



Guía docente de la asignatura Economía de la Cultura y de las Instituciones Culturales

Asignatura	ECONOMÍA DE LA CULTURA Y DE LAS INSTITUCIONES CULTURALES		
Materia	I. B. Gestión económica y financiera de entidades culturales		
Módulo	I. Fundamentos generales de la economía y gestión cultural		
Titulación	Master Universitario en Economía de la Cultura y Gestión Cultural		
Plan	484	Código	52220
Periodo de impartición	Primer Cuatrimestre	Tipo/Carácter	OB
Nivel/Ciclo	Posgrado	Curso	1º
Créditos ECTS	3		
Lengua en que se imparte	Español		
Profesor/es responsable/s	Luis César Herrero Prieto		
Datos de contacto (E-mail, teléfono...)	Departamento de Economía Aplicada Facultad de Comercio Plaza del Campus Universitario, 1 47011 - Valladolid herrero@emp.uva.es / 983 423 577		
Horario de tutorías	www.uva.es /Docencia / Master		
Departamento	Economía Aplicada		



1. Situación / Sentido de la Asignatura

1.1 Contextualización

Economía y cultura no son ámbitos incompatibles, sino que el análisis económico proporciona herramientas útiles para la comprensión de la naturaleza de los bienes culturales, así como el estudio del comportamiento de los distintos agentes económicos, individuos, creadores e instituciones, en relación a la cultura presente y acumulada. Se distinguen también distintos ámbitos analíticos debido a la especificidad de sus bienes, como son el patrimonio cultural, los espectáculos en vivo (artes escénicas y musicales) y las industrias culturales y creativas, que requieren de igual modo análisis particulares. Por último resulta importante analizar el alcance económico del sector de las artes, en qué manera contribuye al crecimiento económico y cómo puede utilizarse como recurso en las estrategias de desarrollo local y regional. A todos estos fines pretende atender el desarrollo analítico de esta asignatura.

1.2 Relación con otras materias

La asignatura constituye el fundamento analítico del conocimiento del sector cultural y del análisis del comportamiento de los distintos agentes que intervienen en el mercado cultural. Sirve de base para el resto de asignaturas instrumentales, particularmente con la asignatura de Estadística e Indicadores Culturales, y la de Evaluación de Instituciones y Políticas Culturales. Así mismo, guarda estrecha relación con el resto de asignaturas temáticas del Módulo de Análisis y Gestión de Sectores Culturales, es decir, las de Economía y Valoración del Patrimonio Histórico, Economía y Gestión de las Artes Escénicas y Musicales, y Análisis y Economía de las Industrias Culturales.

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.

G2. Gestión de la información y manejo de NTIC's

Dominio de habilidades de gestión de la información, documental, bibliográfica o estadística, que permitan al alumno estudiar, investigar y aprender de forma permanente y autónoma. Ello comporta, además, la capacidad para utilizar las TIC como herramienta de comunicación, gestión de la información y recurso para el aprendizaje cooperativo.

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. Así mismo debe ser capaz de trabajar en equipo,



demostrando habilidad para coordinar personas y tareas concretas y contribuir con profesionalidad al buen funcionamiento y organización del grupo sobre la base del respeto mutuo.

G5. Responsabilidad individual y social

La adquisición de esta competencia implica saber comportarse de manera íntegra y consecuente con los principios y valores personales y profesionales, sobre todo en el ámbito de la cultura, debido a su carga simbólica, individual y social. Esto supone conocer los instrumentos éticos que regulan las actuaciones profesionales, ser respetuosos con las normas y usos que amparan la integridad y sostenibilidad de la cultura, actuar con responsabilidad y rectitud ante cualquier situación, así como comprometerse con las consecuencias de los actos.

2.2 Específicas

E3. Obtención de criterios y herramientas para identificar y evaluar la conducta de agentes e instituciones culturales, así como para analizar el funcionamiento de los distintos mercados culturales.

E7. Conocimiento de las políticas culturales, además de capacidad para el diseño y evaluación de proyectos e intervenciones de carácter cultural.

E8. Adquisición de destrezas en el manejo de indicadores culturales, confección de bases de datos, así como su tratamiento e interpretación estadística.

E9. Conocimiento de los distintos sectores culturales (patrimoniales, artísticos y creativos), en especial los que pertenecen al ámbito regional. Saber relacionarse y actuar de forma proactiva con los distintos agentes e instituciones culturales como medio de captación de experiencia e impulso del espíritu emprendedor.

E10. Capacidad para diseñar un proyecto de investigación en el ámbito de la economía y gestión cultural, decidir sobre la metodología más adecuada para afrontar el estudio, ejecutarlo de forma autónoma o en grupo, y defenderlo de forma clara y sintética.

