

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по
УР

_____ А.Е. Рудин

« 29 » июня 2021 года

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.16

Мировой художественный рынок и аукционное дело

Учебный план: ФГОС 3++_2021-2022_42.03.01_ИБК_ЗАО_МКСКИ_1-3-51.plx

Кафедра: **22** Истории и теории дизайна и медиакоммуникаций

Направление подготовки:
(специальность) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Маркетинговые коммуникации в сфере культуры и искусств
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: заочная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоёмкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
	Лекции	Практ. занятия				
4	УП	4	32		1	
	РПД	4	32		1	
5	УП	8	60	4	2	Зачет
	РПД	8	60	4	2	
Итого	УП	4	92	4	3	
	РПД	4	92	4	3	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 512

Составитель (и):

кандидат педагогических наук, Заведующий кафедрой _____

Вильчинская-Бутенко
Марина Эдуардовна

кандидат экономических наук, Доцент _____

Любименко Анна Игоревна

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой истории и теории дизайна и
медиакоммуникаций _____

Вильчинская-
Бутенко Марина
Эдуардовна

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой _____

Вильчинская-
Бутенко Марина
Эдуардовна

Методический отдел: Макаренко С.В.

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: Сформировать компетенции обучающегося в области исследований и анализа художественных рынков и аукционного дела

1.2 Задачи дисциплины:

- усвоение теоретических аспектов комплекса маркетинга художественных рынков, изучение системы маркетинговых исследований и анализа маркетинговой информации;

- привитие практических навыков по использованию методов анализа маркетинга, изучению внутренней и внешней среды предприятия, оценке стратегического планирования маркетинговых мероприятий;

- ознакомление с историей аукционной деятельности, местом аукционов в структуре арт-рынка и функционированием аукционов.

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

Маркетинг культурного продукта

Организация бизнес-мероприятий и спонсоринг

Правовое регулирование рекламы и PR художественного рынка

Маркетинговый анализ региональных художественных рынков

Организация креативных кластеров

Производственная практика (профессионально-творческая практика)

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-1: Способен организовать маркетинговые исследования в области СМИ

Знать: конъюнктуру мирового и регионального арт-рынка; особенности рынка современных и классических произведений изобразительного искусства, рынка антиквариата; законодательные акты, нормативные и методические материалы по процедуре, правилам и технике проведения аукционов.

Уметь: составлять аукционные каталоги; организовывать и проводить презентационные мероприятия, направленные на продвижение креативных продуктов в сфере культуры и искусства.
--

Владеть: методами анализа конъюнктуры и тенденций развития арт-рынка, составления и оформления необходимых документов.

3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Инновац. формы занятий
		Лек. (часы)	Пр. (часы)		
Раздел 1. Художественный рынок: основные понятия	4				
Тема 1. Субъекты и объекты художественного рынка. Инфраструктура художественного рынка.		2		10	НИ
Тема 2. Классификация художественных рынков. Роль и значение художественной сферы в рыночной экономике. Регулирование художественных рынков		1		10	НИ
Тема 3. Факторы, определяющие конъюнктуру художественного рынка. Анализ конъюнктурообразующих факторов.		1		12	НИ
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		4		32	
Консультации и промежуточная аттестация - нет		0			
Раздел 2. Маркетинговые исследования художественных рынков	5				
Тема 4. Практическая работа: Механизмы рыночного предложения и спроса. Легальный и «черный» рынки. Информационная база художественных рынков: источники информации, способы сбора, обработки и хранения данных. Работа с печатными и представленными в сети интернет источниками информации			2	10	НИ
Тема 5. Практическая работа: Маркетинговый анализ художественного рынка. Характеристика спроса на предметы искусства и поведение потребителей на художественном рынке. Выявление особенностей поведения потребителей на арт-рынке. Сегментация потребителей художественных рынков: портрет потребителя, микросегментация. Идентификация особенностей спроса на арт-объекты			2	15	НИ
Тема 6. Практическая работа: Коммуникации в сфере искусства. Продвижение арт-объектов и арт-субъектов. Разработка программы продвижения арт-объекта, арт- субъекта, арт-площадки, арт-проекта на рынке и в органах государственной и муниципальной власти.			2	15	НИ
Раздел 3. Теория и практика аукционной деятельности					

