



Mercados tradicionales:  
EE.UU y Europa

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



UNIVERSIDAD  
**NEBRIJA**

## GUÍA DOCENTE

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

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

**Carácter:** Obligatorio

**Idioma:** Castellano

**Modalidad:** Presencial / Semipresencial / A distancia

**Créditos:** 2

**Módulo:** 2º

**Profesores/Equipo Docente:** Dr. Kristian Leahy

### 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.
- 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 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 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.

**1. Estudio en profundidad de los mejores agentes del mercado de Europa y EEUU**

Conocimiento relacional y particular de los agentes de prestigio internacional más destacados del mercado del arte primario y secundario. Aspectos que caracterizan su prestigio y éxito: creatividad, conexión social y privada, estrategias, sedes, proyectos, resultados y ambiciones.

**2. Análisis histórico-artístico de los agentes**

Historia del éxito y prestigio de los mejores marchantes y coleccionistas de arte desde 1940 hasta el momento presente, destacando las relaciones, dependencias y competencias entre ellos, así como sus funciones de influencia, mecenazgo, impulso de nuevos proyectos, aportación de ideas permanentes o efímeras., y su influencia en el mecenazgo de artistas y el desarrollo de lenguajes, conceptos, exposiciones y eventos diversos.

**3. Productividad de las empresas del mercado y su desarrollo frente a la adversidad y la competencia**

Desarrollo económico de las mejores empresas del mercado del arte occidental, su relación y dependencia con los nuevos mercados de oriente y las economías emergentes, y sus ascensos, problemas y soluciones frente a burbujas financieras, crisis y momentos de estabilidad.

#### 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:

##### Modalidad presencial

Actividad Dirigida 1 (AD1): *El proyecto o actividad dirigida de esta asignatura consiste en que el alumno adquiera de una manera virtual una serie de obras de unos artistas –independientes para cada alumno- en la feria ARCO, para llegar a elaborar un documento de compras para un coleccionista, proporcionando al alumno la capacidad de actuar al mismo tiempo como agente intermediario del mercado del arte, confidente de un coleccionista, conservador jefe de su colección, investigador de los aspectos histórico-artísticos de las obras adquiridas y hacerle*

participar, al fin y al cabo, de una experiencia social y profesional de responsabilidad en un entorno de desarrollo futuro por medio de un desafío real, particular e independiente.

### Modalidad a distancia

Actividad Dirigida 1 (AD1).

Análisis de textos y artículos referidos a los temas planteados: de los efectos de eventos, agentes, participantes en la vida artística y sus repercusiones en la economía 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.

Investigación y exposición de aspectos del mercado en cifras y valores. Estudio y valoración de los diferentes rangos en los distintos mercados.

(10 horas)

Práctica:

Análisis de textos y artículos referidos a los temas planteados.

Análisis, a través de casos, de los efectos de eventos, agentes, participantes en la vida artística y sus repercusiones en la economía del arte. Exposición comentada, por parte de los alumnos, de los ejercicios de investigación de mercado.

(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.

Realización de un trabajo personal de investigación sobre un artista de un mercado emergente. Búsqueda de documentación sobre los top ten, que obligue al manejo de portales como Artprice, para la realización de dossiers de información relevante sobre determinadas cuestiones de la actualidad del mercado.

(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 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 mercado actual en los distintos continentes y aclarar dudas. (10 horas)

Práctica: Los alumnos presentarán sus trabajos 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, investigación de mercado, análisis de casos de mercado primario y secundario, así como ejercicios que 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 (examen parcial)	20%
Prueba objetiva final (escrita/presentación trabajo individual)	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.

### 3.4. 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

Calvo Serraller, Francisco; Portús, Javier et al.(1995). *Mercado del Arte y Coleccionismo en España (1980-1995)*, Ed. Cuadernos ICO, Madrid

Guasch, Anna María. *El Arte del Siglo XX en sus exposiciones. 1945-1995*, Ediciones del Serbal, Barcelona 1997

Guasch, Anna María *El Arte Último del Siglo XX. Del Posminimalismo a lo Multicultural*, Ed. Alianza Forma 2000

Belting, Hans; Andrea Buddensieg & Peter Weibel, *The Global Contemporary and the Rise of NetArt Worlds*, Ed. ZKM, Center for Art and Media, Karlsruhe 2011

Altshuler, Bruce. *Biennials and Beyond –Exhibitions that Made Art History. 1962-2002*, Phaidon, 2013

Jiménez-Blanco, María Dolores; Mack, Cindy. *Buscadores de Belleza. Historias de los Grandes Coleccionistas de Arte*, Ed. Ariel 2010

##### Bibliografía recomendada

Deitch, Jeffrey (2012). *The Painting Factory. Abstraction after Warhol*. Los Angeles, USA: The Museum of Contemporary Art, MOCA-Skira-Rizzoli. ISBN 13:978-0-8478-3905-6

Belting, H., Buddensieg, A. y Weibel, Peter (Ed.) (2013). *The Global Contemporary and the Rise of New Art Worlds*, Karlsruhe, Alemania: ZKM Center for Art and Media. ISBN: 978-0-262-51834-5 (P)

Haden-Guest, Anthony (2000). *Al Natural. La verdadera historia del mundo del arte*. Península-Atalaya. ISBN 84-8307-238-6

Mory, Christopher (2015). *Ernst Beyeler. La Pasión por el Arte*. Centro de Artes Visuales Fundación Helga de Alvear. ISBN 978-84-942408-4-3

Lucas, Antonio & Navarro, Mariano (2014). *Soledad Lorenzo. Una Vida con el Arte*. Exit & Fundación Arte y Mecenazgo. ISBN 978-84-940585-2-3

Otros recursos

ArtReview. Power 100. 2010-2017. [www.artreview.com](http://www.artreview.com)  
[www.ifema.es/arcomadrid\\_01/](http://www.ifema.es/arcomadrid_01/)  
[www.artbasel.com](http://www.artbasel.com)  
[www.frieze.com](http://www.frieze.com)  
[www.artforum.com](http://www.artforum.com)

**5. DATOS DEL PROFESOR**

Nombre y Apellidos	Kristian Leahy
Departamento	Artes
Titulación académica	Doctor
Correo electrónico	kleahy@nebrija.es
Localización	Campus Princesa. Aulario Joaquín María López. Despacho de profesorado.
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>Director de Arte Contemporáneo en Fernando Durán Subastas desde 2010, con 22 años de experiencia en el mercado de subastas desde prácticas en Christie's Londres hasta cargo directivos en Castellana Subastas y Segre Subastas desde 1998 hasta 2010. Doctor en Historia, Arte Contemporáneo por la Universidad de Navarra. Profesor asociado en la Universidad Antonio de Nebrija desde 2012.</p>
---	--