

## KARTA PRZEDMIOTU

1.	<b>NAZWA PRZEDMIOTU:</b> Promocja artystów współczesnych
2.	<b>KIERUNEK:</b> Rynek sztuki i zarządzanie w kulturze
3.	<b>POZIOM STUDIÓW:</b> studia drugiego stopnia
4.	<b>ROK/ SEMESTR STUDIÓW:</b> II/3
5.	<b>LICZBA PUNKTÓW ECTS:</b> 3
6.	<b>TYP PRZEDMIOTU<sup>1</sup>:</b> obowiązkowy
7.	<b>JĘZYK WYKŁADOWY:</b> polski
8.	<b>LICZBA GODZIN I FORMA REALIZACJI PRZEDMIOTU<sup>2</sup>:</b> 15 W / 30 ZP
9.	<b>WYMAGANIA WSTĘPNE:</b> wiedza i umiejętności z zakresu strategii rynku sztuki oraz historii sztuki objętych programem nauczania studiów pierwszego stopnia Rynek sztuki i zarządzanie w kulturze

10.	<b>ZAŁOŻENIA I CELE PRZEDMIOTU:</b> zapoznanie studentów z warunkami współpracy artysty z: <i>art dealer-em</i> , marszandem, kolekcjonerem i inwestorem; wzajemnymi relacjami między artystą a instytucjami związanymi z rynkiem dzieł sztuki; nabycie przez studentów umiejętności rozpoznawania, nazywania i klasyfikowania różnych strategii działalności artysty na rynku dzieł sztuki, wykorzystania różnych metod i strategii promocji artysty współczesnego; wyszukiwania, selekcjonowania i analizowania dzieł sztuki o wysokiej jakości artystycznej do obrotu na rynku galeryjnym, aukcyjnym i muzealnym
-----	---

11.	<b>PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ</b>	<b>Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się (symbol)</b>
	<b>WIEDZA: zna i rozumie</b>	
P_W01	rozszerzone terminy, pojęcia, koncepcje teoretyczne oraz strategię efektywnego działania w procesie promocji i handlu dziełami sztuki współczesnej i aktualnej na krajowym i międzynarodowym rynku dzieł sztuki	K_W01; K_W02; K_W03
P_W02	rozpoznaje rozbudowane strategie i warunki współpracy artysty z: <i>art dealer-em</i> , marszandem, kolekcjonerem i inwestorem	K_W01; K_W02; K_W06; K_W07;
P_W03	rozpoznaje wzajemne relacje między artystą a instytucjami związanymi z rynkiem dzieł sztuki	K_W02; K_W03, K_W05; K_W0; K_W7
	<b>UMIEJĘTNOŚCI: potrafi</b>	
P_U01	samodzielnie operować podstawowymi pojęciami z zakresu handlu i promocji oraz rozpoznawania, nazywania i klasyfikowania różnych strategii działalności artysty na rynku dzieł sztuki	K_U01, K_U02; K_U06; K_U07
P_U02	wyszukiwać, selekcjonować, analizować i wykorzystywać różne źródła informacji – przydatnych w aktywnym uczestnictwie artysty na polskim i międzynarodowym rynku aukcyjnym	K_U01; K_U02; K_U03;
P_U03	wykorzystywać rozbudowane metody i strategie promocji i	K_U03; K_U04; K_U06

<sup>1</sup> Obowiązkowy, fakultatywny.

<sup>2</sup> Wykłady, ćwiczenia, laboratoria, konwersatoria.

	sprzedaży prac artysty współczesnego	
P_U04	wyszukiwać, selekcjonować i analizować dzieła sztuki o wysokiej jakości artystycznej, wprowadzając je do obrotu na rynek galeryjny, aukcyjny i muzealny	K_U01; K_U02; K_U06; K_U08
P_U05	formułować ustne wypowiedzi dotyczące problematyki promocji i handlu dziełami sztuki, wykorzystując terminologię adekwatną do promocji artysty współczesnego	K_U05; K_U06; K_U07
P_U06	przygotować prezentację, pracę pisemną oraz zbudować strategię rynkową dotyczącą promocji oraz obrotu dziełami sztuki artysty współczesnego, z zastosowaniem aparatu naukowego i wykorzystaniem różnych źródeł informacji	K_U05, K_U07; K_U08
<b>KOMPETENCJE SPOŁECZNE: jest gotów do</b>		
P_K01	samodzielnego, nieustannego zdobywania i pogłębiania wiedzy z zakresu historii sztuki oraz handlu dziełami sztuki współczesnej i najnowszej, w razie problemów potrafi skontaktować się i zasięgnąć opinii z ekspertami rynku dzieł sztuki	K_K01; K_K02; K_K03
P_K02	samodzielnego i zespołowego uczestnictwa w procesie promocji i handlu dziełami sztuki artystów współczesnych	K_K02; K_K03, K_K04; K_K05
P_K03	aktywnego i profesjonalnego działania w różnych strategiach handlowych związanych z efektywną promocją artysty na arenie krajowej i międzynarodowej	K_K01; K_K02; K_K03; K_K02; K_K04; K_K05; K_K06

