

GUÍA DOCENTE

ARTE Y EMPRESA

GRADO EN FOTOGRAFÍA

CURSO 2018-2019

I.-Identificación de la asignatura	
Período de impartición:	Anual
Créditos:	6 ECTS
Modalidad:	100% Presencial con el apoyo del campus virtual.
Idioma en el que se imparte:	Castellano
Coordinador de facultad:	Angélica Soleiman
Director de la titulación:	Albert Corbí
Coordinador de departamento:	Alfonso Morales
Profesor colaborador:	Juan Curto

II.-Presentación de la asignatura
Desarrollo de los conocimientos y técnicas necesarios para identificar y explotar con éxito una oportunidad de negocio en la industria de la fotografía, mediante la elaboración de un plan de negocio en torno a sus principales áreas: marketing, operaciones, RR.HH., organización y económico-financiera. Claves para realizar una autogestión de la carrera artística que permita crear una imagen de marca como autor y definir un posicionamiento en el mercado.

III.-Competencias
CG1 Capacidad de análisis y síntesis.
CG2 Capacidad de aplicar los conocimientos a la práctica.
CG3 Planificación y gestión del tiempo.
CG4 Conocimientos básicos del área de estudio.
CG5 Conocimientos básicos de la profesión.
CG6 Comunicación oral y escrita de la propia lengua.
CG10 Capacidad de aprendizaje.
CG11 Habilidades de gestión de la información (habilidad para buscar y analizar información procedente de fuentes diversas).
CG14 Capacidad para generar nuevas ideas.
CG15 Resolución de problemas.
CG16 Toma de decisiones.
CG17 Trabajo en equipo.
CG18 Habilidades interpersonales.
CG19 Liderazgo.
CG20 Capacidad de trabajar con un equipo interdisciplinario.
CG26 Diseño y gestión de proyectos.
CE39 Adquirir una visión global de la situación actual de la industria fotográfica y su relación con la fotografía.
CE41 Adquirir las herramientas necesarias para la creación y gestión de empresas fotográficas.
CE42 Conocer las principales estrategias del marketing y la promoción en su relación con la fotografía.

IV.-Resultados de aprendizaje
El alumno deberá ser capaz de:
- Desarrollar los conocimientos y técnicas necesarias para identificar y explotar con éxito una oportunidad de negocio, a través de la elaboración de un plan de negocio.
- Estar familiarizado con herramientas como el lienzo del modelo de negocio, análisis DAFO, las cinco fuerzas de Porter, etc.
- Desarrollar un plan de marketing, de operaciones, de recursos humanos y económico-financiero para una idea empresarial.
- Analizar de forma crítica el entorno empresarial al que se enfrenta.
- Encontrar soluciones innovadoras adecuadas a los cambios del entorno en la industria de la fotografía.
- Destacar habilidades directivas tales como el liderazgo, la comunicación y la motivación de los empleados y habilidades de trabajo en equipo.
- Crear una imagen de marca de sí mismo como autor y definir un posicionamiento en el mercado.

- Crear, cultivar y rentabilizar relaciones con los diferentes agentes del mercado (galerías, comisarios, coleccionistas, etc.).

V.- Metodología docente

MD1	Impartición de clases teóricas.
MD2	Impartición de clases prácticas.
MD3	Talleres de resolución de problemas y discusión de resultados.
MD8	Talleres de debate de casos prácticos.

VI.- Contenidos

VI.A- Temario de la asignatura

I.- LA INICIATIVA EMPRESARIAL

Tema 1.- El emprendedor y la creación de empresas culturales y artísticas

Definición de empresa. Los conceptos de empresario, accionista, directivo y emprendedor. Cómo ser un emprendedor de éxito. La forma jurídica, constitución y puesta en marcha de la empresa cultural y artística.

II.- EL PLAN ESTRATÉGICO Y LA DEFINICIÓN DE OPORTUNIDADES DE NEGOCIO

Tema 2.- La definición del plan estratégico: misión, visión y objetivos empresariales.

Planes y programas de apoyo a la actividad emprendedora. Análisis DAFO. El posicionamiento competitivo de la empresa. El modelo de negocio y estructura del plan de negocio.

III. METODOLOGÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIO

Tema 3. El plan de Operaciones y Marketing. Principales decisiones de Dirección de Operaciones y de Marketing.

