



Cuestiones de
Economía del Arte
**Master Universitario en
Mercado del Arte y
Gestión de Empresas
Relacionadas**



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Cuestiones generales de Economía del arte

Titulación: Máster Universitario en Mercado del Arte y Gestión de Empresas Relacionadas

Carácter: Obligatorio

Idioma: Castellano

Modalidad: Presencia // Semipresencial / A distancia

Créditos: 2

Módulo: 2º

Profesores/Equipo Docente: Dra. Dña. Elisa Hernando Calero

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1.1. Competencias

- Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
- Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
- Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
- Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
- Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
- El alumno debe adquirir conocimientos actualizados de las distintas áreas funcionales de una empresa y de su interacción para la consecución de objetivos.
- El alumno debe dominar las técnicas suficientes que le permitan obtener y analizar información, evaluar su relevancia y validez, sintetizarla y adaptarla al contexto.
- El alumno debe ser capaz de entender de forma sistemática la información relevante, su contexto y cómo aplicarla a situaciones complejas, tomando decisiones y teniendo en cuenta cómo afecta a terceros.
- El alumno debe ser capaz de tratar situaciones complejas e impredecibles de forma sistemática y creativa, con juicio crítico, con información incompleta, asumiendo riesgos, tomando decisiones y comunicándolas a cualquier tipo de audiencia.
- El alumno debe ser capaz de aportar valor mediante su creatividad y participación.
- Comprensión del entorno del mercado del arte y del papel de los distintos agentes.
- Capacidad para comprender el entorno jurídico de la actividad relacionada con la gestión y el mercado del arte.
- Capacidad para tasar obras de arte en coherencia con el valor intrínseco y con los precios del mercado.
- Capacidad, a partir del conocimiento de las dinámicas y del papel de los distintos agentes del mercado del arte, de desarrollar criterios de actuación ante nuevas situaciones y escenarios.

- Dominio de las posibilidades de la comunicación como herramienta de marketing de productos artísticos.
- Capacidad de crear redes profesionales.
- Capacidad para realizar estudios de mercado orientados a la definición de la estrategia empresarial.

1.2. Resultados de aprendizaje

- Que los estudiantes asimilen los principios jurídicos que afectan al sector; manejen las fuentes legislativas; comprendan la relación del mercado del arte con las dinámicas de la macroeconomía; sean capaces de análisis de la oferta y demanda del mercado del arte.
- Que los estudiantes puedan diferenciar entre los distintos modelos, sistemas legislativos, culturales, etc. de los territorios en los que se existe o se desarrolla el mercado del arte; que adquieran conocimiento directo del circuito de galerías madrileño y de sus principales actores; que adquieran capacidad para investigar el precio de una obra con vista a su tasación;
- Que los estudiantes adquieran la capacidad de recibir y asimilar ordenadamente la información necesaria para mantenerse al día como experto en mercado del arte; que conozcan los principales actores del mercado nacional e internacional; que adquieran la capacidad de evaluar e identificar oportunidades de negocio; que adquieran la capacidad de organizar y dirigir una subasta de arte.

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

Ninguno

2.2. Descripción de los contenidos

Estudio y análisis de los múltiples aspectos que configuran el arte contemporáneo: las ferias especializadas, las subastas monográficas, las galerías de arte, los comisarios, los públicos, los críticos, los nuevos artistas, la prensa especializada, las instituciones, los diferentes públicos y los diferentes tipos de coleccionismo. La descripción de este entramado que configura el mercado del arte se dividirá por territorios, marcando las diferencias e idiosincrasia de cada uno. Incluye las asignaturas “Mercados tradicionales: EEUU y Europa” y “Mercados emergentes: India, China y Latinoamérica”.

2.3. Contenido detallado

Presentación de la asignatura.
Explicación de la Guía Docente.

- Introducción economía del arte. Definición
- Evolución y conceptos de economía del arte
- Agentes oferta y demanda.
- Canales de distribución
- Índices económicos
- Fondos de inversión en arte
- Variables que determinan los precios en el arte

2.4. Actividades Dirigidas

Durante el curso se podrán desarrollar algunas de las actividades, prácticas, memorias o proyectos siguientes, u otras de objetivos o naturaleza similares:

Actividad Dirigida1(AD1):Aprender a hacer revisión de la literatura y tener conocimiento en las nuevas líneas de investigación a partir de papers académicos sobre economía y mercado del arte

Actividad Dirigida 2(AD2):Aprender a hacer revisión de la literatura y tener conocimiento en las nuevas líneas de investigación a partir de papers académicos sobre economía y mercado del arte

2.5. Actividades formativas

Modalidad presencial

Teoría:

Análisis económico del mercado del arte desde un punto de vista microeconómico (oferta y demanda) y variables macroeconómicas. Datos generales del mercado de arte actual en Europa y en Estados Unidos. Características de los mercados emergentes. Comparación con otros mercados. Análisis económicos en torno al mercado de arte.

