurset kan bruke en faktisk konsert/forestilling som case for opplæringen.

Det stilles krav til kursleder om realkompetanse innen markedsføring og informasjonsarbeid for den aktuelle bransje. Antall studietimer fremkommer av kunngjøring og kursplan.

Kurset kan gjennomføres helt eller delvis som elektroniske samlinger, med opplæringsmetodikk tilpasset læringsformen. Det er en forutsetning at alle kursdeltakere møter felles til slike samlinger, og at samlingene ledes av instruktør. Ved rapportering av kurstimer skal elektroniske timer rapporteres separat.

Evaluering og kursbevis

Opplæringen evalueres av deltaker, kursleder og arrangør underveis og ved opplæringens slutt. Kursarrangør har ansvar for å utstede kursbevis til den enkelte kursdeltaker etter endt kurs. Kursbevis kan sendes eller hentes ut direkte fra søknadsportalen.