Tema 4. El plan de Recursos Humanos y Organización. Principales decisiones de Dirección de Recursos Humanos y de Diseño Organizativo.

Tema 5. El plan económico-financiero. Plan de inversión y financiación, plan de ingresos y gastos; plan de tesorería.

IV. ARTE Y FOTOGRAFÍA: LA EMPRESA DEL ARTE

Surgimiento. Modelos de negocio y estudios de viabilidad. Opciones de negocio.

VI.B- Actividades formativas

AF1	Participación y asistencia a clases teóricas y teórico-prácticas.	21 horas
AF2	Realización de ejercicios y prácticas en el aula.	27 horas
AF3	Realización de proyectos de creación e interpretación artística (individuales o grupales).	
AF4	Realización de prácticas en aula informática.	
AF5	Realización de actividades de apreciación artística: asistencia a seminarios, visitas a exposiciones o visionado de obras visuales/audiovisuales.	
AF6	Realización de actividades de investigación: búsqueda y selección de documentación, lectura de material de apoyo y referencias bibliográficas y visuales.	30 horas
AF7	Asistencia a tutorías individuales presenciales.	
AF8	Asistencia y realización de pruebas de conocimiento.	6 horas
AF9	Trabajo autónomo de estudio de los contenidos teóricos y elaboración autónoma de trabajos y actividades prácticas.	90 horas

*La distribución de horas entre las actividades formativas puede sufrir cambios debido a necesidades académicas del curso, del grupo y/o del profesor.

VII.-Evaluación

VII.A.- Criterios generales de evaluación

SISTEMA DE EVALUACIÓN CONTINUA: La asistencia a clase es obligatoria. La falta de asistencia a más del 20% de las clases y actividades de una asignatura puede suponer la calificación de suspenso, sin derecho a evaluación ordinaria. El profesor decide la aplicación de esta norma.

CALIFICACIÓN: El sistema de evaluación continua valora de forma integral los resultados obtenidos por el estudiante a través de los procedimientos de evaluación recogidos en el siguiente apartado, de acuerdo con la calificación de 0 a 10 según la legislación vigente.

Si el alumno desea intentar subir nota en convocatoria extraordinaria, deberá renunciar previamente en Secretaría de Alumnos, por escrito, a todas las calificaciones obtenidas en convocatoria ordinaria. Su calificación final será la obtenida en convocatoria extraordinaria.

ORTOGRAFÍA Y EXPRESIÓN: La calificación de pruebas escritas incluye aspectos como la ortografía y expresión escrita. En los exámenes no se admitirán más de 2 faltas de ortografía o 10 tildes (omitidas o mal colocadas). Los trabajos realizados fuera de clase no podrán contener más de 1 falta.

TRABAJOS UNIVERSITARIOS: Todos tendrán portada, índice y bibliografía con, al menos, 4 fuentes. Deben ser originales. Cuando se emplean fragmentos ajenos estarán citados. Su uso no puede ser indiscriminado. El plagio, que debe demostrarse, es un delito. Si un alumno copia el trabajo de otro, ambos serán considerados responsables.

VII.B.- Criterios específicos de evaluación de la asignatura

EVALUACIÓN ORDINARIA

En esta asignatura, la falta de asistencia a más del 20% de las clases y actividades supone la calificación de suspenso, sin derecho a evaluación ordinaria. **SÍ** **NO**

Todas las pruebas reevaluables deberán obtener una calificación mínima de 5. Si una de ellas se puntúa por debajo del mínimo, no se procederá al cálculo de la media ponderada.

El profesor indicará, mediante explicación en clase o documento adicional a disposición del alumnado a través del Campus Virtual, detalles o especificaciones de contenido o entrega de las pruebas de evaluación. En el caso de trabajos, será determinante la entrega/ presentación de los mismos en los plazos establecidos por el docente.

