

Marketing sztuki - opis przedmiotu

Informacje ogólne	
Nazwa przedmiotu	Marketing sztuki
Kod przedmiotu	04.9-WA-AWP-MARK-W-S14_pNadGen5TC8C
Wydział	Wydział Artystyczny
Kierunek	Malarstwo
Profil	ogólnoakademicki
Rodzaj studiów	pierwszego stopnia z tyt. licencjata
Semestr rozpoczęcia	semestr zimowy 2019/2020

Informacje o przedmiocie	
Semestr	5
Liczba punktów ECTS do zdobycia	2
Typ przedmiotu	obowiązkowy
Język nauczania	polski
Sylabus opracował	

Formy zajęć					
Forma zajęć	Liczba godzin w semestrze (stacjonarne)	Liczba godzin w tygodniu (stacjonarne)	Liczba godzin w semestrze (niestacjonarne)	Liczba godzin w tygodniu (niestacjonarne)	Forma zaliczenia
Wykład	30	2	-	-	Zaliczenie

Cel przedmiotu

Zapoznanie studentów z funkcjonowaniem rynku sztuki w Polsce i na świecie oraz uświadomienie jego roli, ograniczeń i działania. Przedstawienie możliwych strategii sprzedaży obiektów i umiejętności. Ukazanie kształtu współczesnej sztuki na obszarze wszystkich jej dyscyplin w kontekście rynkowym. Przygotowanie studenta do funkcjonowania na rynku sztuki.

Wymagania wstępne

Brak.

Zakres tematyczny

Pojęcie świata sztuki w relacji do rynku sztuki; podstawowe problemy marketingu; pojęcie marki; galeria jako miejsce kontaktu i sprzedaży; indywidualność artysty jako wyznacznik wartości; przemiany sztuki na przełomie XX i XXI w.; Domy aukcyjne i targi sztuki jako przestrzenie wymiany towarowo-pieniężnej; rola Internetu w handlu sztuką; podstawowe kwestie prawne związane z zawodem artysty. Przygotowanie do aktywności własnej w zakresie funkcjonowania rynkowego.

Metody kształcenia

Metoda podająco - systematyzująca – wykład połączony z prezentacjami wizualnymi.

Efekty uczenia się i metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
W zakresie wiedzy - student zna podstawowe kierunki w malarstwie i stan obecny sztuki współczesnej.	• W04	• aktywność w	• Wykład
Rozumie strukturę świata sztuki i funkcjonowanie praw autorskich. W zakresie umiejętności potrafi opisać prace swoje i innych, potrafi mówić o sztuce i analizować dzieła sztuki w formie ustnej i pisemnej. W zakresie kompetencji umie zdobywać, gromadzić i interpretować wiedzę w zakresie sztuki współczesnej, umie prezentować własną działalność artystyczną.	• W08 • U12 • K02 • K07	• traktuje zajęcia • dyskusja • praca pisemna	

Warunki zaliczenia

Test końcowy z zakresu wykładów i lektur.

Literatura podstawowa

Sarah Thornton, 7 dni w świecie sztuki, Warszawa 2011

red. Agnieszka Pindera, Praktyczny poradnik dla artystów, Toruń 2012

Krzysztof Masiewicz, Piotr Bazylko, Poradnik kolekcjonera sztuki najnowszej, Warszawa, 2008

www.artprice.com

www.artinfo.com

www.artfacts.net

www.obieg.pl

www.e-flux.com

Literatura uzupełniająca

Philip Kotler, Marketing, Warszawa 2005

Maria Korzeniowska-Marciniak, Międzynarodowy rynek dzieł sztuki, Kraków 2001

Magnus Resch, Management of Art Galleries, Ostfildern 2014

oprac. zbiorowe Czarna Księga Polskich Artystów, Warszawa 2015

Uwagi

dodatkowo obowiązywać będą 2 godziny konsultacji tygodniowo

Zmodyfikowane przez mgr Wojciech Kozłowski (ostatnia modyfikacja: 03-06-2019 01:05)

Wygenerowano automatycznie z systemu SyllabUZ