

Marketing sztuki - opis przedmiotu

Informacje ogólne	
Nazwa przedmiotu	Marketing sztuki
Kod przedmiotu	03.9-WA-MaIP-MARK-Ć-S14_pNadGenKI5FZ
Wydział	Wydział Artystyczny
Kierunek	Malarstwo
Profil	ogólnoakademicki
Rodzaj studiów	pierwszego stopnia z tyt. licencjata
Semestr rozpoczęcia	semestr zimowy 2016/2017

Informacje o przedmiocie	
Semestr	6
Liczba punktów ECTS do zdobycia	3
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
Ćwiczenia	30	2	-	-	Zaliczenie na ocenę

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, rozumie i rozróżnia pojęcia stosowane do opisu dzieła plastycznego. Zna i rozumie podstawowe linie rozwoju malarstwa w historii sztuki oraz zna najważniejsze publikacje związane z tym zagadnieniem. Wykazuje się znajomością stylów i konwencji w ramach dyscypliny malarstwa i związanych z nimi ideami i tradycjami twórczymi. Orientuje się w piśmiennictwie dotyczącym historii malarstwa oraz posiada podstawową wiedzę na temat jego współczesnych tendencji. Orientuje się w istnieniu licznych związków łączących malarstwo z innymi dziedzinami i dyscyplinami sztuki. Ma wiedzę dotyczącą finansowych, marketingowych i prawnych aspektów zawodu artysty plastyka ze szczególnym uwzględnieniem praw autorskich. Rozumie zależności między teoretycznymi i praktycznymi elementami związanymi z kierunkiem malarstwo. Jest przygotowana do współdziałania z innymi w ramach prac projektów zespołowych. Zna podstawowe formy zachowań związane z publicznymi prezentacjami własnych dokonań. Jest zdolny do twórczej rywalizacji wzbogacającej twórczy potencjał grupy lub środowiska. Potrafi tworzyć koncepcje i realizować niezależne działania artystyczne nawiązujące do aktualnych zdarzeń i zjawisk z otaczającej rzeczywistości w oparciu o wewnętrzną motywację i umiejętność organizacji pracy. Posiada umiejętność adaptacyjną do zmiennych okoliczności występujących podczas wykonywania pracy twórczej. Jest zdolny do formułowania konstruktywnej krytyki wobec działań innych i posiada umiejętność samooceny. Definiuje własne sądy w obszarze szeroko pojętej kultury wizualnej, formułuje przemyślenia na tematy społeczne, naukowe i etyczne oraz potrafi odnosić je do własnej praktyki artystycznej. Umiejętnie komunikuje się w obrębie własnego środowiska i społeczności. Posiada umiejętność współpracy i integracji. Zna, rozumie i respektuje podstawowe pojęcia i zasady prawa autorskiego	- KA1_W01 - KA1_W06 - KA1_W07 - KA1_W09 - KA1_W10 - KA1_W13 - KA1_W16 - KA1_U09 - KA1_U19 - KA1_K02 - KA1_K03 - KA1_K05 - KA1_K08 - KA1_K09 - KA1_K10 - KA1_K13 - KA1_K14	- aktywność w trakcie zajęć - obserwacja i ocena aktywności na zajęciach - test - test końcowy	Ćwiczenia

Warunki zaliczenia

Test i 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: 21-08-2016 23:02)

Wygenerowano automatycznie z systemu SylabUZ