

FACULTAD DE HUMANIDADES

GUÍA DOCENTE

DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA

Asignatura:	ECONOMÍA DE LA CULTURA: Mercados, Instrumentos y Políticas
Año Académico:	2013-2014
Titulación:	Grado en Gestión Cultural
• Código:	
• Tipo:	Común (Obligatoria)
• Curso:	Primero
• Materia:	Ampliación de Economía
• Módulo:	FORMACIÓN ESPECÍFICA EN DIRECCIÓN DE EMPRESAS Y ECONOMÍA
• Cuatrimestre:	segundo Cuatrimestre
Créditos:	6 créditos
Idioma de instrucción:	Español
Apoyo Virtual:	Plataforma Moodle

DATOS BÁSICOS DEL PROFESORADO (*indicar coordinador*)

Nombre:	Jesús Iglesias (Coordinador)
Área:	Economía Aplicada
Departamento:	Economía
Centro:	Facultad de Ciencias Empresariales
Despacho:	Campus de la Merced, Planta 2ª Despacho 54
E-Mail:	jesus.iglesias@dege.uhu.es
Teléfono:	959217832
Tutorías:	
Cuatrimestre 1:	
Cuatrimestre 2:	
Periodo de Docencia:	Segundo cuatrimestre

Nombre:	Antonio Aníbal Golpe
Área:	Economía Aplicada
Departamento:	Economía
Centro:	Facultad de Ciencias Empresariales
Despacho:	Campus de la Merced, Planta 2ª Despacho 54
E-Mail:	antonio.golpe@dehie.uhu.es
Teléfono:	959217832
Tutorías:	
Cuatrimestre 1:	
Cuatrimestre 2:	
Periodo de Docencia:	Segundo cuatrimestre

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. SITUACIÓN

La asignatura se imparte en el grado en Gestión Cultural, en el primer curso, dentro del módulo común de FORMACIÓN ESPECÍFICA EN DIRECCIÓN DE EMPRESAS Y ECONOMÍA (30 ECTS): Este módulo se compone de dos materias. Esta asignatura es la que corresponde a la materia de ampliación de Economía.

2.1 REQUISITOS PREVIOS

No se establecen requisitos previos, aunque es recomendable haber cursado la asignatura de Introducción.

2.2 CONTEXTO DENTRO DE LA TITULACIÓN

3. COMPETENCIAS

3.1 COMPETENCIAS GENÉRICAS

- CG1 - Capacidad de análisis y síntesis.
- CG2 - Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.
- CG3 - Planificación y gestión del tiempo.
- CG4 - Comunicación oral y escrita en la lengua materna y/o en una lengua extranjera.
- CG5 - Habilidades básicas del manejo de las nuevas tecnologías.
- CG6 - Habilidades de investigación CG7 - Capacidad de aprender.
- CG8 - Habilidades de gestión de la información.
- CG9 - Capacidad crítica y autocrítica.
- CG10 - Capacidad de adaptarse a nuevas situaciones.
- CG11 - Capacidad para generar nuevas ideas.
- CG12 - Capacidad de resolución de problemas.
- CG13 - Capacidad de toma de decisiones.
- CG14 - Habilidad para trabajar de forma autónoma.
- CG15 - Capacidad de liderazgo.
- CG16 - Capacidad de trabajar en equipo
- CG17 - Capacidad de comunicar y transmitir los conocimientos adquiridos
- CG18 - Capacidad de iniciativa y espíritu emprendedor.
- CG19 - Habilidad para trabajar en un contexto internacional.
- CG20 - Habilidad para el diseño y gestión de proyectos.
- CG21 - Respeto de la diversidad cultural.
- CG22 - Compromiso ético.
- CG23 - Compromiso con la igualdad de género.
- CG24 - Preocupación por la calidad y motivación de logro.

3.2 COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

CE13 - Conocimientos de organización y gestión empresarial.

CE15 - Conocimientos básicos de la administración pública y privada.

CE20 - Conocimientos básicos de economía y política económica en relación con el sector de la cultura.

CE21 - Conocimiento de los mercados culturales y la industria cultural (artes escénicas, música, artes plásticas y audiovisuales, cine, literatura y arte emergente).

CE22 - Conocer la industria creativa, los derechos de propiedad y su lógica económica.

CE23 - Conocimientos de los programas y herramientas para la cooperación territorial, institucional y empresarial.

CE24 - Conocimientos de la gestión de equipamientos culturales.

CE34 - Conocer, aplicar y diseñar instrumentos de intervención pública en la industria cultural.

CE36 - Utilizar las técnicas y herramientas para la negociación en el ámbito de la cultura.

CE39 - Promover el interés por el valor social, económico y empresarial de la cultura.

Conocer y aplicar el análisis microeconómico a la oferta y demanda de bienes culturales

Conocer y aplicar el conocimiento sobre las distintas estructuras de los mercados y su funcionamiento a diferentes mercados de la cultura.

Conocer las peculiaridades los mercados de trabajo de los artistas.

