

	Akademia Sztuki w Szczecinie	
	Wydział	Malarstwa i Praktyk Kuratorskich
	kierunek:	Kuratorstwo i realizacja wystaw
	specjalność:	-
	poziom	studia I stopnia
	forma:	stacjonarne
	profil:	ogólnoakademicki

SYLABUS

A. Informacje ogólne

nazwa przedmiotu		Marketing i ochrona własności intelektualnej	kod przedmiotu (z planu studiów)	Kur.I.A3	przynależność do bloku	blok ogółnoakademicki
prowadzący		Dr Mikołaj Iwański			e-mail	
rok	III	semestr	6		punkty ECTS	4
typ przedmiotu		obowiązkowy/ ~~obieralny~~			język wykładowy	polski
liczba godzin		wykłady	30		suma	30
		ćwiczenia				
		laboratoria				
		pracownie				

* niepotrzebne skreślić

B. Wymagania wstępne w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji

Ogólna wiedza humanistyczna, orientowanie się w sposobach komunikacji i promocji wydarzeń artystycznych

C. Informacje dotyczące celów przedmiotu

- C1 – przekazanie wiedzy z zakresu marketingu kultury i ochrony własności intelektualnej;
- C2 – rozwijanie umiejętności rozeznania się w podstawach prawnych w zakresie działalności kulturalnej oraz komunikacji z grupami odbiorczymi;
- C3 – przygotowanie do wykorzystania analizy grup odbiorczych we własnej praktyce kuratorskiej i projektowej;
- C4 – wyrobienie umiejętności pisania krótkich tekstów komunikujących projekty / wydarzenia.

D. Efekty uczenia się dla przedmiotu (EK) (opis osiągnięć studenta po ukończeniu przedmiotu)	Efekty kierunkowe	efekty uczenia się dla kwalifikacji na poziomach 6-8 Polskiej Ramy Kwalifikacji wg. Rozporządzenia MNiSW
WIEDZA: absolwent zna i rozumie		
zna podstawowe zagadnienia z zakresu finansowych i prawnych aspektów zawodu kuratora wystaw sztuki z uwzględnieniem form indywidualnej przedsiębiorczości oraz zagadnień związanych z prawem autorskim i marketingiem	KUR1_W10	P6S_WK
ma podstawową wiedzę dotyczącą środków komunikacji społecznej	KUR1_W12	P6S_WG
UMIEJĘTNOŚCI: absolwent potrafi		
umie stosować zachowania związane z publicznymi prezentacjami własnych dokonań, posiada umiejętności niezbędne do organizowania i przeprowadzenia wystąpień z wykorzystaniem aktualnych technik i technologii	KUR1_U15	P6S_UW
KOMPETENCJE SPOŁECZNE: absolwent jest gotów do		
rozumie potrzebę i zna możliwości ciągłego doskonalenia się (studia drugiego i trzeciego stopnia, studia podyplomowe, kursy) – podnoszenia kompetencji zawodowych, osobistych i społecznych	KUR_K01	PS6_KU

D1. Treści programowe					
wykład			ćwiczenia		
semestr 6					
typ	temat	liczba godz	typ	temat	Liczb a godz
Wd	Podstawy marketingu w sektorze kultury i sztuki – specyfika rynku sztuki i rola kuratora. Strategie promocji wystaw, artystów i instytucji kultury (media tradycyjne, cyfrowe, social media). Budowanie marki artysty, kuratora i projektu wystawienniczego. Prawo autorskie i prawa pokrewne w działalności kuratorskiej. Ochrona własności intelektualnej w sztukach wizualnych (utwór, autorstwo, licencje). Umowy, dozwolony użytek, cytaty wizualny i reprodukcje dzieł sztuki. Etyczne i prawne aspekty obiegu dzieł sztuki na rynku pierwotnym i wtórnym.	30			

D2. Powiązanie z badaniami naukowymi/artystycznymi	
Temat zadania badawczego/nazwa projektu:	
-	
Sposób zapewnienia udziału studentów w prowadzonych badaniach:	
-	

E1. Literatura obowiązkowa

Marketing w kulturze, Warszawa: PWN

Prawo autorskie, Warszawa: Wolters Kluwer

Rynek sztuki w Polsce, Warszawa: ASP

E2. Literatura uzupełniająca

Art Law, London: Routledge

F. Forma i warunki zaliczenia przedmiotu

Warunki zaliczenia				Warunki egzaminu		
Aktywny udział w zajęciach, zaliczenie ustne lub pisemne.				-		
Inne:						
ocena celująca	ocena bardzo dobra	ocena dobra plus	ocena dobra	ocena dostateczna plus	ocena dostateczna	ocena niedostateczna

G. Nakład pracy studenta

Forma aktywności	średnia liczba godzin
godziny kontaktowe z nauczycielem	30
przygotowanie do zajęć	20
opracowanie materiału po zajęciach	20
konsultacje/ egzamin/sprawdzian/przegląd/ przesłuchanie	20
przygotowanie do egzaminu/przeglądu/przesłuchania	10
suma godzin	100
liczba punktów ECTS	4

4.05.2026 Mikołaj
Iwański
Podpis Autora treści sylabusa

.....
Podpis Przewodniczącego
Kierunkowej Rady Programowej