

Art Marketing - course description

General information	
Course name	Art Marketing
Course ID	04.9-WA-AWP-MARK-W-S14_pNadGen5TC8C
Faculty	Faculty of Arts
Field of study	Visual arts
Education profile	academic
Level of studies	First-cycle studies leading to Bachelor's degree
Beginning semester	winter term 2017/2018

Course information	
Semester	5
ECTS credits to win	2
Course type	obligatory
Teaching language	polish
Author of syllabus	mgr Wojciech Kozłowski

Classes forms					
The class form	Hours per semester (full-time)	Hours per week (full-time)	Hours per semester (part-time)	Hours per week (part-time)	Form of assignment
Lecture	30	2	-	-	Credit with grade

Aim of the course

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.

Prerequisites

Brak.

Scope

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.

Teaching methods

Metoda podająca - systematyzująca – wykład połączony z prezentacjami wizualnymi.

Learning outcomes and methods of theirs verification

Outcome description	Outcome symbols	Methods of verification	The class form
W zakresie wiedzy: student zna i rozumie podstawowe linie rozwojowe w historii sztuki poszczególnych dyscyplin artystycznych zawartych w programie kształcenia kierunku oraz zna publikacje związane z tymi zagadnieniami, Posiada podstawową wiedzę w zakresie literatury dotyczącej tendencji w sztuce współczesnej. Ma podstawową wiedzę o powiązaniach historii sztuki z innymi dyscyplinami humanistycznymi i społecznymi oraz o finansowych, marketingowych i prawnych aspektach zawodu artysty plastyka ze szczególnym uwzględnieniem praw autorskich. W zakresie umiejętności: student potrafi wyszukiwać i korzystać z informacji potrzebnych w procesie kształtowania ekspresji twórczej i metody pracy (książki, katalogi, czasopisma, Internet) a także napisać recenzję lub sformułować obszerną analizę dotyczącą wydarzenia z obszaru sztuki W zakresie kompetencji: Rozumie potrzebę uczenia się. Umie zdobywać, gromadzić, analizować i interpretować potrzebne do twórczości i refleksji nad sztuką i kulturą informacje, definiuje własne sądy w obszarze szeroko pojętej kultury wizualnej, potrafi formułować przemyślenia na tematy społeczne, naukowe i etyczne oraz umie odnosić je do własnej praktyki artystycznej, zna zasady prawa autorskiego.	KA1_W06 KA1_W12 KA1_W15 KA1_W16 KA1_U03 KA1_U20 KA1_K01 KA1_K11 KA1_K17	- a final test - a project - a written assignment - activity during the classes	

Assignment conditions

Test i test końcowy z zakresu wykładów i lektur.

Recommended reading

- Sarah Thornton, 7 dni w świecie sztuki, Warszawa 2011
- red. Agnieszka Pindera, Praktyczny poradnik dla artystów, Toruń 2012
- Krzysztof Masiewicz, Piotr Bazylo, Poradnik kolekcjonera sztuki najnowszej, Warszawa, 2008
- www.artprice.com
- www.artinfo.com

6. www.artfacts.net
7. www.obieg.pl
8. www.e-flux.com

Further reading

1. Philip Kotler, Marketing, Warszawa 2005
2. Maria Korzeniowska-Marciniak, Międzynarodowy rynek dzieł sztuki, Kraków 2001
3. Magnus Resch, Management of Art Galleries, Ostfildern 2014
4. oprac. zbiorowe Czarna Księga Polskich Artystów, Warszawa 2015

Notes

Modified by dr hab. Helena Kardasz, prof. UZ (last modification: 22-06-2017 20:14)

Generated automatically from SylabUZ computer system