Pruebas (*)	Descripción de la prueba	Revaluable/ No revaluable en convocatoria extraordinaria	Ponderación (en %)
SE1 Pruebas de conocimiento presenciales (orales y/o escritas).	Examen parcial 1. 50% Examen parcial 2. 50%	Revaluable	50%
SE2 Valoración de trabajos y proyectos.	Módulo 1: Elaboración de un trabajo que presente una idea de negocio viable. Módulo 2: Elaboración de un portfolio fotográfico de trabajo artístico/personal.	No revaluable	30%
SE3 Evaluación continua: tareas y deberes semanales e informes periódicos.		No revaluable	10%

SE4 Evaluación de la resolución de problemas y actividades prácticas.	--	--	--
SE5 Actitud en clase y participación en los debates.		No revaluable	10%
			100%

(*) De todas las pruebas aquí expuestas se tienen que recoger evidencias y entregarlas para archivo en la Secretaría de Alumnos (escritos, grabaciones...)

EVALUACIÓN EXTRAORDINARIA

El alumno realizará o entregará las pruebas de evaluación reevaluables que no haya superado en la evaluación ordinaria (calificación mínima: 5).

La prueba de evaluación extraordinaria se colgará en el campus virtual llegado el momento.

VII.C.-Revisión de las pruebas de evaluación

Conforme al procedimiento de reclamación de exámenes recogido en la Normativa del alumno de TAI.

VIII.-Recursos didácticos

Bibliografía recomendada

Módulo I. Emprendimiento, industria y actividad empresarial

González, J. & Ganaza Vargas, J. D. (coordinadores) (2012), Principios y fundamentos de gestión de empresas (3ª ed.). Madrid: Ediciones Pirámides.
 Alcazar, P., & Guillén, I. (2015). El libro de los emprendedores. Barcelona: Deusto.
 Blank, S., & Dorf, B. (2015). El manual del emprendedor (4a ed.). Barcelona: Gestión 2000.
 Iborra, M., Dasí, A., Dolz, C., & Ferrer, C. (2014). Fundamentos de dirección de empresas. Conceptos y habilidades directivas (2a ed.). Madrid: Ediciones Paraninfo.
 Gosende, J. (2013). El libro blanco del emprendedor web. Madrid: Anaya Multimedia.
 Guillebeau, C. (2014). 100€ Startup (2a ed.). Madrid: Anaya Multimedia.
 Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2015). Generación de modelos de negocio (14a ed.). Barcelona: Deusto.
 Veciana, J.M. (2005). La creación de empresas. Un enfoque gerencial. Barcelona: La Caixa.

Módulo II. El mercado del arte

Barragán, P. (2008). La era de las ferias. Edizioni Charta.
 Bright, S. (2006). Fotografía hoy. Ed. Nerea.
 Cotton, C. (2014). The photograph as contemporary art. Ed. Thames & Hudson.
 Demos, T. (2009). Vitamin Ph. New Perspectives in Photography. Ed. Phaidon.
 Fontcuberta, J. (2013). La cámara de Pandora. Ed. Gustavo Gili.
 Fontcuberta, J. (2015). El beso de Judas. Fotografía y verdad. Ed. Gustavo Gili.
 Grosenick, U., & Seelig, T. (2008). PHOTOart: Photography in the 21st Century. Ed. Aperture.
 Lindemann A. (2006). Coleccionar arte contemporáneo. Ed. Taschen.
 Musée de l'Elysée (2015). ReGeneration 3: 50 photographers of tomorrow. Ed. Skira.
 Olivares, R. (2014). 100 fotógrafos europeos. EXIT Publicaciones.
 Phillips, J. (2012). Collect Contemporary Photography. Ed. Thames & Hudson.
 Thornton, S. (2010). Siete días en el mundo del arte. Ed. Edhasa.
 Thompson, D. (2009). El tiburón de 12 millones de dólares. Ed. Ariel.
 Vettesse, A. (2002). Invertir en arte. Ed. Pirámide.

Sitios web de interés

Ministerio de Economía, Industria y Competitividad (2017). *Creación de Empresas*. Recuperado de <http://www.creatuempresa.org/>.

VVAA (2017), *Emprendedores*. Recuperado de <http://www.emprendedores.es>.

Comunidad de Madrid (2017). *Empréndelo*. Recuperado de <http://www.emprendelo.es>.

Ministerio de Economía, Industria y Competitividad (2017). *¿Quieres crear una empresa?* Recuperado de <http://www.ipyme.org>.

Guerras Martín, L. A. & Navas López, J. E. (2017). *Dirección estratégica de la empresa*. Recuperado de <http://www.guerrasynavas.com>.

Material del alumno necesario para cursar la asignatura

Portátil con acceso a Internet.