



**UNIVERSIDAD DE VALLADOLID
MÁSTER UNIVERSITARIO EN
ECONOMÍA DE LA CULTURA Y
GESTIÓN CULTURAL**

Guía Docente de la asignatura

**EMPRENDIMIENTO Y MERCADO DE
TRABAJO EN EL SECTOR CULTURAL**

Curso 2019-2020

**Guía docente de la asignatura**

Asignatura	Emprendimiento y mercado de trabajo en el sector cultural		
Materia	GESTIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA DE ENTIDADES CULTURALES		
Módulo	Fundamentos generales de la economía y gestión cultural		
Titulación	Máster Universitario en Economía de la Cultura y Gestión Cultural		
Plan	484	Código	52221
Periodo de impartición	Segundo Semestre	Tipo/Carácter	Obligatorio
Nivel/Ciclo	Posgrado	Curso	2019/2020
Créditos ECTS	3		
Lengua en que se imparte	Español		
Profesores responsables	Elena Fernández Alonso / M. Ángeles Iglesias Madrigal		
Datos de contacto (E-mail, teléfono ...)	elena@emp.uva.es marian@emp.uva.es 983 423760 / 983 184868		
Horario de tutorías	consultar en la web		
Departamento	Economía Aplicada		



1. Situación / Sentido de la Asignatura

1.1 Contextualización

Esta asignatura responde a una necesidad y realidad de la sociedad actual en la que vivimos. Por una parte, se trata de reconocer la importancia de la figura del emprendedor en diversos ámbitos, así como sus habilidades y capacidades más destacadas para afrontar un nuevo proyecto trabajando en equipo. Por otra parte, se tratará de buscar fuentes de ideas de negocio con especial énfasis en el ámbito cultural, y analizar dichas ideas.

1.2 Relación con otras materias

Esta asignatura es de carácter transversal, por lo que de una forma u otra se relaciona con otras asignaturas que han cursado en el master como “Contabilidad y Gestión Financiera”, “Sociología del Ocio y de la Cultura”, “Fiscalidad de la Cultura” y “Marketing Cultural”.

1.3 Prerrequisitos

Los genéricos de la Titulación.



2. Competencias

2.1 Generales

G1. Integración de conocimientos

Capacidad para integrar los conocimientos previos de manera crítica y relacionada, y utilizarlos para elaborar propuestas, ya sean de naturaleza teórica, práctica o técnica, que se puedan aplicar al estudio de situaciones reales adaptadas al campo de la gestión cultural.

G3. Comunicación y presentación de resultados

El logro de esta competencia implica saber comunicar y defender, de forma oral y por escrito, los resultados fundamentales de un trabajo teórico o empírico, así como la cadena argumental que lo sustenta. El público objetivo puede ser de carácter especializado o no especializado y la comunicación debe ser de forma ordenada, clara, concisa y sin ambigüedades.

G4. Trabajo autónomo y en equipo

El alumno debe ser capaz de organizar y planificar el trabajo propio considerando los recursos disponibles y con el compromiso de desarrollar un objetivo de calidad. Asimismo, debe ser capaz de trabajar en equipo, demostrando habilidad para coordinar personas, tareas concretas y contribuir con profesionalidad al buen funcionamiento y organización del grupo sobre la base del respeto mutuo.

2.2 Específicas

E5. Desarrollo de la capacidad creativa de empresas y entidades culturales, así como obtención de conocimientos sobre cómo organizar recursos humanos y materiales para la búsqueda de una finalidad conjunta de carácter cultural.



3. Objetivos

Debe conocer:

- Despertar y fomentar una actitud activa entre los alumnos, asumiendo el reto que implica crear su propia idea.
- Ser capaz de detectar y aprovechar oportunidades como fuente de ideas de mejora o de nuevas empresas.
- Desarrollar una actitud creativa y resolutiva ante las dificultades e incertidumbres.
- Conocer diversas metodologías para elaborar un plan de negocio
- Comprender las técnicas de planificación y gestión de actividades empresariales

4. Tabla de dedicación del estudiante a la asignatura

ACTIVIDADES PRESENCIALES	HORAS	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES	HORAS
Clases teórico-prácticas (T/M)	13	Estudio y trabajo autónomo individual	25
Clases prácticas de aula (A)	10	Preparación y realización de prácticas	20
Laboratorios (L)			
Prácticas externas, clínicas o de campo			
Seminarios (S)			
Tutorías grupales (TG)			
Evaluación	7		
Total presencial	30	Total no presencial	45



5. Bloques temáticos

Bloque 1: NOCIONES TEÓRICAS SOBRE EL MERCADO DE TRABAJO

Contenidos:

1. Análisis microeconómico del mercado de trabajo.
2. Indicadores macroeconómicos del mercado de trabajo.

Bloque 2: ANÁLISIS DEL MERCADO DE TRABAJO EN EL ÁMBITO CULTURAL

Contenidos:

1. Flujos del mercado de trabajo en el sector cultural.
2. Fuentes estadísticas.

Bloque 3: POLÍTICAS DE EMPLEO Y EMPRENDIMIENTO

Contenidos:

1. Iniciativa emprendedora.
2. Políticas activas de empleo.

Métodos docentes

Se combinan las enseñanzas teóricas y prácticas. En las clases teóricas el profesor expondrá los conceptos y fundamentos. Durante las clases prácticas se trabajará sobre los contenidos teóricos y el desarrollo de habilidades complementarias a través de trabajo individual y/o cooperativo. Se realizarán exposiciones y defensa de trabajos en clase.

Bibliografía básica

Se facilitará al alumno en clase, la bibliografía básica y links específicos de interés.