


МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
 федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
 высшего образования
 «НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
 АРХИТЕКТУРЫ, ДИЗАЙНА И ИСКУССТВ имени А.Д.Крычкова»
 (НГУАДИ)

РПД одобрена
 Ученым советом НГУАДИ
 протокол № 17 от 28.02.2022

УТВЕРЖДАЮ
 Проректор по ОмД
 И.В. Рязанцева
 " 28 " февраля 2022 г.

Мировой художественный рынок и аукционное дело рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **Монументально-декоративного искусства**
 Учебный план 42.03.01_2023_РиО.plx
 Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
 Профиль креативный продукт в сфере культуры и искусства

Форма обучения **очная**
 Общая трудоемкость **3 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 108
 в том числе: Виды контроля в семестрах:
 аудиторные занятия 30 зачеты 7
 самостоятельная работа 78

Распределение часов дисциплины по семестрам

| Семестр (<Курс>.<Семес тр на курсе>) | 7 (4.1) | | Итого | |
|--|---------|-----|-------|-----|
| | 15 5/6 | | | |
| Вид занятий | уп | рп | уп | рп |
| Лекции | 30 | 30 | 30 | 30 |
| Итого ауд. | 30 | 30 | 30 | 30 |
| Контактная работа | 30 | 30 | 30 | 30 |
| Сам. работа | 78 | 78 | 78 | 78 |
| Итого | 108 | 108 | 108 | 108 |

Программу составил(и):

Доцент кафедры МДИ, Гончарова Н.Г.



Рецензент(ы):

канд.искусствоведения, Зав.кафедрой МДИ, Шавшина И.П.



Рабочая программа дисциплины

Мировой художественный рынок и аукционное дело

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

утвержденного учёным советом вуза от 28.02.2022 протокол № 17.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Монументально-декоративного искусства

Протокол от 28.02.2022 г. № 07

Срок действия программы: 2023-2027 уч.г.

Зав. кафедрой  И.П. Шавшина

Согласовано:

Декан факультета



Е.Л. Соболева

Заведующий НТБ



Н.А.Патрушева

| 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) | |
|--------------------------------------|---|
| 1.1 | Цель освоения дисциплины - формирование профессиональных знаний у обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью в области исследований и анализа |
| 1.2 | художественных рынков и аукционного дела. |

| 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП | |
|-------------------------------------|--|
| Цикл (раздел) ООП: | Б1.В |
| 2.1 | Требования к предварительной подготовке обучающегося: |
| 2.1.1 | Культурные институции и социальное взаимодействие |
| 2.1.2 | Маркетинговый анализ региональных художественных рынков |
| 2.1.3 | Производственная практика. Профессионально-творческая практика |
| 2.1.4 | Креативные технологии в рекламе и PR |
| 2.2 | Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее: |
| 2.2.1 | Организация музейно-выставочных проектов |
| 2.2.2 | Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы |
| 2.2.3 | Производственная практика. Преддипломная практика |

| 3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) | |
|---|---|
| ПК-2: Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности | |
| Знать: | |
| Уровень 1 | Особенности мирового и регионального арт-рынка, рынка произведений изобразительного искусства и антиквариата |
| Уметь: | |
| Уровень 1 | Составлять аукционные каталоги, организовывать и проводить презентационные мероприятия, направленные на продвижение креативных продуктов в сфере культуры и искусства |
| Владеть: | |
| Уровень 1 | Навыками проведения презентаций по продвижению креативных продуктов в сфере искусства |

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

| | |
|------------|--|
| 3.1 | Знать: |
| 3.1.1 | ПК-2.1.7 Историю становления и особенности аукционной деятельности, особенности поведения субъектов арт-рынка; |
| 3.1.2 | |
| 3.1.3 | ПК-2.1.8 Методы и подходы к продвижению арт-объектов в сфере креативных индустрий, культуры и искусства; |
| 3.2 | Уметь: |
| 3.2.1 | ПК-2.2.9 Проводить исследования региональных арт-рынков и формулировать рекомендации по их развитию в сфере креативных индустрий; |
| 3.3 | Владеть: |
| 3.3.1 | ПК-2.3.6 Навыками проведения презентационных мероприятий, направленных на продвижение креативных продуктов в сфере культуры и искусства; |