12.	<b>METODY OCENY EFEKTÓW UCZENIA SIĘ</b>			
	<b>Symbol przedmiotowego efektu uczenia się</b>	<b>Metody (sposoby) oceny<sup>3</sup></b>	<b>Typ oceny<sup>4</sup></b>	<b>Forma dokumentacji</b>
1.	P_W01; P_W02; P_W03; P_U01; P_U02; P_U03; P_U04	ocenianie ciągle – bieżące przygotowanie do zajęć weryfikowane pisemnie (/ustnie) na każdych zajęciach; praca domowa; pisemno-ustne zaliczenie lektur; końcowe zaliczenie	formująca podsumowująca	pisemne wejściówki (krótkie kolokwia utrwalające wiedzę z poprzednich zajęć); prace domowe (np. prezentacje) studenta; wypowiedzi ustne studenta; arkusz ocen
2.	P_U04; P_U05; P_U06; P_K01; P_K02; P_K03	ocena umiejętności zastosowania w praktyce zdobytej wiedzy (podczas pracy pisemnej, prezentacji, ustnej wypowiedzi)  egzamin ustny	Formująca  podsumowująca;	prace pisemno-zdjęciowe (np. PowerPoint, Prezi);  arkusz ocen

13. <b>KRYTERIA OCENY OSIĄGNIĘTYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ</b> <b>Forma oceny: procentowa, opisowa, punktowa, inne formy oceny do wyboru przez wykładowcę</b>
--

<sup>3</sup> Ocenianie ciągle (bieżące przygotowanie do zajęć), śródsesemtralne zaliczenie pisemne, śródsesemtralne zaliczenie ustne, końcowe zaliczenia pisemne, końcowe zaliczenia ustne, egzamin pisemny, egzamin ustny, praca semestralna, ocena umiejętności ruchowych, praca dyplomowa, projekt, kontrola obecności.

<sup>4</sup> Formująca, podsumowująca.

EFEKTY UCZENIA SIĘ	NA OCENĘ 3,0	NA OCENĘ 3,5	NA OCENĘ 4,0	NA OCENĘ 4,5	NA OCENĘ 5,0
P_W01; P_W02; P_W03; P_U01; P_U02; P_U03; P_U04; P_U05; P_U06; P_K01; P_K02; P_K03	powyżej 50% (od 51%), ale nie więcej niż 61%	powyżej 61%, ale nie więcej niż 72%	powyżej 72%, ale nie więcej niż 83%	powyżej 83%, ale nie więcej niż 94%	powyżej 94%
(obecność na zajęciach, pozytywne oceny z kolokwiów, zaliczone lektury i zadane prace, uczestnictwo w wyjściach i wyjazdach, pozytywna ocena końcowa)					

#### 14. WARUNKI UZYSKANIA ZALICZENIA PRZEDMIOTU:

Osiągnięcie założonych efektów uczenia się i pozytywny wynik

- egzamin ustny

#### 15. TREŚCI PROGRAMOWE

	Treść zajęć	Forma zajęć <sup>5</sup> (liczba godz.)	Symbol przedmiotowych efektów uczenia się
<b>Wykłady</b>			
1.	Organizacja Polskiego rynku sztuki: podmioty gospodarcze działające na rynku dzieł sztuki; osoby fizyczne działające na rynku dzieł sztuki	5	P_W01; P_W02; P_W03; P_U01; P_U04; P_K01
2.	Organizacja pracy zawodowej <i>art dealer-a</i> : marszandzi: wróg czy przyjaciel artysty?; metody działania na rynku dzieł sztuki	5	P_W01; P_W02; P_W03; P_U01; P_U02; P_U03; P_K01; P_K02
3.	Strategie promocji i handlu dziełami sztuki artystów współczesnych. Atelier artysty jako pracownia otwarta. Sprzedaż bezpośrednia	5	P_W01; P_W02; P_W03; P_U03; P_U04; P_K01; P_K02; P_K03
<b>Zajęcia praktyczne</b>			
1.	Wybór galerii – poszukiwania marszanda/ <i>art dealer-a</i> . Praktyczna ocena kryteriów	2	P_W01; P_W02; P_W03; P_U01; P_U02; P_K02;
2.	Przygotowanie na przykładach oferty sprzedażowej dzieł sztuki.	2	P_W01; P_W02; P_K01; P_K02; P_K03; P_U02; P_U03; P_U04

<sup>5</sup> Wykłady, ćwiczenia, laboratoria, samodzielne prowadzenie zajęć przez studenta.