Conocer las claves de la industria cultural

Analizar las condiciones necesarias para la intervención pública

Conocer, aplicar y diseñar instrumentos de intervención pública en la industria cultural

Conocer la industria creativa, los derechos de propiedad y su lógica económica

4. 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.

5. METODOLOGÍA DOCENTE

METODOLOGÍA DOCENTE			% Horas ^(*)	Competencias	
Metodología	Actividad	Descripción			
Clases presenciales	Clases teóricas	Clases magistrales impartidas por el profesorado, fomentando la participación de alumnos/as en clase (debates). Fundamentos y planteamientos teóricos	30	Todas (desarrolladas por materias y asignaturas)	
		Problemas y casos prácticos: planteamiento y resolución de problemas y casos concretos relacionados con la materia: 8,665%	27		
	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	84		
	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). Planteamiento de trabajos, resolución de dudas	6		

OTRAS ACTIVIDADES DOCENTES

Se incluirán actividades y cuestionarios tipo test a resolver a través de la plataforma Moodle.

6. BIBLIOGRAFÍA

6.1 GENERAL

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. (2001). ECONOMICS AND CULTURE. CAMBRIDGE UNIVERSITY PRESS, 2001.

6.2 ESPECÍFICA

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.

6.3 LECTURAS OBLIGATORIAS / LIBROS DE TEXTO

Apuntes proporcionados por el profesorado y selección de artículos del monográfico de la revista de Estudios de Economía Aplicada, vol.27-1, 2009

7. TÉCNICAS DE EVALUACIÓN

En ambas convocatorias se utilizarán los mismos criterios de evaluación.

Instrumentos de evaluación	Descripción	Criterio	% sobre el total de la nota (*)
Examen escrito	Dos Pruebas individuales teórico-práctica, en la que se evaluarán los conocimientos teórico-prácticos y metodológicos. Carácter liberatorio.	<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 portafolios (ejercicios prácticos elaborados a lo largo del curso).	<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. ORGANIZACIÓN DOCENTE SEMANAL

SEGUNDO CUATRIMESTRE	Sesiones teóricas	Sesiones prácticas	Sesiones teórico-prácticas	Tutorías Especializadas				Pruebas de evaluación	Temas del temario a tratar
OBSERVACIONES									
17-22 Feb	x		x						
24 Feb-1 Marzo	x		x						
3-8 Marzo	x		x						
10-15 Marzo	x		x						
17-22 Marzo	x							x	
1-3 Abril	x	x							
7-12 Abril	x	x							
16-19 Abril	x	x							
21-26 Abril	x	x							
28 Abril -3 Mayo	x	x							
5-10 Mayo	x	x							
12-15 Mayo	x	x							
20-24 Mayo	x	x							
27-31 Mayo	x	x							
3-7 Junio	x	x							
10-14 Junio	x	x							
17-21 Junio	x	x							
Pruebas de evaluación								x	

9. TEMARIO DESARROLLADO

PARTE I: Dimensión del sector cultural y comportamientos de agentes económicos

1. Mercado de Arte

- 1.1. Comercio internacional de bienes culturales.
- 1.2. Construcción de estadísticas del sector cultural.
- 1.3. Importancia económica del sector cultural
- 1.4. Artes Visuales
- 1.5. Demanda de artes por razones estéticas y demanda como activo o instrumento financiero.
- 1.6. Subasta y precios de las obras de arte.

2. Artes Escénicas

- 2.1. Asistencia, demanda, Demanda de artes escénicas
- 2.2. Formación de gustos y hábitos.
- 2.3. Adicción racional.
- 2.4. Aprendizaje a través del consumo.
- 2.5. Capital cultural.
- 2.6. Valor cultural.
- 2.7. Formas organizativas y gestión de las instituciones artísticas.
- 2.8. Artistas individuales.
- 2.9. Empresas con y sin ánimo de lucro y empresas estatales.
- 2.10. Mercado de trabajo de los artistas.

3. Patrimonio histórico

- 3.1. Valoración, conservación.
- 3.2. La valoración contingente.
- 3.3. Economía de los museos.
- 3.4. Festivales culturales.

PARTE II: Industrias Culturales

4. Organización industrial, localización, clúster, distrito cultural.

- 4.1. Economía del libro
- 4.2. Economía del cine
- 4.3. Ciudades del arte.

PARTE III: La política cultural

5. ¿Por qué la política cultural?

- 5.1. ¿Es necesaria la intervención del Estado en los mercados artísticos y culturales?
- 5.2. ¿De ser necesaria su intervención cuál sería la mejor forma?

6. Financiación pública de la cultura

- 6.1. Mecenazgo.
- 6.2. Precio fijos del libro.
- 6.3. Protección derechos de autor.
- 6.4. Incentivos fiscales y discriminación positiva.

PARTE IV: Economía creativa

7. Industrias creativas

- 7.1. La cultura como factor de innovación
- 7.2. Publicidad, diseño gráfico, moda, arquitectura, video-juegos, software
- 7.3. Copyright, ciudades creativas, clase creativa
- 7.4. Creatividad