

Sylabus przedmiotu

Kod przedmiotu:	A-1E07-III-6
Przedmiot:	Marketing i rynek sztuki
Kierunek:	Edukacja artystyczna w zakresie sztuk plastycznych, I stopień [6 sem], stacjonarny, ogólnoakademicki, rozpoczęty w: 2012
Rok/Semestr:	III/6
Liczba godzin:	15,0
Nauczyciel:	Stępnik Małgorzata, dr hab.
Forma zajęć:	wykład
Rodzaj zaliczenia:	egzamin
Punkty ECTS:	1,0
Poziom trudności:	średnio zaawansowany
Metody dydaktyczne:	• wykład informacyjny • wykład problemowy
Zakres tematów:	1. Elementy mechanizmu rynkowego. Determinanty podaży i popytu na rynku sztuki. 2. Rynek sztuki w odniesieniu do teorii systemów. System akademicki i critic-dealer system. 3. Działalność domów aukcyjnych w kontekście globalizacji i komercjalizacji sztuki. 4. Specyfika rynku sztuki w Polsce. 5. Formy nabywania dzieł sztuki; rynek pierwotny, rynek wtórny, aukcje i targi sztuki. 6. Gry rynkowe. Strategie marszandów i artystów. Aukcje sztuki; mechanizmy psychologiczne rekordów cenowych. 7. Sylwetki wybitnych współczesnych marszandów, galerzystów i kolekcjonerów.
Forma oceniania:	• egzamin pisemny • obecność na zajęciach
Modułowe efekty kształcenia:	01W Student, który zaliczył moduł, zna zasady funkcjonowania wolnego mechanizmu rynkowego (relacje podaży, popytu i cen na rynku sztuki) 02W zna historię systemów artystycznych; 03W identyfikuje najważniejsze postaci współczesnego rynku – wybitnych marszandów, ekspertów muzealnych i kolekcjonerów; 04U potrafi wyjaśnić psychologiczne mechanizmy regulujące zachowania inwestorów