



---

**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 2021-2022**

**Guía docente de la asignatura**

<b>Asignatura</b>	Emprendimiento y mercado de trabajo en el sector cultural		
<b>Materia</b>	GESTIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA DE ENTIDADES CULTURALES		
<b>Módulo</b>	Fundamentos generales de la economía y gestión cultural		
<b>Titulación</b>	Máster Universitario en Economía de la Cultura y Gestión Cultural		
<b>Plan</b>	484	<b>Código</b>	52221
<b>Periodo de impartición</b>	Segundo Semestre	<b>Tipo/Carácter</b>	Obligatorio
<b>Nivel/Ciclo</b>	Posgrado	<b>Curso</b>	2021/2022
<b>Créditos ECTS</b>	3		
<b>Lengua en que se imparte</b>	Español		
<b>Profesores responsables</b>	Elena Fernández Alonso / M. Ángeles Iglesias Madrigal		
<b>Datos de contacto (E-mail, teléfono ...)</b>	<a href="mailto:elena@emp.uva.es">elena@emp.uva.es</a> <a href="mailto:marian@emp.uva.es">marian@emp.uva.es</a> 983 423760 / 983 184868		
<b>Horario de tutorías</b>	<a href="#">consultar en la web</a>		
<b>Departamento</b>	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 resolutive 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		
<b>Total presencial</b>	<b>30</b>	<b>Total no presencial</b>	<b>45</b>



## 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.