

DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA

Asignatura:	ECONOMÍA DE LA CULTURA: Mercados, Instrumentos y Políticas
Año Académico:	2015-2016
Titulación:	Grado en Gestión Cultural
Código:	101312202
Tipo:	Común (Obligatoria)
Curso:	Primero
Materia:	Ampliación de Economía
Módulo:	Formación específica en dirección de Empresas y Economía
Cuatrimestre:	Segundo Cuatrimestre
Horario de clase: ¹	19 FEB- 11 MARZO- 22 ABRIL- 27 MAYO (17 H.)
Créditos:	6 créditos
Idioma de instrucción:	Español
Apoyo Virtual:	Dirección electrónica de la página en la plataforma Moodle.

DATOS BÁSICOS DEL PROFESORADO

Nombre:	Emilio Congregado (Coordinador)
Área:	Economía Aplicada
Departamento:	Economía
Centro:	Facultad de Ciencias Empresariales
Despacho:	Campus de la Merced, Planta 2ª Despacho 54 Facultad de Humanidades, Pabellón 11, Despacho 25 bajo.
E-Mail:	congregado@uhu.es
Teléfono:	959217832 (Empresariales) 959219054 (Humanidades) Web: www.uhu.es/emilio.congregado
Nombre:	Jesús Iglesias Garrido
Área:	Economía Aplicada
Departamento:	Economía
Centro:	Facultad de Ciencias Empresariales
Despacho:	Campus de la Merced, Planta 2ª Despacho 54 Facultad de Humanidades, Pabellón 11, Despacho 25 bajo
E-Mail:	jesus.iglesias@dege.uhu.es
Tutorías:	
Cuatrimestre 1:	Martes y Miércoles 11:30-13:30 (Facultad de Derecho, A6) Miércoles 16:30-18:30 (Facultad de Ciencias del Trabajo, 3.19)
Cuatrimestre 2:	Lunes y Jueves de 15 a 18 (Facultad de Humanidades, despacho 25). Teléfono 959219054 y CHAT GMAIL: CUENTA: iglesias.uhu@gmail.com Correo electrónico: jesus.iglesias@dege.uhu.es (se procurará responder en el día)

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

1. DESCRIPTOR

Análisis de los mercados de arte, del patrimonio y de la industria cultural, así como de la industria creativa, enfatizando en los instrumentos y políticas públicas en la materia.

2. REQUISITOS Y RECOMENDACIONES

No se establecen requisitos previos, aunque es recomendable haber cursado la asignatura de Introducción a la Economía de la Cultura o al menos una asignatura de Introducción a la

Economía, en la que el alumno haya realizado una toma de contacto con los principales modelos de análisis económico.

3. TEMARIO DESARROLLADO

1. Economía del arte: el mercado del arte y el patrimonio cultural

- 1.1. Introducción
- 1.2. El análisis económico de los museos
- 1.3. Los bienes de interés cultural
- 1.4. La valoración de los bienes culturales
- 1.5. La obra de arte como activo: el papel de las subastas






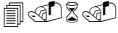
2. La industria creativa y el sector cultural

- 2.1. Introducción
- 2.2. El papel de la propiedad intelectual como rasgo definitorio de la industria de la creatividad
- 2.3. La perspectiva jurídica
- 2.4. La lógica económica
- 2.5. El mercado de los derechos de propiedad intelectual
- 2.6. ¿Podemos proteger la propiedad intelectual con instrumentos alternativos al copyright?

