

DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA

Asignatura:	ECONOMÍA DE LA CULTURA: Mercados, Instrumentos y Políticas
Año Académico:	2017-2018
Titulación:	Grado en Gestión Cultural
Código:	101312202
Tipo:	Formación (Obligatoria)
Curso:	Primero
Materia:	Ampliación de Economía
Módulo:	Formación específica en dirección de Empresas y Economía
Cuatrimestre:	Segundo Cuatrimestre
Horario de clase:¹	Martes 16:30-18:00 y Jueves de 15:00-16:30
Créditos:	6 créditos
Idioma de instrucción:	Español

DATOS BÁSICOS DEL PROFESORADO *(indicar coordinador)*

Nombre:	Rafael Aguado Correa
Área:	Economía Aplicada
Departamento:	Economía
Centro:	Facultad de Derecho
Despacho:	A6
E-Mail:	rafael@uhu.es
Teléfono:	959219732

¹ El horario de tutorías y el horario de clase pueden sufrir modificaciones con fecha posterior a la publicación de esta guía docente. Los cambios permanentes a dichos horarios aparecerán debidamente anunciados en la página web de la Facultad (en el caso de horarios de clase) y en los tablones de anuncios de los departamentos respectivamente (en el caso de los horarios de tutoría)

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 deP 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. Introducción
2. El análisis económico de los museos
3. Los bienes de interés cultural
4. La valoración de los bienes culturales
5. La obra de arte como activo: el papel de las subastas

2. La industria creativa y el sector cultural

1. Introducción
2. El papel de la propiedad intelectual como rasgo definitorio de la industria de la creatividad
3. La perspectiva jurídica
4. La lógica económica
5. El mercado de los derechos de propiedad intelectual
6. ¿Podemos proteger la propiedad intelectual con instrumentos alternativos al copyright?

3. La industria de la creación (I)

1. Introducción
2. La industria del libro
3. La oferta y la demanda
4. Editores, agentes literarios y el contrato de edición
5. El carácter del libro y la propensión a vulnerar la propiedad intelectual

4. La industria de la creación (II)

1. La industria de la música
2. Las características de la demanda
3. La oferta
4. La estructura de la industria musical
5. Los subsectores de la industria musical
6. Los medios físicos, digitales y el futuro de la industria

5. La industria de la creación (III)

1. La industria del cine
2. Las características de la demanda
3. La oferta
4. La estructura de la industria del cine
5. La intervención pública
6. Los soportes, la piratería y el futuro del sector

6. La industria de la creación (IV)

1. La industria de la radio y la televisión
2. La industria de la televisión
3. La industria de la radio

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

1. Introducción
2. La declaración de ciudad de la cultura como estrategia de promoción turística
3. Los festivales como parte de la estrategia de desarrollo local
4. Ciudades creativas
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.
- THORSBY, D. (1994). THE PRODUCTION AND CONSUMPTION OF THE ARTS: A VIEW OF CULTURAL ECONOMICS, *JOURNAL OF ECONOMIC LITERATURE* XXXII, 1-29.
- THORSBY, D. (2001). ECONOMICS AND CULTURE. CAMBRIDGE UNIVERSITY PRESS, 2001.
- THORSBY, 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-NEW 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, lectura de materiales complementarios,

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. Las clases teóricas (1:30 horas a la semana) servirán para la presentación por el profesor de los distintos temas tratados, siguiendo el orden que propone el programa y para cuyo seguimiento dispone de los capítulos de los diferentes manuales recomendados en los que puede consultar, así como presentaciones y materiales de cada tema. Se recomienda, para un buen aprovechamiento del curso y de las clases la lectura previa de los temas a tratar en clase. Las clases prácticas tendrán una doble función. En primer lugar, servirán para realizar ejercicios prácticos y fijar conceptos correspondientes a cada uno de los temas estudiados.

La siguiente tabla recoge las diferentes actividades y asignaciones entre las sesiones de grupo grande y reducido y el peso dedicado a cada una de ellas.

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 las anteriormente incluidas	
		Problemas y casos prácticos: planteamiento y resolución de problemas y casos concretos relacionados con la materia	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		Todas las anteriormente incluidas
	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	6	Todas las anteriormente incluidas	

7. TÉCNICAS DE EVALUACIÓN

La evaluación de la asignatura, *en todas sus convocatorias* resultará de sumar la nota de la prueba objetiva final, 50% del total, y la puntuación obtenida en la evaluación continua(50%). 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.

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 ejercicios prácticos	<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