| 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) | | | | | | |
|---|---|----------------|-------|-------------|----------------------------------|------------|
| Код занятия | Наименование разделов и тем /вид занятия/ | Семестр / Курс | Часов | Компетенции | Литература | Примечание |
| | Раздел 1. Мировой художественный рынок и аукционное дело | | | | | |
| 1.1 | Художественный (Арт) рынок и его особенности /Лек/ | 7 | 4 | ПК-2 | Л1.2 Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1 | |

| | | | | | |
|-----|--|---|----|------|----------------------------------|
| 1.2 | Классификация художественных рынков. Роль и значение художественной сферы в рыночной экономике. Регулирование художественных рынков /Лек/ | 7 | 4 | ПК-2 | Л1.2 Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1 |
| 1.3 | Планирование маркетингового исследования на арт-рынке /Лек/ | 7 | 6 | ПК-2 | Л1.2 Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1 |
| 1.4 | Механизмы рыночного предложения и спроса. Легальный и нелегальные рынки. Информационная база художественных рынков: источники информации, способы сбора, обработки и хранения данных /Лек/ | 7 | 4 | ПК-2 | Л1.2 Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1 |
| 1.5 | Коммуникации в сфере искусства. Продвижение арт-объектов и арт-субъектов. Разработка программы продвижения арт-объекта, арт-субъекта, арт-площадки, арт-проекта на рынке /Лек/ | 7 | 4 | ПК-2 | Л1.2 Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1 |
| 1.6 | Аукцион. Понятие и принципы деятельности /Лек/ | 7 | 4 | ПК-2 | Л1.2 Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1 |
| 1.7 | Особенности функционирования аукционов в РФ. Этапы построения отношений с художниками. Организация проектов, связанных с продвижением художников /Лек/ | 7 | 4 | ПК-2 | Л1.2 Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1 |
| 1.8 | Самостоятельная работа по дисциплине. Подготовка к контрольной работе и зачету /Ср/ | 7 | 78 | ПК-2 | Л1.2 Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1 |

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

См. приложение 1 к рабочей программе дисциплин "Мировой художественный рынок и аукционное дело"

5.2. Темы письменных работ

См. приложение 1 к рабочей программе дисциплин "Мировой художественный рынок и аукционное дело"

5.3. Фонд оценочных средств

См. приложение 1 к рабочей программе дисциплин "Мировой художественный рынок и аукционное дело"

5.4. Перечень видов оценочных средств

См. приложение 1 к рабочей программе дисциплин "Мировой художественный рынок и аукционное дело"

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

| | Авторы, составители | Заглавие | Издательство, год |
|------|-------------------------------------|---|--|
| Л1.1 | Чигиринова, М. В., Титова, М. Н. | Менеджмент в индустрии моды и арт-объектов: учебное пособие | Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2020 |
| Л1.2 | Корочкова, С. А. | Российский рекламный рынок: учебное пособие | Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2017 |

6.1.2. Дополнительная литература

| | Авторы, составители | Заглавие | Издательство, год |
|------|---------------------|---|---------------------|
| Л2.1 | Мазилкина Е. И. | Маркетинговые коммуникации: Учебное пособие | Москва: Эксмо, 2010 |

| | Авторы, составители | Заглавие | Издательство, год |
|--|---|---|---|
| Л2.2 | Невоструев П. Ю. | Маркетинг и маркетинговые исследования: Учебное пособие | Москва: Евразийский открытый институт, 2011 |
| Л2.3 | Невоструев П. Ю. | Маркетинговые коммуникации: Учебное пособие | Москва: Евразийский открытый институт, 2011 |
| 6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | | | |
| Э1 | ЭОР НГУАДИ по дисциплине "Мировой художественный рынок и аукционное дело" - https://portal.nsuada.ru/ | | |
| 6.3.1 Перечень программного обеспечения | | | |
| 7.3.1.1 | Windows 7 – операционная система, LibreOffice, Adobe Acrobat Reader DC, PowerPoint Viewer, Kaspersky Endpoint Security 10, 7-Zip x64 | | |
| 6.3.2 Перечень информационных справочных систем | | | |
| 7.3.2.1 | Электронная библиотечная система «IPRbooks» – Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/ | | |
| 7.3.2.2 | Elibrary.ru: научная электронная библиотека – Режим доступа: https://elibrary.ru/ | | |

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

| | | | |
|-----|---|--|--|
| 7.1 | Учебная аудитория, оснащенная комплектом учебной мебели и мультимедийным оборудованием с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде НГУАДИ | | |
|-----|---|--|--|

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

| | | | |
|--|--|--|--|
| Зачет – это форма итогового контроля, указанная в учебном плане, которая предусматривает оценивание освоения обучающимися материалов учебной дисциплины на основании результатов обучения в семестре | | | |
|--|--|--|--|

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**«НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
АРХИТЕКТУРЫ, ДИЗАЙНА И ИСКУССТВ ИМЕНИ А.Д.КРЯЧКОВА»
(НГУАДИ)**

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Приложение 1 к рабочей программе дисциплины
«Мировой художественный рынок и аукционное дело»

Учебный план: 42.03.01_2023_РиО.

