

WYDZIAŁ ARTYSTYCZNY**kierunek: Edukacja artystyczna w zakresie sztuk plastycznych
studia I stopnia (licencjackie)****Nazwa przedmiotu: MARKETING SZTUKI****Kod przedmiotu: 03.9-WA-EASP-MASZ****Typ przedmiotu: obowiązkowy****Wymagania wstępne: -****Język nauczania: polski****Odpowiedzialny za przedmiot: mgr Wojciech Kozłowski****Prowadzący: mgr Wojciech Kozłowski**

Forma zajęć	Liczba godzin	Liczba godzin w tygodniu	Semestr	Forma zaliczenia	Punkty ECTS
Studia stacjonarne					
konwersatorium	105	2,2,2,1	3-4-5-6	zaliczenie z oceną	6

Zakres tematyczny przedmiotu:

Celem zajęć jest przekazanie studentowi wiedzy z zakresu funkcjonowania świata i rynku sztuki. Należy przy tym wziąć pod uwagę duże różnice pomiędzy funkcjonowaniem tego obszaru w Polsce i w rozwiniętych krajach Europy Zachodniej i USA. Dla uzyskania klarowności sytuacji w sferze estetyki, studenci zapoznają się z instytucjonalną teorią sztuki Georga Dickie i pojęciem „świata sztuki” Arthura .Danto, które stanowią możliwe teoretyczne bazy w rozpatrywaniu dzieła sztuki jako podmiotu działania marketingowego. Studenci poznają także podstawowe pojęcia z zakresu marketingu w kulturze oraz organizacji działalności kulturalnej w Polsce i na świecie. Zajęcia zapoznają również studentów z formą i działaniem prawa autorskiego w Polsce.

W trakcie zajęć poznają również działalność najwybitniejszych jednostek (artystów, kuratorów, krytyków, właścicieli galerii, dyrektorów muzeów) oraz instytucji (galerii, muzeów, dużych wystaw, targów sztuki), tworzących świat sztuki.

Efekty kształcenia:

Student powinien znać pojęcia i fakty z obszaru "świata sztuki", zdawać sobie sprawę z jego struktury, znać podstawowe akty prawne dotyczące prowadzenia działalności kulturalnej i podstawy prawa autorskiego.

Warunki zaliczenia:

Zaliczenie z ćwiczeń i lektur.

Literatura podstawowa:

Maria Gołaszewska - Estetyka współczesności, Kraków 2001
Janusz Bogucki - „Sztuka Polski Ludowej”, Warszawa 1983
Adrian Sargeant - Marketing w instytucjach non-profit, Kraków 2004
Arthur C.Danto - Świat sztuki, Kraków 2006
Michał Iwaszkiewicz - Marketing a rynek sztuki współczesnej, Poznań 1998
Anda Rottenberg - Sztuka w Polsce 1945-2005, Warszawa 2005
Maria Korzeniowska-Marciniak - Międzynarodowy rynek dzieł sztuki, Kraków 2001
www.artfacts.net
www.obieg.pl

Literatura uzupełniająca:

Adam Lindemann - Collecting Contemporary, Koeln, 2006
Carol Michels - How to survive&prosper as an artist, New York 2001
Tad Crawford - Legal Guide for the Visual Artist, New York 2001
Gerald Matt - Muzeum jako przedsiębiorstwo, Warszawa 2006