

FACULTAD DE HUMANIDADES

GUÍA DOCENTE

DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA

Asignatura:	Introducción a la Economía de la Cultura
Año Académico:	2013-2014
Titulación:	Grado en Gestión Cultural
• Código:	Código de la Asignatura
• Tipo:	Formación Básica
• Curso:	Primero
• Materia:	Economía
• Módulo:	Formación Básica en Empresa y Economía
• Cuatrimestre:	Primer Cuatrimestre
Créditos:	6 créditos
Idioma de instrucción:	Español
Apoyo Virtual:	Plataforma Moodle

DATOS BÁSICOS DEL PROFESORADO *(indicar coordinador)*

Nombre:	Emilio Congregado (Coordinador)
Área:	Economía Aplicada
Departamento:	Economía
Centro:	Facultad de Ciencias Empresariales
Despacho:	Campus de la Merced, Planta 2ª Despacho 54
E-Mail:	congregado@uhu.es
Teléfono:	959217832
Tutorías:	
Cuatrimestre 1:	Por determinar
Cuatrimestre 2:	Por determinar
Periodo de Docencia:	Primer cuatrimestre

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

1. DESCRIPTOR

Bases teóricas generales para el estudio e investigación de la microeconomía, macroeconomía y economía de la cultura

2. SITUACIÓN

La asignatura se imparte en el grado en Gestión Cultural, en el primer curso, dentro del módulo de FORMACIÓN BÁSICA EN EMPRESA Y ECONOMÍA (24ECTS): Este módulo se compone de materias de corte empresarial reguladas en el RD1393/2007 para la rama de conocimiento de Ciencias Sociales: Empresa y Economía.

2.1 REQUISITOS PREVIOS

No se establecen requisitos previos

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 las diferentes estructuras de los mercados y su funcionamiento

Conocer y aplicar los conceptos básicos de Economía

Conocer y aplicar los conceptos básicos de Economía de la Cultura

Conocer y aplicar los conceptos básicos de Macroeconomía

Conocer y aplicar los conceptos básicos de Microeconomía

Analizar la teoría del mercado en la asignación de los recursos y en la fijación de precios, y analizar el proceso de maximización de beneficio de las empresas en los mercados

Aplicar el razonamiento económico a la toma de decisiones

Comprender el funcionamiento, la utilidad y las limitaciones de la política económica

Comprender los principios de teoría y análisis económico

4. RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Quien haya completado con éxito esta asignatura podrá:

- Usar adecuadamente la terminología económica.
- Analizar el entorno económico de los negocios.
- Comprender los mecanismos de asignación de recursos.
- Entender el comportamiento de los agentes económicos, analizando las peculiaridades de la demanda de ocio y las características específicas de los bienes culturales y de su oferta.
- Analizar, comentar y explicar fenómenos económicos y su incidencia sobre el mercado de la cultura.
- Ser capaces de entender el porqué de la intervención pública, en general y sobre los mercados de la cultura en particular.

5. METODOLOGÍA 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	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	

(*) El mínimo de actividades presenciales es del 36% de los ECTS (en una asignatura tipo de 6 créditos ECTS, 54 horas sobre el total de 150 horas), pudiendo sufrir modificaciones durante la implantación del Plan de Estudios.

OTRAS ACTIVIDADES DOCENTES

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

6. BIBLIOGRAFÍA

6.1 GENERAL

BLANCHARD, O.: **MACROECONOMÍA**, 4ª EDICIÓN. MADRID: PEARSON, 2009.
KRUGMAN, P. & WEILLS, R.: **PRINCIPIOS DE ECONOMÍA**. MADRID: REVERTE EDITORIAL, 2007.
MANKIW, N.G.: **PRINCIPIOS DE ECONOMÍA**. MADRID: MCGRAW-HILL, 1998.
O'KEAN, J. M.: **ECONOMÍA**. MADRID: MCGRAW-HILL, 2005.
PERLOFF, J. M.: **MICROECONOMÍA** 3ª EDICIÓN. MADRID: PEARSON, 2004.

