

Programa analitica

Disciplina: **Managementul artistic**

Titular: Lector univ. drd. Cristian Neagoe

An de studiu	Anul II	
	Sem.3	Sem. 4
Nr. ore/săpt.	1C+1S	1C+1S
Nr. ore/semestru	28	28
Nr. total ore/an	56	
Nr. credite/semestru	5	5
Nr. total credite/an	10	
Forma de evaluare	C	E

Scopul cursului:

Cursul se adresează tuturor studenților și are drept țintă următoarele obiective:

1. Pregătirea acestora cu noțiunile și strategia necesară în vederea pătrunderii pe piața artistică. Cursul se adresează tuturor studenților din învățământul artistic.
2. Studiarea elementelor care intră în alcătuirea unui proiect artistic.

De ce acest curs?

În contextul deschiderii Europei, absolventul învățământului artistic este confruntat cu un mod dinamic de adaptare, foarte complex, în efortul său de a se integra în viața artistică și socială a comunității.

În contextul păstrării identității lui spirituale, a apartenenței sale la un spațiu cultural, el se racordează în același timp la noile tendințe artistice, la noi forme de expresivitate artistică și la noile metode ale educației artistice; în esență acordă noi valențe elementelor limbajului plastic.

Obiectivele cursului:

- Dezvoltarea abilităților psihice și intelectuale a studentului, cursantului prin intermediul studierii metodologiei managementului artistic.
- Studiarea elementelor de management artistic racordate la tendințele artei contemporane.
- Studiarea căilor de pătrundere a artistului contemporan pe piața artei.

Structurarea cursului-capitolele principale:

Pregătirea și elaborarea unui proiect artistic.

- I. Conceperea și definirea demersului artistic propriu.
- II. Căile de pătrundere a artistului contemporan pe piața artei internaționale.
- III. Impresariatul artistic: obiective, definirea termenului, metode de abordare.
 - a. Pregătirea artistului pentru integrarea pe piața artei.
- IV. Comerțul cu opera de artă
 - a. Artibuțiile artistului în vederea desfășurării acestei activități.
 - b. Rolul curatorului în promovarea artistului, în organizarea unei expoziții personale sau de grup.
- V. Metode de popularizare: reclama, publicitatea, internetul, alte metode de popularizare
 - a. Modalități de colaborare, de penetrare în mass-media;
Functionarea, organizarea unei galerii care împrumută lucrări de artă.

- VI. “Open atelier”, deschiderea periodica a atelierului personal în vederea prezentarii lucrarilor expuse beneficiarului de arta.
- a. Reguli de protocol în comunicarea verbala, scrisa și telefonica cu beneficiarul de arta cu cei interesati de fenomenul artistic;
 - b. Criterii de evaluare a pretului de vanzare a produsului artistic.

Bibliografie:

- George Bernier - *Arta si comertul*, Editura Meridiane, Bucuresti, 1979
- XXX ” *Kunst is ondernemer, ondernemer is kunst*” (*Arta inseamna a intreprinde, a intreprinde este arta*)-curs postuniversitar.
- Pierre Bourdieu - *Regurile artei*, Editura Univers, Bucuresti, 1998