3. La industria de la creación (I)

- 3.1. Introducción
- 3.2. La industria del libro
- 3.3. La oferta y la demanda
- 3.4. Editores, agentes literarios y el contrato de edición
- 3.5. El carácter del libro y la propensión a vulnerar la propiedad intelectual

4. La industria de la creación (II)

-  La industria de la música
-  Las características de la demanda
-  La oferta
-  La estructura de la industria musical
-  Los subsectores de la industria musical
-  Los medios físicos, digitales y el futuro de la industria

5. La industria de la creación (III)

- 5.1. La industria del cine
- 5.2. Las características de la demanda
- 5.3. La oferta
- 5.4. La estructura de la industria del cine
- 5.5. La intervención pública
- 5.6. Los soportes, la piratería y el futuro del sector

6. La industria de la creación (IV)

- 6.1. La industria de la radio y la televisión
- 6.2. La industria de la televisión

6.3. La industria de la radio

7. La promoción de la cultura como instrumento de economía regional y urbana

- 7.1. Introducción
- 7.2. La declaración de ciudad de la cultura como estrategia de promoción turística
- 7.3. Los festivales como parte de la estrategia de desarrollo local
- 7.4. Ciudades creativas
- 7.5. El empresario cultural

4. BIBLIOGRAFÍA

4.1 GENERAL

- BAUMOL, W. J. (1996). CHILDREN OF PERFORMING ARTS, THE ECONOMIC DILEMMA: THE CLIMBING COSTS OF HEALTH CARE AND EDUCATION, *JOURNAL OF CULTURAL ECONOMICS*, 20, 183-206.
- BAUMOL, W. J. Y BOWEN, W.G. (1966). PERFORMING ARTS: THE ECONOMIC DILEMMA. NEW YORK: TWENTIETH CENTURY FUND.
- BLAUG, MARK (2001). WHERE ARE WE NOW ON CULTURAL ECONOMICS?, *JOURNAL OF ECONOMIC SURVEYS* 15, 123 - 144.
- CONGREGADO, E., CARMONA, M. E IGLESIAS, J. (2014). ECONOMÍA DE LA CULTURA, PEARSON, MADRID, 179 PÁGS. E-BOOK, ISBN. 9788490354810
- FREY, B.S. (2000). LA ECONOMÍA DEL ARTE. VOLUMEN 18, DE LA COLECCIÓN ESTUDIOS ECONÓMICOS, LA CAIXA.
- HERRERO, L.C. (2001). ECONOMÍA DEL PATRIMONIO HISTÓRICO, INFORMACIÓN COMERCIAL ESPAÑOLA, 792, 151-168.
- HERRERO, L.C. (2009). LA INVESTIGACIÓN EN ECONOMÍA DE LA CULTURA EN ESPAÑA: UN ESTUDIO BIBLIOMÉTRICO. ESTUDIOS DE ECONOMÍA APLICADA, VOL 27-1, PÁGS. 35-62.
- MARTIN, F.(1994). DETERMINING THE SIZE OF MUSEUM SUBSIDIES, *JOURNAL OF CULTURAL ECONOMICS*, 18, 255-270.
- OECD (2005). CULTURE AND LOCAL DEVELOPMENT. PARIS: OECD.
- SÁNZ, J.A. Y HERRERO, L.C. (2006). VALORACIÓN DE BIENES PÚBLICOS RELATIVOS AL PATRIMONIO CULTURAL. APLICACIÓN COMPARADA DE MÉTODOS DE ESTIMACIÓN Y ANÁLISIS DE SEGMENTACIÓN DE DEMANDA. HACIENDA PÚBLICA ESPAÑOLA, 178, 3, 2006.
- THROSBY, D. (1994). THE PRODUCTION AND CONSUMPTION OF THE ARTS: A VIEW OF CULTURAL ECONOMICS, *JOURNAL OF ECONOMIC LITERATURE* XXXII, 1-29.
- THROSBY, D. (2001). ECONOMICS AND CULTURE. CAMBRIDGE UNIVERSITY PRESS, 2001.
- THROSBY, D. (2003). DETERMINING THE VALUE OF CULTURAL GOODS: HOW MUCH (OR HOW LITTLE) DOES CONTINGENT VALUATION TELL US? *JOURNAL OF CULTURAL ECONOMICS*, 27, 275-285.
- TOWSE, R. (ED.) (1997B), CULTURAL ECONOMICS: THE ARTS, THE HERITAGE AND THE MEDIA INDUSTRIES, VOL. II, CHELTENHAM AND LYME: EDWARD ELGAR.
- TOWSE, R. (2006). COPYRIGHT AND ARTISTS: A VIEW FROM CULTURAL ECONOMICS, *JOURNAL OF ECONOMIC SURVEYS* 20(4), 567-585.
- TOWSE, R. (2008). WHY HAS CULTURAL ECONOMICS IGNORED COPYRIGHT?, *JOURNAL OF CULTURAL ECONOMICS* 32(4), 243-259.
- TOWSE, R. (ED.) (2011). A HANDBOOK OF CULTURAL ECONOMICS. CHELTENHAM: EDWARD ELGAR.
- VARIAN, H. (2005). COPYING AND COPYRIGHT, *JOURNAL OF ECONOMIC PERSPECTIVES*, 19(2), 121-38.

