



Universidad
Nebrija



CLAVES DE ARTE
FUNDACIÓN

**Máster Universitario en Mercado del Arte y
Gestión de Empresas Relacionadas**

**Asignatura: Mercados Tradicionales:
Europa y Estados Unidos
MMA 116**

**Programa
Prof. D. Joaquín Gallego**

**Curso 2010/2011
Segundo Módulo**



Nebrija
Business School

1. PRINCIPALES HABILIDADES Y COMPETENCIAS QUE DESARROLLA LA MATERIA

De acuerdo con los descriptores de Dublín, las competencias y habilidades a desarrollar en esta asignatura son las siguientes:

- El alumno podrá demostrar poseer y comprender conocimientos sobre Historia del arte, Museología, Crítica del arte, Filosofía del arte, Literatura artística, Medios del Mercado del arte, Economía del arte y Coleccionismo
- El alumno podrá aplicar conocimientos y comprensión a través de capacidades de resolución de problemas de análisis y estudio en gestión de información económica, en estudio de colecciones, en dossier de artista...
- El alumno adquirirá la capacidad de emitir juicios sobre calidad y valoración económica de las obras estudiadas y analizadas a partir de los datos y conocimientos del mercado
- El alumno adquirirá la capacidad de comunicar sus conclusiones, conocimientos y las razones que las sustentan sobre las valoraciones del trabajo a realizar sobre Mercado de Arte para el resto de alumnos, tanto como para profesionales del mundo académico y del ámbito económico.
- El alumno adquirirá habilidades de aprendizaje necesarias para desarrollar un tema, analizarlo y comunicarlo, tanto de forma escrita como oral y en público.

2. METODOLOGÍA DOCENTE

Para que el alumno adquiriera las habilidades y competencias antes descritas, el profesor utilizará los siguientes elementos:

Ejemplo:

- Estudio de casos reales a través de los cuales se argumenten las alternativas y opciones de análisis para diferentes soluciones que se discutirán dentro del aula.
- Exposición y discusión de aspectos específicos de la gestión de empresas para la posterior puesta en práctica de los conocimientos adquiridos.
- Simulación de empresas y casos prácticos de gestión cultural para fomentar la capacidad de toma de decisiones estratégicas en el campo del mercado del arte.
- _ Lectura y análisis de notas técnicas, que completan las explicaciones que se dan en el aula y sirven de soporte teórico a los casos prácticos. Se adjuntarán informaciones escritas u on-line para conocimiento adjunto del temario de la asignatura

3. REQUISITOS PARA CURSAR LA ASIGNATURA

Para cursar la asignatura, el alumno debe tener conocimientos previos de del Mercado del arte, Historia del arte, Matemáticas, además del entorno económico y cultural, tanto español como internacional. También debe contar con un buen nivel de comprensión de inglés escrito.

4. DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA ASIGNATURA Y OBJETIVOS DE DOCENCIA

El mercado de arte todavía está regido por el llamado mundo occidental, al igual que es en este centro económico donde se dan las grandes citas artísticas. Conocer los lugares, agentes y principales actores en los mercados de EU y USA es básico para la formación del alumno.

Programa de la Asignatura:

[Máster Universitario en Mercado del Arte y Gestión de Empresas Relacionadas](#)

Curso 2010/2011

OBJETIVOS:

El curso propone investigar y tener un conocimiento del mercado en cifras y valores que nos permita una perfecta comprensión de las diferentes áreas y sectores del mercado de arte en los grandes centros americanos y europeos.

Los objetivos se centralizan en:

-Motivar al alumno en el análisis del mercado, sus posibilidades, y la visión económica de los temas artísticos.

-Utilizar los nuevos conocimientos como una forma de investigación para el estudio, el peritaje, y el comercio de las obras de arte.

El objetivo final es suministrar al alumno el estudio y valoración de los diferentes rangos en los distintos mercados, y las claves para el conocimiento del mercado, con especial atención al caso español.

5. FORMA DE EVALUACIÓN

3.1. Evaluación:

| | |
|--------------------------------------|-----------|
| 3.1.1 Participación en clase | 25 |
| 3.1.2 Working Paper final | 65 |
| 3.1.3 Valoración del profesor | 10 |

3.2. Restricciones:

La nota de la asignatura se hará con un mínimo necesario de aprobado en el trabajo final-examen correspondiente a esta asignatura, más las consideraciones de asistencia y participación, que serán tenidas en cuenta tanto en convocatoria ordinaria como en extraordinaria.

6. PROGRAMA DE LA ASIGNATURA

1.- Pricing the priceless. Pintura contemporánea, creación y mercado. Arte, artistas y economía de la pintura. Los paralelismos entre creatividad y valor económico. Anomalías del mercado actual. La economía de la creación y su pricing.

2.- La pintura y la inversión. Dónde y cuando invertir. El artista y sus transformaciones: Artista como Hombre Económico. El artista del siglo XXI y sus ingresos. La galería como agente supremo de mercado. Mercados emergentes. Picasso-Richter.

3.- Datos generales del mercado de arte actual en Europa y en Estados Unidos. La amenaza de los mercados emergentes. Comparación con otros mercados y los análisis económicos entorno al mercado de arte. El boom de los precios en el año 2006: Nueva York como gran centro mundial del arte contemporáneo.

4.- Análisis del mercado de arte internacional, centrado en los Estados Unidos. Cifras, centros geográficos, agentes del mercado y artistas más cotizados en USA. Especificidades

del gusto americano y la fortaleza de las grandes casa de subastas. Los grandes coleccionistas.

