

<<艺术市场学>>

图书基本信息

书名：<<艺术市场学>>

13位ISBN编号：9787810832236

10位ISBN编号：7810832239

出版时间：2003-4

出版时间：中国美术学院出版社

作者：章利国

页数：286

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<艺术市场学>>

内容概要

艺术市场学是对艺术市场本质的规律做全面科学研究的新兴学科，是艺术学体系中不可缺少的组成部分。

随着社会的发展，艺术市场学已成为艺术院校及综合性大学人文学科的一门重要课程。

本书是国内该研究领域第一部较全面科学的理论成果和大学教材，其特点是以美术市场为观察中心，运用经济学、管理学、文化学、艺术学、美学、心理学、法学等多学科结合的研究方法，吸收国外艺术市场研究的有益成果，并结合中国艺术市场的实际情况，揭示艺术市场本质特征和运行法则，同时注重理论联系实际。

著者章利国为中国美术学院教授，研究生导师，认真考察、分析、研究国内外美术市场的历史、现状和变化历时11年，并长期从事本课程的教学。

为适应艺术教育发展的新形势，便于教学，本书除配有代表性的图版外，还在各章正文后附有小结和思考讨论题。

各章引文有注释，书后附有参考书目，以利学生进一步学习和研究。

本书也是一般读者了解艺术市场学的理想读物。

<<艺术市场学>>

书籍目录

总序第一章 绪论 第一节 艺术品的双重属性 第二节 艺术市场的本质特征和作用 第三节 艺术市场学的重要性 第四节 艺术市场学研究的原则 第五节 几点说明 小结与思考题第二章 艺术品的市场流通和商业运作 第一节 艺术品的市场流通过程 第二节 艺术商业中介的作用 第三节 艺术商业中介的形式 小结与思考题第三章 艺术消费者 第一节 艺术消费与艺术消费者概说 第二节 艺术消费者的差异性 第三节 艺术消费者市场 第四节 艺术消费者的购买决策 小结与思考题第四章 艺术投资与艺术收藏 第一节 艺术投资的意义和作用 第二节 短期艺术投资和长期艺术投资 第三节 艺术投资手段 第四节 艺术投资风险 第五节 艺术收藏 小结与思考题第五章 艺术市场预测 第一节 艺术市场调查 第二节 艺术市场预测的原理和方法 第三节 艺术市场商品需求预测 第四节 艺术市场商品资源预测 第五节 艺术家商业潜力预测 小结与思考题第六章 艺术品经营决策 第一节 艺术品经营决策概说 第二节 艺术品经营决策的基本原则和程序 第三节 艺术商品决策 小结与思考题第七章 艺术经营心理 第一节 顾客购买心理规律：需要与动机 第二节 顾客购买心理其他规律 第三节 艺术经营者个体心理 第四节 艺术商业经营心理 小结与思考题第八章 画廊经营 第一节 画廊的种类、性质和作用 第二节 画廊的形象与市场定位 第三节 画廊与艺术家、艺术批评家等的合作 小结与思考题第九章 艺术品拍卖 第一节 艺术品拍卖方式 第二节 艺术品拍卖的作用 第三节 艺术品拍卖程序策略 第四节 艺术品拍卖所忌 第五节 主要艺术品拍卖企业 小结与思考题第十章 艺术博览会第十一章 艺术经纪人第十二章 艺术品价格第十三章 艺术趣味制造与艺术广告第十四章 艺术品促销第十五章 国外艺术市场的适应第十六章 艺术批评与艺术市场第十七章 艺术家的市场意识第十八章 艺术市场调控注释主要参考书目

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>