3. Objetivos

- Comprensión de las peculiaridades analíticas de la cultura como objeto de análisis económico
- Identificación de la conducta de consumidores, empresas e instituciones culturales
- Conocimiento de los rasgos económicos de los distintos sectores culturales
- Conocimiento de la dimensión y tipificación del sector cultural, en especial en el ámbito nacional y regional
- Comprensión de la contribución de la cultura al desarrollo económico y sus implicaciones territoriales

4. Contenidos y/o bloques temáticos

Bloque 1: Economía de la Cultura y de las Instituciones Culturales

Carga de trabajo en créditos ECTS:

a. Contextualización y justificación

Se contempla la configuración de un solo bloque temático para desarrollar la asignatura al completo, tanto las bases teóricas y distintivas de la economía de la cultura como disciplina científica, como el estudio de la dimensión y alcance del sector cultural, el análisis de los distintos mercados culturales y el estudio de la contribución de la cultura al desarrollo económico

b. Objetivos de aprendizaje

- Comprensión de las peculiaridades analíticas de la cultura como objeto de análisis económico
- Identificación de la conducta de consumidores, empresas e instituciones culturales
- Conocimiento de los rasgos económicos de los distintos sectores culturales



- Conocimiento de la dimensión y tipificación del sector cultural, en especial en el ámbito nacional y regional
- Comprensión de la contribución de la cultura al desarrollo económico y sus implicaciones territoriales

c. Contenidos

1. Factores de reconocimiento y delimitación analítica de la Economía de la Cultura como disciplina científica
2. Las cifras de la cultura: dimensión del sector cultural, en especial en España y Castilla y León
3. Economía de la Cultura: principales bases analíticas
4. Análisis económico de sectores culturales específicos: patrimonio histórico, artes escénicas y musicales, industrias culturales y creativas
5. Cultura y regulación: las instituciones culturales
6. La contribución de la cultura y las artes al desarrollo económico

d. Métodos docentes

Se combinan las clases teóricas por parte del profesor, junto con realización de ejercicios de apoyo y ejemplos prácticos relativos a los contenidos de la asignatura. Estos serán acometidos por parte del alumno, bajo la supervisión del profesor, y algunos de los cuales sirven de evaluación continua. Así mismo pueden plantearse casos de discusión y trabajo cooperativo.

e. Plan de trabajo

1. Clases teóricas: contenidos fundamentales de la asignatura
2. Clases prácticas y seminarios
 - ✓ Discusión de lecturas.
 - ✓ Análisis de casos y prototipos de mercados y/o instituciones culturales
 - ✓ Realización de ejercicios prácticos y tareas a entregar en plazo que sirven de evaluación continua.
 - ✓ Invitación puntual de expertos relacionados

3. Estudio y trabajo autónomo

Los alumnos deberán realizar un trabajo individual que suele consistir en el estudio de la dimensión y alcance del sector cultural en una determinada demarcación geográfica (región, país, etc.) Con ello se pretende conseguir que el alumno (1) maneje bases de datos y herramientas analíticas básicas de interpretación; (2) conozca la delimitación analítica del sector cultural; (3) sepa realizar un análisis estructural y dinámico de determinadas variables culturales; (4) se ejercite en las normas de maquetación y redacción de un documento académico o de carácter científico

Se plantea también la posibilidad de discutir un artículo de investigación a elección del alumno entre la producción científica del GIR en Economía de la Cultura u oferta similar, en la idea de profundizar en una línea de investigación o de análisis en el tema, así como la práctica de exposición y síntesis de un trabajo

El cómputo de horas aproximadas en todas estas tareas se ha especificado en el apartado 6

f. Evaluación

La evaluación de la asignatura combina la participación activa del estudiante en el desarrollo de las clases, la realización de ejercicios de evaluación continua referidos a casos prácticos o controles de lecturas relativos a los distintos contenidos del temario, la elaboración de un trabajo individual más consistente sobre medición del sector cultural o análisis de una institución cultural prototipo; y por último, un examen de control de conocimientos que comparte un ejercicio tipo test y una o varias preguntas de análisis relacional relativas al temario. Los rangos de puntuación de todos estos aspectos se concretan en el apartado 7.



g Material docente

Esta sección será utilizada por la Biblioteca para etiquetar la bibliografía recomendada de la asignatura (curso) en la plataforma Leganto, integrada en el catálogo Almena y a la que tendrán acceso todos los profesores y estudiantes. Es fundamental que las referencias suministradas este curso estén actualizadas y sean completas. Los profesores tendrán acceso, en breve, a la plataforma Leganto para actualizar su bibliografía recomendada ("Listas de Lecturas") de forma que en futuras guías solamente tendrán que poner el enlace permanente a Leganto, el cual también se puede poner en el Campus Virtual.