5.- El mercado europeo: Londres a la cabeza. Consolidación de Francia, Alemania y los países de su órbita. Un fuerte mercado primario: galerías y ferias. Dinámico mercado de la fotografía.

6.- El mercado de arte en España, características, volúmenes de mercado y rasgos propios. Galerías y ferias. El auge del mercado. Dinamización por los nuevos museos.

7.- Tipos de coleccionista. De lo privado a lo público. Grandes coleccionistas: La Colección Ludwig, Berardo, Panza,....

8.- Las tendencias del mercado del arte y las escuelas más cotizadas en pintura: Neo-expresionismo alemán, arte chino contemporáneo, la escuela de Londres, escuela de Leipzig, grupo de Colonia, YBA,...

7. BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

-**Benhamou-Huet, Judit:** "Art Business. Le marché de l'art ou l'art du marché" Assouline, París 2001.

-**Benhamou-Huet, Judit:** "The Worth Of Art. Pricing the priceless" Assouline, París 2003

-**Benhamou-Huet, Judit:** "Art Business2." Assouline, París 2007

-**Bonito Oliva, A.:** "Arte e sistema del arte". De Domizio, Roma 1976.

-**Cuesta, Amanda,** "Capital". Centro de Arte Santa Mónica. Barcelona 2006. *

-**Frey, Bruno:** "La economía del arte". Ed. Fundación La Caixa. Barcelona 2000.

-**Gramp, William:** "Arte, inversión y mecenazgo". Ariel, Barcelona 1991.

-**Lindemann, Adam :** "Coleccionar arte contemporáneo." Taschen, Madrid 2006.*

-**Mc Andrew, Clare:** "The Art Economy : An investor´s guide to the Art Market" _The liffey press, 2007

-**Moulin, R. :** "De la valeur de l'art," _ Flammarion, París 1995.

-**Poli, Francesco:** "Producción artística y mercado." Gustavo Gili, Barcelona 1976.

-**Ramírez, Juan Antonio :** «El arte no es el capital », Revista Lápiz 256 y 257. 2209

-
- Rouget, Bernard; Sagot, D.: "Économie des arts plastiques" L´Harmattan. París 1996.
 - Roberson, Ian : "Understanding International Art Markets and Management", Routledge, 2005.
 - Ruiz, Nacho: "Arco/ Arte y Mercado en la España democrática". Edita Arco. 2004
 - Simmonot, P.: "Doll´Art", Gallimard, París 1990.
 - Thompson, Don. "El tiburón de 12 millones de dólares" ed. Ariel, Barcelona 2010.
 - Thornton, Sarah. "Siete días en el mundo del arte" ed. Edhasa, Barcelona 2010
 - Vattese, Angela: "Invertir en arte". Ed. Pirámide. Valencia 2002.*
 - Unzueta Esteban, Sara: "El mercado del arte". Boletín ICE nº 2747, noviembre 2002. On line.

Los libros con asterisco al final están en la biblioteca de la Fundación.

8. BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Dorflies, Gillo; Vetese, Angela: "Arte visive" Atlas, Bergamo 2004.
- Grampp, W.D. "Pricing the Priceless. Art, artists, and economics". New York: Basic Books. 1997
- Mc Nulty, Tom: "Art Market Research: A Guide to Methods and Sources" McFarland & Company 2006
- Ramírez, Juan Antonio y Carrillo, J.: "Tendencias del arte, arte de tendencias" Cátedra, Madrid, 2004
- Patiño, Antón: "Mapa ingrávido" Cendeac, Murcia, 2005
- West, Paige: "The Art of Buying Art" Harper Collins, 2007.

Internet:

www.artprice.com , sección de Art market trends anuales.

www.artinformado.com

www.antiquaria.com

www.artfacts.net

www.artnet.com

www.artinfo.com

www.artandauktion.com

www.art-review.com

www.artforum.com

www.artnews.com

www.artprice.com

www.baerfaxt.com

www.e-fluxus.com

Complementaria:

www.christies.com

www.sothebys.com
www.philipsdepurty.com
www.artfairsinternational.com

9. TRABAJOS DURANTE EL CURSO DE CARÁCTER OPTATIVO

-Dossier de artistas.

10. CURRÍCULUM BREVE DEL PROFESOR

Licenciado en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid, es especialista en el sector de la inversión en arte y en el mercado de arte contemporáneo. Máster en Estética y Teoría del Arte, ha sido profesor en la Universidad S.E.K de las asignaturas Vanguardias Artísticas, así como de Crítica de Arte, Museología y Medios Audiovisuales y Cine. Ha dirigido los cursos de verano Diálogos en el Arte Contemporáneo I, sobre las relaciones Fotografía-Pintura II, sobre Pintura-Arquitectura III, sobre Arte y Mass-Media. Periodista en varias publicaciones como Actualidad Económica, ubicarte.com o arteinformado.com. Gran conocedor de las colecciones particulares españolas de arte contemporáneo, así como de las colecciones institucionales-fundaciones, y colecciones públicas. Ha sido profesor de Investigación de Mercados y de Invertir en Arte. Sus artículos han sido publicados en Actualidad Económica, Crítica de Arte, Cultura Moderna y El Economista. Director de la galería Magee de arte contemporáneo chino, hasta septiembre de 2009.

11. INFORMACIÓN GENERAL

| Nº DE CRÉDITOS ECTS | IDIOMA DE IMPARTICIÓN |
|---------------------|-----------------------|
| 2 | Español |