Тема 7. Семинар: Закономерности становления и развития аукционной деятельности как особого явления. Особенности понимания коллекции в различные эпохи. Крупнейшие аукционные дома Европы и Америки. Национальная и интернациональная сети аукционной деятельности. Государственные приобретения и закупки художественных произведений		1	10	НИ
Тема 8. Практ. работа: Особенности функционирования аукционов в России. Этапы построения отношений с художниками. Организация проектов, связанных с продвижением российских художников		1	10	НИ
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		8	60	
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)		0,25		
Всего контактная работа и СР по дисциплине		12,25	92	

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

5.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

5.1.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения	Наименование оценочного средства
ПК-1	<p>Описывает историю становления и особенности аукционной деятельности, особенности поведения субъектов арт-рынка. Представляет методы и подходы к продвижению арт-объектов. Определяет сущность маркетингового анализа и описывает его методы.</p> <p>Проводит исследование регионального арт-рынка и формулирует рекомендации по его развитию. Описывает характеристики потребителей, производителей и иных участников рынка предметов искусства Санкт-Петербурга. Применяет количественный и качественный анализ для принятия управленческих решений, связанных со сферой рынка искусства. Выбирает и применяет приемы структуризации мирового арт-рынка.</p> <p>Проводит самостоятельные маркетинговые исследования на арт-рынке и представляет результаты в виде отчета.</p>	Вопросы для собеседования Практико-ориентированные задания

5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
Зачтено	<p>Полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание предмета и широкую эрудицию в оцениваемой области. Критический, оригинальный подход к материалу. Качество исполнения всех элементов задания полностью соответствует всем требованиям.</p> <p>Ответ стандартный, в целом качественный, основан на всех обязательных источниках информации. Присутствуют небольшие пробелы в знаниях или несущественные ошибки.</p>	

	<p>Ответ неполный, основанный только на лекционных материалах. При понимании сущности предмета в целом – существенные ошибки или пробелы в знаниях сразу по нескольким темам, незнание (путаница) важных терминов. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</p>	
Не зачтено	<p>Неспособность ответить на вопрос без помощи экзаменатора. Незнание значительной части принципиально важных элементов дисциплины. Многочисленные грубые ошибки. Попытка списывания, использования неразрешенных технических устройств или пользования подсказкой другого человека (вне зависимости от успешности такой попытки). Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</p>	

5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

5.2.1 Перечень контрольных вопросов

№ п/п	Формулировки вопросов
Курс 4	
1	Источники информации для проведения маркетингового анализа арт-рынка
2	Способы получения информации для проведения маркетингового анализа арт-рынка
3	Инфраструктура арт-рынка
4	Понятие арт-рынка, его специфические особенности
5	Взаимодействие субъектов и объектов арт-рынка
6	Классификация субъектов арт-рынка
7	Классификация объектов арт-рынка
8	Влияние факторов макросреды на арт-рынок
9	Микросреда субъекта арт-рынка
10	Особенности инвестирования в предметы искусства
11	Инвестиционные индикаторы арт-рынка
12	Индикаторы оценки художественного рынка
13	Информационная функция арт-рынка
14	Посредническая функция арт-рынка
15	Ценообразующая функция арт-рынка
16	Регулирующая и стимулирующая функция арт-рынка
17	Этапы маркетингового исследования художественных рынков
18	Формирование информационной базы художественного рынка
19	Сегментация потребителей художественных рынков: портрет потребителя, микросегментация
20	Особенности спроса на арт-рынке
21	Система коммуникаций на арт-рынке
22	Роль выставок, галерей и аукционных домов в продвижении арт-объектов
23	Факторы, определяющие конъюнктуру арт-рынка
24	Особенности ценообразования на арт-объекты
25	Роль аукционной торговли в продвижении и ценообразовании на предметы искусства
26	Государственное регулирование художественных рынков
27	Международные конвенции, регулирующие перемещение художественных ценностей
28	Задачи экспертизы художественных ценностей
29	Методы продвижения арт-продуктов

