

Budujemy produkt kultury, 9.05.14

Marketing instytucji kultury to nie tylko promocja. To także - a może przed wszystkim, sposób myślenia i kreowania takich wydarzeń, które będą najlepsze dla jej odbiorców. O filmach, spektaklach, wystawach, festiwalach i koncertach, jako produktach kultury opowiadała Daria Kubiak. Uczestnicy mieli możliwość konstruowania własnych, opowiadających na potrzeby odbiorców projektów.