

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	Painting
Education profile	academic
Level of studies	First-cycle studies leading to Bachelor's degree
Beginning semester	winter term 2018/2019

Course information	
Semester	5
ECTS credits to win	3
Course type	obligatory
Teaching language	polish
Author of syllabus	

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

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 podająco - systematyzująca – wykład połączony z prezentacjami wizualnymi.

Learning outcomes and methods of theirs verification

Outcome description	Outcome symbols	Methods of verification	The class form
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	• a final test • a test • activity during the classes • an observation and evaluation of activities 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 Bazyłko, Poradnik kolekcjonera sztuki najnowszej, Warszawa, 2008

www.artprice.com

www.artinfo.com

www.artfacts.net

www.obieg.pl

www.e-flux.com

Further reading

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

Notes

dodatkowo obowiązywać będą 2 godziny konsultacji tygodniowo

Modified by dr Jarosław Jeschke (last modification: 08-06-2018 11:08)

Generated automatically from SylabUZ computer system