3.	Sposoby promocji twórczości artysty współczesnego: metody tradycyjne oraz współczesne. Dyskusja	4	P_W01; P_W02; P_U04; P_U05; P_U06, P_K01; P_K02; P_K03
4.	Przygotowanie obiektów do obrotu na rynku dzieł sztuki: dokumentacja podstawowa oraz pomocnicza; działania techniczne i logistyczne	4	P_W01; P_W02; P_U03; P_U04; P_K01; P_K02; P_K03
5.	Wprowadzenie obiektów do obrotu na rynku finansowym (dzieł sztuki): rynek galeryjny; rynek aukcyjny; rynek inwestycji indywidualnych; kolekcje muzealne	4	P_W01; P_W02; P_W03; P_U01; P_U02; P_U03; P_U04; P_K01; P_K02; P_K03
6.	Zajęcia praktyczne – budowa strategii promocyjnych rocznych, trzyletnich i pięcioletnich dla wybranego artysty (tworzenie portfolio, stworzenie planu reklamowego, wystawienniczego, sprzedaży)	12	P_W02; P_U05; P_U06 P_K01; P_K02; P_K03
6.	Zajęcia terenowe w celu poznania różnych form promocji i handlu artystów współczesnych na rynku dzieł sztuki w Polsce	2	P_W02; P_W03; P_U04; P_U05; P_K01; P_K02; P_K03

16.	<b>METODY I FORMY PROWADZENIA ZAJĘĆ</b>	<b>Tak (X) / nie</b>
	Wykład z prezentacją multimedialną wybranych zagadnień	X
	Wykład konwersatoryjny	X
	Wykład problemowy	
	Wykład informacyjny	
	Dyskusja	X
	Praca z tekstem	X
	Metoda analizy przypadków	X
	Uczenie problemowe ( <i>Problem-based learning</i> )	
	Gra dydaktyczna/symulacyjna	
	Metoda ćwiczeniowa	X
	Metoda warsztatowa	
	Metoda projektu	X
	Prezentacja multimedialna	X
	Demonstracje dźwiękowe i/lub video	
	Metody aktywizujące (np.: „burza mózgów”, technika analizy SWOT, technika drzewka decyzyjnego, metoda „kuli śniegowej”, konstruowanie „map myśli”)	X
	Praca w grupach	X
	Praca indywidualna ze studentem (w tym tutoring)	
	Inne (jakie?) - .....	

17.	<p><b>Literatura podstawowa<sup>6</sup>:</b></p> <p>1. Bazyłko P., Masiewicz K., <i>Przewodnik kolekcjonera sztuki najnowszej</i>, Warszawa-Kraków 2018.</p> <p>2. Hook P., <i>Galeria szubrawców. Narodziny (i sporadyczne upadki) profesji marszandów, ukrytych aktorów na scenie dziejów sztuki</i>, Kraków 2017.</p> <p><b>Literatura uzupełniająca:</b></p> <p>1. Bazyłko P., Masiewicz K., <i>Przewodnik kolekcjonera sztuki najnowszej II</i>, Warszawa 2019.</p> <p>2. Iwaszkiewicz M., <i>Marketing a rynek sztuki współczesnej</i>, Poznań 1998.</p> <p>3. Niewiarowski W., <i>Artysta u progu kariery zawodowej</i>, Łódź 2017.</p>
-----	--

18.	<b>OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA</b>		
	<b>Forma aktywności</b>	<b>Rodzaj zajęć</b>	<b>Liczba godzin na zrealizowanie aktywności w</b>
	Wykłady	Zajęcia wymagające udziału Prowadzącego	15
	zajęcie praktyczne		30
	Ćwiczenia		
	laboratoria		
	.....		
	.....		
	<i>Łączna liczba godzin zajęć realizowanych z udziałem prowadzącego</i>		<b>45</b>
	przygotowanie się do zajęć	Praca własna studenta	10
	przygotowanie się do zaliczeń/kolokwiiów		10
	przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia końcowego		10
	.....		
	<i>Łączna liczba godzin pracy własnej studenta</i>		30
	<b>Razem godzin</b> <i>(zajęcia z udziałem prowadzącego + praca własna studenta)</i>		<b>75</b>
	Liczba punktów ECTS		3

19.	<p><b>PROWADZĄCY PRZEDMIOT (IMIE i NAZWISKO, ADRES E-MAIL, INSTYTUT, NR POKOJU KONSULTACJI)</b></p> <p>Zgodnie z przedstawioną we wniosku do Ministerstwa Edukacji i Nauki planowaną obsadą zajęć dla studiów drugiego stopnia na kierunku Rynek sztuki i zarządzanie w kulturze.</p>
-----	---

<sup>6</sup> Dostępna w czytelní, bibliotece, Internecie.

