

LITERATURA KOT BLAGOVNA ZNAMKA

četrtek, 26.11.2015,

Klub Cankarjevega doma, 10.00-14.30

10.00-11.00

Kerstin Bergman: *Skrivnosti nordijske temnine ali globalni sloves skandinavske literature*

(v angleščini s simultanim tolmačenjem)

Kerstin Bergman, odlična poznavalka skandinavskih kriminalk, bo govorila o tem, kaj je Nordic Noir, kako so skandinavske kriminalke postale blagovna znamka in popularne po vsem svetu, kaj jih loči med seboj in kakšni so aktualni trendi v tem žanru.

11.00-12.00

Claudius Niessen: *Kje in kako povečati vidnost nacionalne literature*

(v angleščini s simultanim tolmačenjem)

Nemški kulturni menedžer in vodja programa za kreativno pisanje na Univerzi v Leipzigu bo prikazal nekaj inovativnih pristopov k literarnim dogodkom. Njegovo podjetje Clarapark je možganski trust za nove strategije pri promociji in za ustvarjanje novih vrst literarnih, glasbenih in umetniških dogodkov.

12.00-13.00

Aljoša Bagola: *Kako iz (slovenske) literature ustvariti blagovno znamko*

Aljoša Bagola je eden najbolj prepoznavnih in uspešnih slovenskih komunikacijskih strokovnjakov, partner pri agenciji PRISTOP. V svojem predavanju se bo skozi primere dobrih praks z različnih področij spraševal, ali lahko iz slovenske literature ustvarimo mednarodno prepoznavno blagovno znamko.

13.00-13.30

odmor s pogostitvijo

13.30-14.30

okrogla miza z naslovom
Slovenska literatura kot blagovna znamka?

Sodelujejo **Andrej Blatnik**, avtor in urednik, **Barbara Koželj**

Podlogar, vodja slovenskega kulturnega centra SKICA na Dunaju, **Aleš Novak**, direktor Javne agencije za knjigo RS in **Aljoša Bagola**, Pristop.

Moderira: **Renata Zamida**

JAK

JAVNA
AGENCIJA ZA
KNJIGO RS

Beletrina

strokovni program je podprla JAK
V produkciji Beletrine in
SKS (Založniška akademija)