4.2 LECTURAS Y OBRAS DE LECTURA OBLIGATORIAS

AIMC (2014): MARCO GENERAL DE LOS MEDIOS EN ESPAÑA 2014.

ACADEMIA DE LAS ARTES Y LAS CIENCIAS CINEMATOGRAFICAS DE ESPAÑA. REVISTA ACADEMIA. REVISTA DEL CINE ESPAÑOL. Nº 190, JUNIO 2012.

EGEDA (2012): PANORAMA AUDIOVISUAL 2012.

PALMA, M. Y AGUADO, L.F. (2010): ECONOMÍA DE LA CULTURA. UNA NUEVA ÁREA DE ESPECIALIZACIÓN DE LA ECONOMÍA. REVISTA DE ECONOMÍA INSTITUCIONAL, VOL. 12, Nº 22, PP. 129-165.

PROMUSICAE (2013). LIBRO BLANCO DE LA MÚSICA EN ESPAÑA, 2013. PROMUSICAE, PRODUCTORES DE MÚSICA DE ESPAÑA. DISPONIBLE EN [HTTP://WWW.PROMUSICAE.ES](http://www.promusicae.es)

SGAE (2013): ANUARIO SGAE 2013 [HTTP://ANUARIOSGAE.COM/ANUARIO2013/HOME.HTML](http://anuariosgae.com/anuario2013/home.html)

UNCTAD (2010): ECONOMÍA CREATIVA. INFORME 2010. GINEBRA-NUEVA YORK: PNUD-UNCTAD.

4.3 ENLACES

<http://www.lacaixa.comunicacions.com/se/pbei.php?idioma=esp&llibre=18>

http://conten.pearson.es/ib/NPcd/IB_BooksVis?cod_primaria=1000187&codigo_libro=2453

5. RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

5.1 COMPETENCIAS GENÉRICAS

- CG1 - Capacidad de análisis y síntesis.
- CG2 - Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.
- CG3 - Comunicación oral y escrita en la lengua materna y/o en una lengua extranjera.
- CG4 - Habilidades básicas del manejo de las nuevas tecnologías.
- CG5 - Habilidades de investigación
- CG6 - Capacidad crítica y autocrítica.
- CG7 - Capacidad de adaptarse a nuevas situaciones.
- CG8 - Capacidad para generar nuevas ideas.
- CG9 - Capacidad de iniciativa y espíritu emprendedor.
- CG10 - Habilidad para trabajar de forma autónoma.
- CG11 - Capacidad de liderazgo.
- CG12 - Capacidad de comunicar y transmitir los conocimientos adquiridos
- CG13 - Habilidad para trabajar en un contexto internacional.
- CG14 - Compromiso con la igualdad de género.
- CG15 - Preocupación por la calidad y motivación de logro.

5.2 COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

- CE4 - Conocimiento de los diferentes recursos patrimoniales y de la normativa sobre patrimonio cultural.
- CE 5.- Conocimiento básico de sociedades y comunidades en vías de desarrollo.
- CE 6 .- Conocimiento básico de marketing, de organización y gestión empresarial.
- CE 7 - Conocimiento del sector profesional y empresarial de la cultura, así como de las redes profesionales de la gestión cultural.
- CE 8 - Conocimiento básico de la administración pública y privada.