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.

GARCÍA, M.I., ZOFÍO, J.L., HERRARTE, A. Y MORAL, J. (2009): **LA APORTACIÓN ECONÓMICA DE LA INDUSTRIA DE LA CULTURA Y EL OCIO EN ESPAÑA**. ESTUDIOS DE ECONOMÍA APLICADA, VOL 27, 1, PP. 63-88.

6.3 LECTURAS OBLIGATORIAS / LIBROS DE TEXTO

APUNTES PROPORCIONADOS POR EL PROFESORADO BASADOS EN **THORSBY, C.D. (2001). ECONOMICS AND CULTURE**, CAMBRIDGE UNIVERSITY PRESS, 2001.

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

PRIMER CUATRIMESTRE	Sesiones teóricas	Sesiones prácticas	Sesiones teórico-prácticas	Tutorías Especializadas				Pruebas de evaluación	Temas del temario a tratar
OBSERVACIONES									
1-5 Oct	X		X						
8-12 Oct	X		X						
15-19 Oct	X		X						
22-26 Oct	X	X							
29 Oct-2 Nov	X	X							
5-9 Nov	X	X							
12-16 Nov	X	X							
19-23 Nov	X		X						
26-30 Nov	X		X						
3-7 Dic	X		X						
10-14 Dic	X		X						
19-21 Dic	X							X	
22 Dic-7 Ene	NAVIDAD								
8-11 Ene	X	X							
14-18 Ene	X	x							
21-25 Ene	X	x							
28 Ene-1 Feb	X	x							
Pruebas de evaluación								X	

9. TEMARIO DESARROLLADO

- 1. Introducción a la economía**
 - 1.1. La escasez y la asignación de recursos
 - 1.2. Los modelos
 - 1.3. La economía positiva
 - 1.4. El uso de los modelos
 - 1.5. Microeconomía vs. Macroeconomía
 - 1.6. Tipos de bienes: los bienes culturales
Perloff (cap.1), Blanchard (cap.1).
- 2. La cultura en la actividad económica: Importancia económica del sector cultural en la economía**
 - 2.1. Producción
 - 2.2. Sector exterior
 - 2.3. Sector público
 - 2.4. Precios
 - 2.5. Empleo
García et al (2007)
- 3. Fundamentos básicos de la demanda: la demanda de cultura.**
 - 3.1. El consumidor
 - 3.2. La utilidad
 - 3.3. La restricción presupuestaria
 - 3.4. La cultura como demanda de ocio.
Perloff (caps. 4 y 5)
- 4. Fundamentos básicos de la oferta, con objetivos alternativos de la empresa.**
 - 4.1. El objetivo de la empresa
 - 4.2. Producción y costes
 - 4.3. La oferta y las estructuras de mercado
Perloff (parte 3)
- 5. La oferta de cultura**
 - 5.1. Enfermedades de costes
 - 5.2. Oferta fija: el patrimonio histórico
 - 5.3. Características de las ofertas singulares
- 6. Funcionamiento de mercados competitivos: los mercados de la cultura.**
 - 6.1. Demanda
 - 6.2. Oferta
 - 6.3. Perturbaciones
 - 6.4. Intervenciones
 - 6.5. Aplicaciones
Perloff (cap. 3)
- 7. Fallos de mercado y la intervención pública.**
 - 7.1. Externalidades
 - 7.2. Bienes comunales
 - 7.3. Bienes públicos
 - 7.4. Los bienes culturales como "bienes públicos".
 - 7.5. Los derechos de propiedad
Perloff (cap. 15)
- 8. Intervención pública y política cultural.**
 - 8.1. La economía de la política cultural
 - 8.2. Economía y valor de la cultura
Throsby (cap.8)
- 9. La investigación en economía de la cultura.**

Throsby (cap.9)