

Врста и ниво студија: Дипломске академске студије – други ниво студија			
Назив предмета: Маркетинг у уметности			
Наставник: проф. др Драган А. Никодијевић			
Статус предмета: обавезни			
Број ЕСПБ: 8			
Услов: Познавање основних феномена уметности, историје уметности и основних начела управљања и организовања уметничке праксе.			
Циљ предмета Развијање знања о процесима маркетиншких комуникација и продаје у уметности.			
Исход предмета Разумевање процеса и проблема друштвено-економске егзистенције уметничке праксе и способност за изналажење начина који воде њиховом рационалном решавању.			
Садржај предмета <i>Теоријска настава</i> <ol style="list-style-type: none"> 1. О маркетингу и уметности (комерцијални и некомерцијални маркетинг) 2. Историјски аспекти маркетинга у уметности 3. Феномени маркетиншких комуникација — уверавање, манипулација, пропаганда, реторика 4. Етички и законодавни аспекти маркетиншких комуникација 5. Маркетиншка функција пословног идентитета и имиџа; Потрошња и животни стилови у потрошачкој култури; Митска снага брэнда — робна марка, блокбастер 6. Симбиоза естетских и економских категорија — циљеви и принципи маркетинга у уметности; реклама и продаја у уметности 7. Потребе у стваралаштву и потрошњи 8. Уметност и тржиште 9. Уметност и новац — извори финансирања уметности 10. Условљавајући фактори маркетиншких комуникација — психо-физиолошки, социјални, економски, медијско-технолошки 11. Оглашавање — рекламна презентација роба и услуга 12. Оглашавање, огласна кампања и непосредне рекламне форме 13. Продаја у уметности 14. Мултимедијски маркетинг — нови путеви до потрошача 15. Радна посета маркетиншкој служби установе културе <i>Практична настава: Вежбе, Радне посете, Други облици наставе, Студијски истраживачки рад</i>			
Литература <ol style="list-style-type: none"> 1. Никодијевић, Д. (2006): <i>Маркетинг у уметности</i>, Мегатренд универзитет, Београд 2. Никодијевић, Д. (2007): <i>Маркетинг у култури и медијима</i>, Мегатренд универзитет, Београд 3. Никодијевић, Д. (2012): <i>Менаџмент и маркетинг у уметности</i>, Службени гласник, Београд (монографија) 4. Никодијевић, Д. (2013): <i>Патологија дуга у уметности</i>, Просвета, Београд (монографија) 			
Број часова активне наставе			Остали часови
Предавања: 15x3=45	Вежбе: 15x2=30	Други облици наставе: Студијски истраживачки рад:	
Методe извођења наставе Ex katedra, интерактивност, дискусионе групе и контролни тестови.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	Поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	10	писмени испит	
практична настава		усмени испит	50
колоквијум-и	2 x 10	
семинар-и	20		
Начин провере знања могу бити различити наведено у табели су само неке опције: (писмени испити, усмени испит, презентација пројекта, семинари итд.....			
Максимална дужна 1 страница А4 формата			