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Креативный продукт в сфере культуры и искусства

1. Описание критериев и шкал оценивания сформированности компетенций в рамках текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине

Таблица 1

| Код Компетений | Оценочные средства | Не сформирован 0-30 баллов (неудовлетворительно) | Пороговый уровень 31-50 балл (удовлетворительно) | Базовый уровень 51-81 балл (хорошо) | Продвинутый уровень 81-100 баллов (отлично) |
|----------------|--|--|--|---|--|
| ПК-2 | Контрольная работа Вопросы к зачету | Компетенция не сформирована. У обучающегося обнаружены пробелы в знаниях основного учебного материала, допущены принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой практических заданий. | Компетенция сформирована на пороговом уровне. Пороговый уровень дает общее представление о виде деятельности, основных закономерностях функционирования объектов профессиональной деятельности, методов и алгоритмов решения практических задач | Компетенция сформирована на базовом уровне. Базовый уровень позволяет решать типовые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения по известным алгоритмам, правилам и методикам | Компетенция сформирована на продвинутом уровне. Продвинутый уровень предполагает готовность решать практические задачи повышенной сложности, нетиповые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения в условиях неполной определенности, при недостаточном документальном, нормативном и методическом обеспечении |

2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.

Текущий контроль успеваемости – Контрольная работа

Примеры заданий для контрольных письменных работ:

1. Планирование маркетингового исследования на арт-рынке Новосибирска
2. Организация проектов, связанных с продвижением художников на арт-рынке

Промежуточная аттестация – Зачет

Вопросы к зачету

- 1 Инфраструктура арт-рынка
- 2 Понятие арт-рынка, его специфические особенности
- 3 Взаимодействие субъектов и объектов арт-рынка
- 4 Классификация субъектов арт-рынка
- 5 Классификация объектов арт-рынка
- 6 Влияние факторов макросреды на арт-рынок
- 7 Микросреда субъекта арт-рынка
- 8 Особенности инвестирования в предметы искусства
- 9 Инвестиционные индикаторы арт-рынка
- 10 Индикаторы оценки художественного рынка
- 11 Информационная функция арт-рынка
- 12 Посредническая функция арт-рынка
- 13 Ценообразующая функция арт-рынка
- 14 Регулирующая и стимулирующая функция арт-рынка
- 15 Этапы маркетингового исследования художественных рынков
- 16 Формирование информационной базы художественного рынка
- 17 Особенности спроса на арт-рынке
- 18 Система коммуникаций на арт-рынке
- 19 Роль выставок, галерей и аукционных домов в продвижении арт-объектов
- 20 Факторы, определяющие конъюнктуру арт-рынка
- 21 Особенности ценообразования на арт-объекты
- 22 Роль аукционной торговли в продвижении и ценообразовании на предметы искусства
- 23 Государственное регулирование художественных рынков
- 24 Международные конвенции, регулирующие перемещение художественных ценностей
- 25 Задачи экспертизы художественных ценностей
- 26 Методы продвижения арт-продуктов

3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация может проводиться в очной форме и (или) с применением дистанционных образовательных технологий в соответствии с Положением об организации текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по образовательным программам высшего образования НГУАДИ имени А.Д. Крячкова.

Промежуточная аттестация – Зачет

Зачет

Зачет является заключительным этапом изучения дисциплины. Готовясь к нему, студент повторяет изученный материал, восполняет пробелы, приводит свои знания в систематизированный вид, получает более глубокое представление о содержании курса. Вследствие этого подготовка к зачету сама оказывается важной формой учебной работы. Зачет проводится в фиксированные сроки и специально назначенной аудитории.

Студентам, получившим неудовлетворительные оценки, поясняется процедура и сроки проведения пересдачи.