

Gestión de espacios
expositivos

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



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Gestión de Espacios Expositivos

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

Carácter: Obligatorio

Idioma: Castellano

Modalidad: Presencial / Semipresencial / A distancia

Créditos: 2

Semestre: 2º

Profesores/Equipo Docente: Dr. D. Juan Carlos Rico

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.
- 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 actuar de forma autónoma en la planificación e implementación de proyectos y decisiones.
- El alumno debe ser capaz de aportar valor mediante su creatividad y participación.
- Dominio de las herramientas del Management para la acción directiva en empresas relacionadas con el mercado del arte.
- Capacidad de diseño, implantación y evaluación de proyectos artístico-culturales tales como exposiciones, festivales, premios y eventos.
- Capacidad de dirigir empresas relacionadas con el mercado primario y secundario del arte.
- Capacidad de identificar y obtener recursos disponibles para la financiación de productos culturales.

- Capacidad de gestión rentable de empresas o proyectos artísticos.
- Capacidad de elaborar presupuestos, así como de análisis de los estados financieros y de control presupuestario.
- Capacidad de definir objetivos, políticas y estrategias para la empresa, así como los procesos de seguimiento y control de las mismas.
- Capacidad de desarrollar planes de marketing coherentes con los objetivos estratégicos.
- Dominio de las posibilidades de la comunicación como herramienta de marketing de productos artísticos.
- Dominio de las habilidades de negociación y venta aplicables en el mercado del arte.

1.2. Resultados de aprendizaje

- Que los estudiantes hayan demostrado desarrollo de la capacidad analizar la situación estratégica de una empresa y su producto o servicio; capacidad de comprender los conceptos fundamentales del área de dirección de personas de la empresa; capacidad de elaborar un presupuesto, seguir su cumplimiento y extraer información a partir de él.
- Que los estudiantes adquieran la capacidad para aplicar los métodos necesarios para conocer los indicadores y ratios de costes precisos ante la toma de decisiones y control de la gestión; la capacidad de trabajo en equipo y gestión de la diversidad; la capacidad de comprender el proceso de toma de decisiones estratégicas de un director de marketing, desde el análisis de la situación hasta las consecuencias derivadas de su implementación, y cómo éstas condicionan la marcha y orientación de un evento artístico.
- Que los estudiantes adquieran la capacidad de planificación de un plan de comunicación de un evento artístico; la capacidad de comprender el funcionamiento de una galería de arte, en un sentido global, como empresa y como centro difusor del arte y la cultura; la capacidad de gestión empresarial de galerías y espacios expositivos; la capacidad de descubrir y promover nuevos valores en el arte y su desarrollo en el mercado.

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

Ninguno

2.2. Descripción de los contenidos

Conocer u analizar los diferentes aspectos fundamentales para la correcta gestión de una galería de arte: estrategias de comunicación, planificación artística, relación con los artistas, conservación y almacenaje de las obras de arte, etc. Generar habilidades necesarias para llevar a cabo un proyecto expositivo desde la idea inicial hasta el montaje final. El participante aprende de manera práctica a analizar el mercado expositivo y descubre todos los aspectos de comisariado y gestión de una exposición, desde la realización de presupuestos, localización de obras, embalaje, transporte y manipulación de las obras hasta, finalmente, los diversos criterios de diseño y montaje. Compuesta por las asignaturas “Gestión de Galerías”, “Gestión de espacios expositivos” y “Comisariado”.

2.3. Contenido detallado

Presentación de la asignatura.
Explicación de la Guía Docente.

SESIONES

Básicas

1. La percepción espacial como base de la exposición (sesión reflexiva)
Olvidada en todos los programas especializados, la percepción espacial es el elemento fundamental para acercarnos a la relación formal entre el espectador y la obra; hemos de recuperarla.
2. El lenguaje expositivo frente a la tipología espacial (sesión práctica)
De los esquemas lineales a los circulares y radiales, dos maneras muy diferentes de acercarnos a la obra. De la individualización al conjunto.
3. El movimiento del visitante (sesión práctica)
Del itinerario a la circulación libre, las diferentes concepciones expositivas trasladadas a la lectura del visitante. Como adaptar los diversos espacios a ellas.
4. Iluminación, Información y descansos (sesión reflexiva / práctica)
Otras maneras culturales de plantear la luz en las obras
Que significa la información en una exposición: cual, como y donde
Que es descansar en una exposición: descanso físico y psicológico

Las nuevas herramientas

5. Nuevos materiales, nuevas formas de montar la exposición (sesión reflexiva / práctica)
Seguimos utilizando básicamente en las exposiciones, los mismos elementos y procesos constructivos. Es necesario conocer nuevas propuestas. (Se expondrá algún proyecto desarrollado en el LIME, presentado internacionalmente)
6. El miedo a la tecnología (sesión reflexiva / práctica)
Es algo más que poner unas pantallas audiovisuales, unos ordenadores o unos botones para que manipulen los visitantes. Conozcamos realmente sus grandes posibilidades.