Estudio de la regulación legal específica de este sector materia desde el punto de vista de sus diversas manifestaciones: fiscal, penal, civil, etc., para su aplicación a la vida real en todas aquellas operaciones e intervenciones que se lleven a cabo en el mundo del arte con implicaciones jurídicas.

Exposición de técnicas de tasación de arte contemporáneo y de las vanguardias históricas.
(10 horas)

Práctica:

Análisis de textos y artículos referidos a los temas planteados.

Planteamiento de casos reales (judiciales y no judiciales) en los que es conveniente la actitud abierta y participativa del alumno con objeto de que pueda desarrollar sus conocimientos a través de los distintos planteamientos que se expondrán en clase.

Prácticas de valoración y tasación de obras de arte, concretamente pintura.

(10 horas)

Trabajo personal:

El alumno, a través del trabajo personal en ejercicios, aplicará los conocimientos expuestos en las sesiones y procederá al análisis y a la reflexión sobre la documentación facilitada. Los ejercicios consistirán en:

Realización de un trabajo en grupo sobre fondos de inversión en arte.

Análisis individual y comentario de una sentencia.

Estudio individual de tasación de una obra.

(30 horas)

Modalidad a distancia

Teoría: Los contenidos de la modalidad presencial, los textos y obras sobre los que se trabajará a lo largo de la asignatura, son adaptados a formato escrito e incorporados a la plataforma virtual en el apartado "Itinerarios de aprendizaje". En el apartado "Documentación", se amplían con artículos recientemente publicados sobre la evolución del mercado actual del arte y la repercusión sobre éste de la situación económica internacional, sobre legislación en materia de arte, protección de derechos de autor y mercado internacional de arte, así como anexos sobre la evolución de los mercados y la interacción entre ellos, que permitan completar y enriquecer dichos contenidos, y que los alumnos podrán imprimir o descargar. Las sesiones de tutoría, foros, debates y videoconferencias permitirán profundizar en la materia de estudio, debatir cuestiones sobre economía, legislación y tasación y aclarar dudas. (8 horas)

Práctica: Planteamiento al alumno de casos prácticos con problemas que habrá de resolver a partir de los conocimientos adquiridos con los contenidos teóricos de cada asignatura, utilizando el apartado de "Foros". Los alumnos presentarán sus trabajos en el apartado "Buzón de tareas" o por videoconferencia, lo que les permitirá debatir y compartir opiniones en común y con el tutor en tiempo real. (10 horas).

Trabajo personal: Los trabajos específicos que el tutor asigne para su realización individual o en grupo sobre cuestiones de economía y legislación, así como ejercicios de tasación y valoración de obras se presentarán también a través del apartado "Buzón de tareas" para su evaluación por el tutor. (30 horas)

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

3.1. Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente del siguiente modo:

- 0 - 4,9 Suspenso (SS)
- 5,0 - 6,9 Aprobado (AP)
- 7,0 - 8,9 Notable (NT)
- 9,0 - 10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0.

3.2. Criterios de evaluación

Convocatoria ordinaria

Modalidad: Presencial

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Asistencia, prácticas, proyectos o trabajos de asignatura (Prácticas individuales o trabajo en equipo)	30%
Prueba parcial (escrita/presentación trabajo)	20%
Prueba objetiva final	50%

Modalidad: Semipresencial y A distancia

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Prueba objetiva final	50%
Participación en las actividades programadas	20%
Presentación de trabajos y proyectos (Trabajos individuales y trabajo en equipo)	30%

Convocatoria extraordinaria

Modalidad: Presencial

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Presentación de trabajos y proyectos (Prácticas individuales y trabajo en equipo)	30%
Prueba objetiva final	70%

Modalidad: Semipresencial y A distancia

Sistemas de evaluación	Porcentaje

Prueba objetiva final	70%
Presentación de trabajos y proyectos (Prácticas individuales y equipo)	30%

3.3. Restricciones

Calificación mínima

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final. Asimismo, es potestad del profesor que el alumno pueda presentar de nuevo las prácticas o trabajos escritos, si estos no han sido entregados en fecha, no han sido aprobados o se desea mejorar la nota obtenida, siempre antes del examen de la convocatoria correspondiente (ordinaria/extraordinaria). Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final.

Asistencia

El alumno que, injustificadamente, deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria.

Normas de escritura

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas y proyectos escritos, así como en los exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.

3.1. Advertencia sobre plagio

La Universidad Antonio de Nebrija no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de auditoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros...), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. El uso de las citas no puede ser indiscriminado. El plagio es un delito.

En caso de detectarse este tipo de prácticas, se considerará Falta Grave y se podrá aplicar la sanción prevista en el Reglamento del Alumno.

4. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica

- HERNANDO, E. CAMPO, S. (2017). "Does the Artist's Name Influence the Perceived Value of an Art Work?" *International Journal of Arts Management*. V 19, Nº 2, pp. 46-59.
- HERNANDO, E. CAMPO, S. (2017). "An Artist's Perceived Value: Development of a Measurement Scale". *International Journal of Arts Management*. V 19, Nº 3, pp. 33-

Bibliografía recomendada

- ANDERSON, R. (1974). "Painting as an investment", *Economic Inquiry*, (march), pp.13-26.
- BAUMOL, W. (1986). "Unnatural value: or art investment as a floating crap game", *American Economic Review*, Vol. 76, pp. 1-14.
- BUELENS, N Y GINSBURGH, V (1993). "Revisiting Baumol's Art as floating crap game", *European Economic Review*, Vol. 37, pp. 1351-1371.
- CZUJACK, C. (1997). "Picasso paintings at auction, 1963-1994", *Journal of Cultural Economics*, Vol. 21, pp. 229-247.
- DE LA BARRE, M., DOCCLO, S. y GINSBURGH, V. (1994). "Returns of Impressionist, Modern and Contemporary European Paintings, 1962-1991", *Annales d'Economie et de Statistique*, Vol. 35, pp. 143-181.
- FREY, B. (1994). "La economía del arte". Colección estudios económicos, La Caixa, Vol. 18.

- FREY, B. Y EICHENBERGER, R. (1995). "On the return of art investment return analyses", *Journal of Cultural Economics*, Vol. 19, pp. 207-220.
- FREY, B. Y POMMEREHNE, W. (1988). "Is art such a good investment?", *Public interest*, Vol. 91, pp. 79-86 .
- FREY, B. Y POMMEREHNE W. (1989a). "Art: An Empirical Inquiry", *Southern Economic Journal*, Vol. 56, pp. 396-409.
- GRAMPP, WILLIAM (1991). "Arte, inversión y mecenazgo", Ed. Ariel Sociedad Económica, Barcelona.
- LOCATELLI BIEY, M. Y ZANOLA, R. (2005). "The market for Picasso Prints: a hybrid model approach", *Journal of Cultural Economics*, Vol. 29, pp. 127-136.
- MEI, J. Y M. MOSES (2002a): "Art as an investment and the underperformance of masterpieces", *American Economic Review*, Vol. 92, pp.1656-1668.
- MEI, J. Y M. MOSES (2005). "Vested interest and biased price estimates. Evidence from an auction market", *Journal of Finance*, manuscrito 1454.
- STEIN, J.P (1977). "The Monetary appreciation of painting", *Journal of Political Economy*, Vol. 5, pp. 1021-1035.
- THROSBY, D. (1994). "The production and consumption of the arts: A view of Cultural Economics", *Journal of Economic Literature*, Vol. 32.
- UNZUETA, S. (2003) "La inversión en arte y antigüedades". Cinco Días.
- VELTHIUS, O. (2003). "Symbolic meanings of prices: constructing the value of contemporary art in Amsterdam and New York galleries", *Theory and Society.*, Vol. 32, pp. 181-215.
- ZORLONI, A. (2013). *The Economics of Contemporary Art*. (Vol. 60). Berlin: Springer

Nombre y Apellidos	Elisa Hernando Calero
Departamento	Artes
Titulación académica	Doctora
Correo electrónico	ehernanc@nebrija.es
Localización	Campus Princesa. Sala de Profesores
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail

<p>Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.</p>	<p>Doctora en Ciencias Empresariales y Licenciada en Historia del Arte por la Universidad Autónoma de Madrid. Conferenciante en el Instituto de Empresa (IE), Universidad Autónoma de Madrid, Universidad de Salamanca, ARCO, entre otros. Escribe artículos sobre la economía y mercado del arte en diversas publicaciones como Expansión, El Cultural (ABC), Lápiz, Exit.</p> <p>Tras trabajar varios años en Citibank y The Bank of New York, decidió dedicarse a su pasión, el arte, trabajando en las galerías de arte Fernando Pradilla y Elba Benítez. En el 2003 crea la empresa Arte Global, una asesoría de arte pionera en su sector en nuestro país. Comisaria de exposiciones como "Ballester. Paisajes encontrados: El Bosco, El Greco, Goya", Museo Lázaro Galdiano, Madrid; "Explorando paradigmas", MUSAC, León y Casa Árabe, Madrid; "Diálogos", Beirut, Amman; "Mitos Contemporáneos", DomusArtium, Salamanca.</p> <p>En el 2017 crea la start-up de arte RedCollectors (www.redcollectors.com) plataforma de gestión para galerías de arte y coleccionistas.</p>
---	---