

aine algab K K

kataloog S23 K24

ainekood MAG220

nimetus

Turundus ja kommunikatsioon

täpsustus

Kohustuslik muusikateaduse ja -korralduse BAK korralduse suuna üliõpilastele, Muusikaproduktiooni mikroraadile, teistele valikainele

õppejõud

L.Voolaid, L.Tammepõld, R.Lelle

eeldusaine(d)

asem

1

t kokku

30.0

t asem

30.0

t näd

0.0

EAP kokku

3.00

LO

30.0

GR

3.0

IND

0.0

SEM

0.0

PR

0.0

kvorm

asem

EAP

eesmärk

Kursuse eesmärk on anda ülevaade turunduse ja kommunikatsiooni rollist muusikakorralduses, selle põhimõtetest ja kontseptsioonidest ning toimimisest. Kursus pakub tööriistu, kuidas arendada ja levitada muusikavaldkonna tooteid ja teenuseid, ning teadmisi muusikavaldkonna professionaalide persoonibrändingust. Samuti on aine eesmärk anda teadmisi ja arendada meediasuhtluse ning esinemis- ja esitlusoskusi.

aine sisu

Kursusel läbitakse teemad, mis on seotud muusikavaldkonnas kommunikatsiooni ja turundusega kõige laiemalt, keskendudes kaasaegsele meediaruumile, muusikakorralduse ja -levituse tavaliste probleemitupe ja kommunikatsioonikanalite valikule.

Mh vaadeldakse:

- milline on muusikavaldkonnas kommunikatsioon ja turundus laiemalt (muusikasuundmuse, salvestuse, toote, publikatsiooni, teenuse, persoonibrändi avalikkuse ette toomine);
- millised on kommunikatsiooni ja turunduse põhikontseptsioonid, meetmed, elemendid (ärimudelid, publikukaotamine, turusegmenteerimine, hinnastrateegiad, eelarvestamine, integreeritud turunduskommunikatsioon ja reklaam, bränding, meediasuhted, meediaagentuuriga koostöö, võrgustikud, sotsiaalmeedia kommunikatsioon ja -eetika,) ning kuidas neid muusikavaldkonna professionaalina kasutada.

õpiväljundid

Üliõpilasel on põhiteadmised kommunikatsiooni- ja turunduse teooriast ja praktilistest rakendustest. Ta tunneb turunduse ja kommunikatsiooni põhiprintsiipe, nende spetsiifika ja tavasid muusikavaldkonnas ja oskab neid rakendada praktikas. Ta valdab kultuuri- ja teadusteadlikku kommunikatsiooni, ta on arendanud enda loovat mõtlemist ja sotsiaalmeedia rakendamise oskusi ning tal on ülevaade kriisikommunikatsioonist. Ta saab aru ettevõtte ja loov- ning meediaagentuuri vahelistest koostöö põhimõtetest. Ta oskab iseseisvalt koostada kultuurisündmuse kommunikatsiooni- ja

turundusplaani. Teab, kuidas esineda meedias ja oma pakutavat esitleda, luua suhteid professionaalsetes võrgustikes ja suhelda erinevate osapooltega muusikakorralduse töös.

hindamismeetodid

Kirjalik kommunikatsiooni- ja turundusplaani koostamine (omal valikul muusikaga seotud väljundile) ning praktiline ülesanne, mis tähendab enda või kokkulepitud sündmuse meediakajastuse tegemist ning ostamist.

hindamiskriteeriumid

Arvestuse saamiseks on üliõpilane -

- osalenud vähemalt 66% loengutest;
- osalenud 100% seminaridel ja grupitöödel;
- esitanud õigeaegselt nõuetekohase kommunikatsiooni- ja turundusplaani;
- kommunikatsiooni- ja turundusplaanis valinud asjakohased ja argumenteeritud meetmed, kanalid ja sihtgrupid;
- on esitanud õigeaegselt praktilise ülesande (portfolio) kursuse käigus tehtud praktilistest ülesannetest.

kirjandus / repertuaar

1. Kõuts-Klemm, Ragne; Seppel Külliki. Juhatus meedia ja kommunikatsiooni teooriasse. Tartu Ülikooli Kirjastus. 2018.
2. Raul Rebane. Hirmust eduni. Meediasuhtluse 8 reeglit. Tallinna Raamatutrükikoda. 2019.
3. www.eal.ee/eetika.html.
4. www.meedialiit.ee/pressinõukogu/.

õppejõudude materjalid

ainekava koostaja

Marica Lillemets, Kaari Kiitsak-Prikk