

Marketing sztuki - opis przedmiotu

Informacje ogólne	
Nazwa przedmiotu	Marketing sztuki
Kod przedmiotu	04.9-WA-AWP-MARK-W-S14_pNadGenNAP0C
Wydział	Wydział Artystyczny
Kierunek	Architektura wnętrz
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	mgr Wojciech Kozłowski

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.

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.

Metody kształcenia

Metoda podająco - systematyzująca – wykład połączony z prezentacjami wizualnymi.

Efekty uczenia się i metody weryfikacji osiągania efektów uczenia się

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
Zna i rozumie podstawowe linie rozwojowe w historii poszczególnych dyscyplin artystycznych a szczególnie dotyczące architektury wnętrz. Zna publikacje opisujące linie rozwojowe w historii architektury wnętrz oraz dotyczące poszczególnych dyscyplin artystycznych	K_W03	obserwacja i ocena aktywności na zajęciach	Wykład
Ma wiedzę dotyczącą finansowych, marketingowych i prawnych aspektów związanych z kierunkiem kształcenia	K_W08	- aktywność w trakcie zajęć - obserwacja i ocena aktywności na zajęciach	Wykład
Wykazuje się znajomością stylów w architekturze, sztuce, architekturze wnętrz	K_W05	- aktywność w trakcie zajęć - dyskusja	Wykład
Posiada umiejętność tworzenia prac pisemnych dotyczących zagadnień rynkowego funkcjonowania artysty i jego pracy.	K_U14	- aktywność w trakcie zajęć - referat	Wykład
Posiada umiejętność autorefleksji i konstruktywnej krytyki prac własnych i innych artystów.	K_K08	- aktywność w trakcie zajęć - dyskusja - praca pisemna	Wykład

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 Bazyłko, 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

Zmodyfikowane przez mgr Joanna Legierska-Dutczak (ostatnia modyfikacja: 28-05-2019 16:22)

Wygenerowano automatycznie z systemu SylabUZ