CE 11- Conocimiento básico de economía y política económica en relación con el sector de la cultura, de los mercados culturales y la industria cultural (artes escénicas, música, artes plásticas y audiovisuales, cine, literatura y arte emergente).

CE 12 - Conocimiento de los programas y herramientas para la cooperación territorial, institucional y empresarial.

CE 13 - Conocimiento de la gestión de equipamientos culturales. Diseño, producción y comercialización de productos, proyectos y actividades culturales.

CE 19 - Conocer, aplicar y diseñar instrumentos de intervención pública en la industria cultural.

CE 23 - Promover el interés por el valor social, económico y empresarial de la cultura.

5.3. RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Quien haya completado con éxito esta materia podrá:

- Conocer adecuadamente los mercados de artes escénicas y visuales.
- Analizar el papel del patrimonio artístico como factor de competitividad económica.
- Conocer las claves de la industria cultural
- Ser capaces de conocer, identificar y diseñar instrumentos de política cultural.
- Comprender los principios básicos de la Economía de la creatividad y la lógica económica de los derechos de protección de la propiedad intelectual.

6. METODOLOGÍA DOCENTE

En la enseñanza y el estudio de esta materia se van a combinar varias herramientas de trabajo:

- clases teóricas y prácticas, en las sesiones presenciales previstas
- lectura de materiales complementarios,
- realización de cuestionarios y de un portafolio de trabajos,

Aunque en la primera sesión se explicará de forma detallada el funcionamiento de la asignatura, la metodología, las fórmulas de evaluación y la organización de la asignatura en la plataforma, las siguientes líneas resumen la metodología empleada en esta propuesta de acción docente.

Metodología	Actividad	Descripción	Horas ^(*)	Competencias
Clases presenciales	Clases teóricas	Clases magistrales impartidas por el profesorado, fomentando la participación de alumnos/as en clase (debates). Fundamentos y planteamientos teóricos	4	Todas las anteriormente incluidas
		Problemas y casos prácticos: planteamiento y resolución de problemas y casos concretos relacionados con la materia	4	
	Evaluación	Realización de exámenes parciales y finales, escritos	3	
Trabajo autónomo tutelado	Preparación de trabajos teórico-práctico individuales (prácticas planteadas y trabajo de curso)	Documentación Lectura Empleo de tecnologías de la información Resolución de problemas y preparación de casos	130	
	Estudio y preparación de contenidos	Contenidos teóricos (conceptos y fundamentos) y prácticos de la materia		
	Lectura/s complementaria/s	Uso de manuales, monografías y artículos (científicos, didácticos y divulgativos)		
	Actividades Académicas Dirigidas	Temas cuyos contenidos no son explicados en las clases teóricas, que desarrolla de forma autónoma el alumnado		
Tutorías	Individuales	Presenciales o no (Campus Virtual; correo electrónico, Skype). Planteamiento de trabajos, resolución de dudas	9	

OTRAS ACTIVIDADES DOCENTES

Junto a las lecturas obligatorias, se incluirán actividades y cuestionarios tipo test a resolver a través de la plataforma Moodle.

7. TÉCNICAS DE EVALUACIÓN

La evaluación de la asignatura resultará de sumar la nota de la prueba objetiva final, 50% del total, la puntuación obtenida en el portfolio entregado por el alumno (50%). Todas las entregas de trabajos y la realización de los cuestionarios se realizarán a través de la plataforma virtual en las fechas señaladas. Los criterios de evaluación y calificación serán los que marca la normativa de exámenes y evaluaciones de la Universidad de Huelva, valorándose la capacidad de comprensión y relación, la capacidad de síntesis, la actitud crítica, la capacidad y profundidad de análisis y aplicación de los modelos, la originalidad, la relación entre conceptos teóricos y aplicaciones.

