

Mercados
tradicionales: EE. UU. y
Europa

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

2024-25



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Mercados Tradicionales: Estados Unidos y Europa

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

Curso Académico: 2024-25

Carácter: Obligatorio

Idioma: Español

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

Créditos: 2

Curso: 1º

Módulo: 2º

Profesores/Equipo Docente: D^a Mónica González-Adalid Práxedes

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 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: EE. UU. Y Europa” y “Mercados emergentes: India, China y Latinoamérica”.

2.3. Contenido detallado

Presentación de la asignatura. Explicación de la Guía Docente.

Estudio en profundidad de los agentes del mercado de Europa y EE. UU.

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.

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.

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:

Actividad Dirigida 1 (AD1): El proyecto o actividad dirigida de esta asignatura consiste en que los alumnos, en grupos de tres o cuatro personas, realicen una “Due Diligence” de una obra que se le asignará a cada grupo. Dicha obra se habrá vendido en el mercado secundario en los últimos diez años siendo el objetivo de la actividad usar todos los recursos con los que cuenta el alumno y todos los conocimientos de mercado del arte aprendidos, para realizar una correcta valoración de la obra hasta llegar a una tasación de precio actual lo más exacta posible. Tendrán que presentar a sus compañeros, durante una de las sesiones, su razonamiento y los condicionantes que los han llevado a determinar ese precio.

Actividad Dirigida 2 (AD2): El trabajo personal final 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. Ejercerán de asesores de arte de un coleccionista. De manera individual, se le asignará una colección de distinta temática y deberán adquirir entre 5-10 obras contactando con las galerías y preguntando precios.

Proporcionando al alumno la capacidad de actuar al mismo tiempo como asesor, 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.

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 trabajo personal final 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. Ejercerán de asesores de arte de un coleccionista. De manera individual, se les asignará una colección de distinta temática y deberán adquirir entre 5-10 obras contactando con las galerías y preguntando precios.

Proporcionando al alumno la capacidad de actuar al mismo tiempo como asesor, 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.

(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: El trabajo personal final 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. Ejercerán de asesores de arte de un coleccionista.

De manera individual, se les asignará una colección de distinta temática y deberán adquirir entre 5-10 obras contactando con las galerías y preguntando precios.

Proporcionando al alumno la capacidad de actuar al mismo tiempo como asesor, 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.

(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.

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
- Altshuher, 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)
- 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

- www.artreview.com
- www.ifema.es/arcomadrid_01/
- www.artbasel.com
- www.frieze.com
- www.artforum.com

5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	D ^a Mónica González-Adalid Práxedes
Departamento	Artes
Titulación académica	Doctoranda
Correo electrónico	mgonzalezadalid@nebrija.es
Localización	Campus de Comunicación y Artes en Madrid-San Francisco de Sales
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail
Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación	<p>Doctoranda en Historia del Arte por la Universidad Complutense de Madrid y MA Art Business por la Universidad de Manchester y el Sotheby's Institute of Art de Londres, es Licenciada en Historia del Arte por la Universidad Autónoma de Madrid.</p> <p>Desde 2023 es directora de la Galería Albarrán Bourdais de Madrid.</p> <p>De 2014-2023 ha sido Senior Art Advisor en Callia Art, en donde asesora a grandes patrimonios en el coleccionismo en arte desde una perspectiva artística, social y económica. Junto con el equipo de Callia, ha realizado importantes operaciones internacionales y adquirido obras para coleccionistas de Alex Katz, Zurbarán, Rauschenberg y Carlos Cruz-Diez, entre otros muchos artistas.</p> <p>Con anterioridad, ha trabajado en el Departamento de Pintura del Siglo XIX de Sotheby's España y en la Colección Peggy Guggenheim de Venecia.</p>