

Marketing sztuki - opis przedmiotu

Informacje ogólne	
Nazwa przedmiotu	Marketing sztuki
Kod przedmiotu	04.9-WA-GrafP-MARK-W-S14_pNadGen45LCE
Wydział	Wydział Artystyczny
Kierunek	Grafika
Profil	ogólnoakademicki
Rodzaj studiów	pierwszego stopnia z tyt. licencjata
Semestr rozpoczęcia	semestr zimowy 2020/2021

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 podająca - 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 (malarstwo, rysunek, rzeźba, multimedia) - zna publikacje związane z tym zagadnieniem. Wykazuje się ogólną wiedzą na temat współczesnych trendów w sztuce. Posiada wiedzę w zakresie zjawisk we współczesnej kulturze wizualnej i umie wyciągać wnioski w kontekście własnej praktyki artystycznej. Zna i rozumie podstawowe pojęcia z zakresu ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego. Ma wiedzę n/t finansowych, marketingowych i prawnych aspektów związanych z wykonywaniem zawodu artysty plastyka. Posiada podstawowe umiejętności badawcze, formułuje i analizuje problemy, umie przedstawić i opracować wyniki związane z problemami istotnymi dla studiowanego kierunku. Umie podjąć konstruktywną krytykę i poddać się samoocenie, podejmować refleksję dotyczącą społecznego funkcjonowania dzieła sztuki i artysty.	K_W06 K_W09 K_W14 K_W15 K_U22 K_K10	- aktywność w trakcie zajęć - dyskusja - obserwacja i ocena aktywności na zajęciach - zaliczenie - ustne, opisowe, testowe i inne	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 Wojciech Kozłowski (ostatnia modyfikacja: 09-04-2020 13:47)

Wygenerowano automatycznie z systemu SylabUZ