g.1 Bibliografía básica

ALBI, E. (2003) Economía de las Artes y política cultural, Estudios de Hacienda Pública, Instituto de Estudios Fiscales, Madrid

BENHAMOU, F. (1997) La economía de la cultura, Trilce, Uruguay

FERNANDEZ BLANCO V. y PRIETO RODRÍGUEZ J. (2004) "Análisis económico de los museos con una aplicación al estudio de sus visitantes en España", Revista Asturiana de Economía, 29, 33-59

FREY, B. (2000) La economía del arte, Colección de Estudios Económicos, Servicio de Estudios de La Caixa, Barcelona

GINSBURGH, V. Y THROSBY, D. (2006) Handbook of the Economics of Art and Culture, Elsevier

HERRERO PRIETO, L.C. (2001) "Economía del patrimonio histórico", en: Información Comercial Española, núm. 792, págs. 151-168

HERRERO PRIETO, L.C. (2011) "La contribución de la cultura y las artes al desarrollo económico regional", en: Investigaciones Regionales, núm. 19, págs. 177-202

HERRERO PRIETO, L.C. y PRIETO RODRÍGUEZ, J. (2021) *La economía de la cultura. Una disciplina joven. Estudios en homenaje al profesor Víctor Fernández Blanco*, Ediciones de la Universidad de Oviedo, Oviedo

THROSBY, D. (2001) Economía y Cultura, Cambridge University Press, Madrid

TOWSE, R. (2005) Manual de Economía de la cultura, Fundación Autor, Madrid

TOWSE, R. (2019) A Textbook of Cultural Economics, Cambridge University Press, Cambridge (Ediciones en 2010 y 2012 también válidas)

TOWSE, R. y Navarrete, T. (2020) A Handbook of Cultural Economics, Edward Elgar, Cheltenham (Ediciones de 2003 y 2013 también válidas)

BILLE, T., MIGNOSA, A. y TOWSE, R. (2020) Teaching Cultural Economics, Edward Elgar, Cheltenham

VVAA (2009) Estudios de Economía Aplicada, vol. 27(1) Monográfico sobre Economía de la Cultura

g.2 Bibliografía complementaria

Se aportan directamente durante el transcurso de la asignaturas artículos de revistas científicas o informes institucionales que estén relacionados con los distintos aspectos abordados

g.3 Otros recursos telemáticos (píldoras de conocimiento, blogs, videos, revistas digitales, cursos masivos (MOOC), ...)

h. Recursos necesarios

Se facilita a los alumnos el material bibliográfico y pedagógico necesario para el desarrollo de la asignatura, lo cual incluye, tanto el programa docente, guía de la asignatura, lecturas complementarias, así como el planteamiento de estudios de caso y ejercicios prácticos.



i. Temporalización (por bloques temáticos)

BLOQUE TEMÁTICO	CARGA ECTS	PERIODO PREVISTO DE DESARROLLO
Economía de la Cultura y de las Instituciones Culturales	3	Primer cuatrimestre

5. Métodos docentes y principios metodológicos

Se combinan las clases teóricas por parte del profesor, junto con realización de ejercicios de apoyo y ejemplos prácticos relativos a los contenidos de la asignatura. Estos serán acometidos por parte del alumno, bajo la supervisión del profesor, y algunos de los cuales sirven de evaluación continua. Así mismo pueden plantearse casos de discusión y trabajo cooperativo.

6. Tabla de dedicación del estudiante a la asignatura

ACTIVIDADES PRESENCIALES	HORAS	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES	HORAS
Clases teórico-prácticas (T/M)	15	Estudio y trabajo autónomo individual	25
Clases prácticas de aula (A)	7	Estudio y trabajo autónomo grupal	20
Laboratorios (L)	5		
Prácticas externas, clínicas o de campo			
Seminarios (S)			
Tutorías grupales (TG)			
Evaluación	3		
Total presencial	30	Total no presencial	45

7. Sistema y características de la evaluación

INSTRUMENTO/PROCEDIMIENTO	PESO EN LA NOTA FINAL	OBSERVACIONES
Asistencia a clase y participación activa	10%	
Controles de evaluación continua del desarrollo de la asignatura	30%	
Elaboración y presentación de trabajo individual	30%	
Examen sobre las materias desarrolladas en clase	30%	

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

- **Convocatoria ordinaria:**
 - ...Ver cuadro adjunto. Se primará la evaluación continua con examen final complementario
- **Convocatoria extraordinaria:**
 - ...Ver cuadro adjunto: Examen completo de la asignatura con exigencia de entregas de los trabajos individuales indicados

8. Consideraciones finales