5.2.2 Типовые тестовые задания

не предусмотрены

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Распределите факторы макросреды галереи современного искусства по группам факторов: 1) природные, 2) политические, 3) технологические 4) правовые, 5) экономические, 6) социальные, 7) культурные.

1. Президентские выборы
2. Запреты, санкции на определенную символику
3. Политическая интеграция
4. Международное сотрудничество
5. Политика государства в области культуры
6. Инвестиционный климат
7. Международные конвенции
8. Международные и двусторонние договоры
9. Национальное законодательство
10. Таможенное законодательство
11. Цены на энергоносители
12. Курс национальной валюты
13. Инфляция
14. Уровень доходов бизнеса
15. Уровень доходности вложений в произведения искусства
16. Износ оборудования
17. Площади для экспонирования
18. Система хранения предметов искусства
19. Информационная система
20. Возможности дистанционного экспонирования
21. Старение ведущих специалистов
22. Уровень образования
23. Демографический состав населения
24. Характеристики спроса
25. Уровень доходов населения
26. Климат
27. Материалы для творчества
28. Вторичное использование материалов / защита окружающей среды
29. Локация
30. Продолжительность светового дня
31. Традиции
32. Религия
33. Уровень просвещения
34. Наличие художественных школ
35. Популяризация современной культуры

Заполните таблицу, используя следующие характеристики потребителей: возраст; размер семьи; стиль жизни; степень нуждаемости в продукте; регион; плотность населения; пол; профессия; личные качества; численность населения; уровень доходов; климат; город или сельская местность; поиск выгод при покупке изделия.

Демографические:

Психографические:

Географические:

Отношение к продукту:

Социально-экономические:

5.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности)

5.3.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная Письменная Компьютерное тестирование Иная

5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Зачет включает теоретический вопрос из перечня, практическое задание.

На подготовку к ответу и выполнение практического задания студенту дается 25 минут.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
6.1.1 Основная учебная литература				
Мазилкина, Е. И.	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности	Ростов-на-Дону: Феникс	2012	http://www.iprbookshop.ru/4983.html
Корочкова С. А.	Российский рекламный рынок	СПб.: СПбГУПТД	2017	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20179129
Коротков А. В.	Маркетинговые исследования	Москва: ЮНИТИ-ДАНА	2012	http://www.iprbookshop.ru/10519.html
Невоструев, П. Ю.	Маркетинг и маркетинговые исследования	Москва: Евразийский открытый институт	2011	http://www.iprbookshop.ru/10711.html
Чигиринова М. В., Титова М. Н., Любименко А. И.	Менеджмент в индустрии моды и арт-объектов	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2020	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=202017
6.1.2 Дополнительная учебная литература				
Северюхин Д. Я.	История отечественного арт-рынка. Практические занятия и самостоятельная работа студентов	СПб.: СПбГУПТД	2017	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20179121
Спицкий С. В.	Эффективная аудиторная и самостоятельная работа обучающихся	СПб.: СПбГУПТД	2015	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2015811
Любименко А. И., Федорова Л. А.	Управление продвижением товаров и услуг	СПб.: СПбГУПТД	2017	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2017576

6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Информационно – правовой портал ГАРАНТ [Электронный ресурс]. URL: <http://www.garant.ru>

Справочно-правовая система КонсультантПлюс [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru>,

6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

Microsoft Windows

6.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Аудитория	Оснащение
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска
Учебная аудитория	Специализированная мебель, доска