



Маркетинговые инструменты организаций культуры

Маркетинговая информационная система

- Совокупность методов изучения маркетинговой информации, технологии обработки, хранения и передачи информации пользователям

Комплекс маркетинга

- Совокупность инструментов воздействия организаций культуры на потребителей для создания покупательского отклика и обеспечения коммуникаций с внешней средой

Маркетинг взаимоотношений

- Построение долгосрочных взаимовыгодных отношений организаций культуры с партнёрами по рыночному обмену и инвестициям