Las calificaciones correspondientes a la evaluación continua se conservarán de cara a la nota final a la convocatoria extraordinaria.

Primera Convocatoria

Instrumentos de evaluación	Descripción	Criterio	% sobre el total de la nota (**)
Examen escrito	Prueba individual teórico-práctica, en la que se evaluarán los conocimientos teórico-prácticos y metodológicos.	<ul style="list-style-type: none">• Grado de capacidad de resolución de problemas y aplicación de los contenidos teóricos a la práctica• Grado de desarrollo de la capacidad de síntesis• Grado de conocimiento, comprensión e información• Ausencia de errores• Utilización adecuada de los conceptos y terminología• Coherencia interna del ejercicio, y de éste con la totalidad de los conocimientos• Capacidad de interrelacionar teorías, modelos, conceptos• Concreción y exactitud de las respuestas• Nivel de estudio	50
Evaluación continua	Valoración del trabajo personal a través de portfolio (ejercicios prácticos elaborados a lo largo del curso). 3 test online y trabajo	<ul style="list-style-type: none">• Claridad de análisis y exposición de resultados• Grado de capacidad en la resolución de problemas• Capacidad del alumnado para planificar, desarrollar y presentar un trabajo aplicado sobre diferentes facetas de la asignatura	50

	correspondiente a lecturas obligatorias	
--	---	--

Segunda Convocatoria

Examen escrito	Prueba individual teórico-práctica, en la que se evaluarán los conocimientos teórico-prácticos y metodológicos.	<ul style="list-style-type: none"> • Grado de capacidad de resolución de problemas y aplicación de los contenidos teóricos a la práctica • Grado de desarrollo de la capacidad de síntesis • Grado de conocimiento, comprensión e información • Ausencia de errores • Utilización adecuada de los conceptos y terminología • Coherencia interna del ejercicio, y de éste con la totalidad de los conocimientos • Capacidad de interrelacionar teorías, modelos, conceptos • Concreción y exactitud de las respuestas • Nivel de estudio 	50
Evaluación continua	Valoración del trabajo personal a través de portafolio (ejercicios prácticos elaborados a lo largo del curso). 3 test online y trabajo correspondiente a lecturas obligatorias	<ul style="list-style-type: none"> • Claridad de análisis y exposición de resultados • Grado de capacidad en la resolución de problemas • Capacidad del alumnado para planificar, desarrollar y presentar un trabajo aplicado sobre diferentes facetas de la asignatura 	50

8. PREVISIÓN DE LA ORGANIZACIÓN DOCENTE SEMANAL

Este cronograma es una aproximación y puede sufrir cambios.

SEGUNDO CUATRIMESTRE	Sesiones teórico-prácticas	Actividades a desarrollar	Lecturas obligatorias	Pruebas
OBSERVACIONES	Eliminar las que no procedan.	Explicarlas claramente. Indicar plazo de entrega de cada actividad.	Por el carácter semipresencial de esta enseñanza, se recomienda incluir al menos dos.	
15-19 Feb	Economía de la cultura.	Temas 1 y 2		
22-26 Feb				
29 Feb-4 Marzo				
7-11 Marzo				
14-18 Marzo				
21-25 Marzo	SEMANA SANTA			
28 Marzo-1 Abril			Lectura Palma y Aguado	
4-8 abril				
11-15 Abril				
18-22 Abril	Economía de la cultura.	Temas 4 y 5		
25-29 Abril				Test tem
2-6 Mayo				
9-13 Mayo*		Tema 6		
16-18 Mayo*		Tema 6		
23-27 Mayo	Economía de la cultura.	Temas 6 y 7		
30 Mayo-3 Junio				Test tem
6-10 Junio			Lectura de informe sectorial a elegir	
Pruebas de evaluación			JUNIO	EXAM
			SEPTIEMBRE	EXA SI

* Romería del Rocío