Dos controversias actuales

7. Exponer para ver y exponer para vender (sesión reflexiva)
¿Es lo mismo exponer para ver (museología) que para vender (galería)? Durante años hemos discutido este problema en el Taller Experimental de Montaje; merece la pena hacerlo en un Máster dedicado al Mercado del Arte
8. El consumo cultural en las exposiciones (sesión reflexiva)
Una de las discusiones actuales desde puntos de vista que van desde el patrimonio hasta la filosofía, pasando por la sociología, es la influencia y la solución a la masificación en el arte. Importante en la exposición y en su venta

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 Dirigida: AD1 : *Análisis de una exposición, teniendo en cuenta los elementos desarrollados en las clases.*

Actividad Dirigida: AD2: Proyecto de montaje práctico de exposición paralelo a las ocho sesiones

2.5. Actividades formativas

Modalidad presencial

Teoría:

Lección magistral y seminarios.

Estudio de la evolución de las galerías y modos de exposición hasta nuestros días, análisis del mercado del arte y del coleccionismo a través de dichos espacios, *modus operandi* y funcionamiento de los espacios expositivos.

(10 horas)

Práctica:

Aspectos prácticos de la gestión de galerías; funcionamiento de los espacios expositivos desde todos los enfoques: teórico y artístico, economía y administración, comunicación y marketing, consumo y sociedad, coleccionismo y mecenazgo.

(10 horas).

Trabajo personal:

Propuesta de nuevos valores artísticos, desarrollo de estrategias expositivas y galerísticas.

(30 horas)

Modalidad a distancia

Teoría: Los contenidos de la modalidad presencial son adaptados a formato escrito e incorporados a la plataforma virtual en el apartado "Itinerarios de aprendizaje". En el apartado "Documentación", se completan los contenidos con documentación adicional sobre críticas de exposiciones recientes o en curso, reportajes y vídeos, que permita enriquecer la base teórica impartida 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 exposiciones en instituciones y galerías, y aclarar dudas. (10 horas)

Práctica: Planteamiento al alumno de casos prácticos con problemas que habrá de resolver a partir de los conocimientos adquiridos con los contenidos teóricos sobre creación y gestión de empresas de arte, utilizando el apartado de "Foros". Análisis del día a día en la gestión de galerías de arte y del desarrollo de proyectos expositivos y comisariados, mediante trabajos que los alumnos presentarán 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 que el tutor asigne a los alumnos para realizar de forma individual o en grupo, 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).

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.

3.4. 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

Alonso Fernández, L. (1995). *Museología. Introducción a la teoría y práctica del museo*, Madrid, España: Istmo Ediciones.

Alonso Fernández, L. (2001). *Museología y Museografía*, Barcelona, España: Ediciones del Serbal.

Alonso Fernández, L. y García Fernández, I. (2014). *Diseño de exposiciones. Concepto, instalación y montaje*, Madrid, España: Alianza Editorial.

Rico, J.C. (1994). *Los espacios expositivos*, Madrid, España: Silex Ediciones.

Rico, J.C. (2002). *Montaje de exposiciones*, Madrid, España: Silex Ediciones.

Rico, J.C. (2009). *Los conocimientos técnicos*, Madrid, España: Silex Ediciones.

Bibliografía recomendada

García Blanco, A. (1998). *Didáctica del museo. El descubrimiento de los objetos*. Madrid, España: Ediciones de la Torre.

Belcher, M. (1997) *Organización y diseño de exposiciones: su relación con el museo*. Gijón, España: Ediciones Trea.

3. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	Juan Carlos Rico
Departamento	Artes
Titulación académica	Doctor en Arquitectura.
Correo electrónico	jrico@nebrija.es
Localización	Campus Princesa. Aulario Joaquín María López. 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>Juan Carlos Rico es doctor en arquitectura por la Escuela Técnica Superior de Arquitectura de Madrid, Historiador de arte por la Facultad de Historia de la Universidad de Salamanca y Sociólogo por la UNED. Realiza en estos momentos estudios de Ciencia y Filosofía en la UNED. Conservador de museos. Coordina un equipo multidisciplinar para la investigación del hecho expositivo y su relación con el espacio, que ha quedado reflejado en diversas publicaciones. De acuerdo con los programas de la Unión Europea, el ICOM (International Council of Museums) y el ILAM (Instituto Latinoamericano de Museos) realiza talleres en diversas universidades Europeas y americanas, de las que además es profesor habitual.ç</p> <p>Publicaciones:</p> <p>Museos: del templo al laboratorio, Paisajismo del siglo XXI, La exposición de obras de arte, ¿Por qué no vienen a los museos?, Museos, arquitectura, arte, Los conocimientos técnicos, Manual práctico de museología, museografía y técnicas expositivas y La enseñanza de la museografía.</p>
---	---