



<b>GRADO:</b>	Grado de Economía
<b>ASIGNATURA:</b>	Economía de la Cultura y el Deporte
<b>CURSO:</b>	4º
<b>SEMESTRE</b>	Segundo

<b>OBJETIVOS:</b>	<p>Esta asignatura pertenece al módulo de “Análisis Económico” y a la materia de “Economía”.</p> <p>La asignatura de Economía de la Cultura y el Deporte del Grado en Economía es una asignatura optativa, cuatrimestral de seis créditos ECTS, que se impartirá durante el segundo semestre del cuarto curso de dicho grado. En esta asignatura se ofrece el instrumental básico para enfrentarse a las decisiones económicas en los sectores de la cultura y el deporte, caracterizados ambos por rasgos particulares en sus outputs, en sus procesos productivos y en sus mercados, así como por la presencia de comportamientos distintos de la maximización del beneficio, la existencia de empresas y organismos no lucrativos, la importancia de las nuevas tecnologías o la intervención del sector público como regulador y como productor y demandante. Estos dos sectores ofrecen la posibilidad de aplicar los instrumentos teóricos esenciales del análisis económico y, a su vez, presentan peculiaridades que enriquecen la formación de los estudiantes en dos industrias que representan un porcentaje significativo en los PIB de los países y que resultan cada vez más relevantes en las decisiones los consumidores.</p> <p>Los temas a tratar incluyen la definición del producto cultural y del producto deportivo, la demanda y la oferta de bienes y servicios culturales y deportivos, la formación de gustos, el papel de los precios, la intervención pública y/o privada en los sectores culturales y deportivos, la estructura y organización de las dos industrias y el comportamiento de las empresas o clubes, el balance competitivo, el mercado laboral de los deportistas profesionales y artistas, el análisis de la asistencia a espectáculos deportivos y culturales en directo o por televisión, el estudio de otras industrias relacionadas con la cultura y con el deporte y, por último, la participación deportiva.</p>
-------------------	---



## RESUMEN DE CONTENIDOS:

### **Programa. Primera parte: la Economía del Deporte**

#### Tema 1: Naturaleza del producto deportivo

- 1.1. Deporte *amateur* y deporte profesional.
- 1.2. La estructura de mercado en los deportes profesionales.
- 1.3. El comportamiento de las empresas y de las Ligas en los deportes profesionales.

#### Tema 2: El balance competitivo

- 2.1. Modelo general de balance competitivo.
- 2.2. La política de restricciones y el balance competitivo.
- 2.3. Medidas de balance competitivo.

#### Tema 3: El mercado de trabajo en los deportes profesionales

- 3.1. Salarios *versus* productividad.
- 3.2. Deportistas individuales
- 3.3. Eficiencia de los *managers*

#### Tema 4: Factores explicativos de la demanda

- 4.1 Demanda en los estadios.
- 4.2 Demanda por televisión
- 4.3 Apuestas deportivas

#### Tema 5: El impacto económico en el deporte

- 5.1 Instrumentos microeconómicos
- 5.2 Instrumentos microeconómicos
- 5.3 Evidencia empírica

#### Tema 6: La participación deportiva

- 6.1. Análisis de la participación deportiva
- 6.2. Análisis de la participación cultural
- 6.3 Técnicas y modelos: trabajo empírico

### **Segunda parte: La Economía de la Cultura**

#### Tema 7: Una aproximación económica a la producción y consumo de cultura

- 7.1. El enfoque económico de la cultura
- 7.2. Características fundamentales del producto cultural y las industrias creativas
- 7.3. Provisión pública y privada de la cultura



**Tema 8: El mercado cultural. Demanda, oferta y fijación de precios**

- 8.1. La demanda de productos culturales
- 8.2. La formación del gusto, aprendizaje y adicción
- 8.3. Demandas interdependientes
- 8.4. La oferta de productos culturales
- 8.5. Producción y costes en la cultura y las industrias creativas
- 8.6. La enfermedad de los costes y la competitividad del sector cultural
- 8.7. Equilibrio de mercado y estrategias de fijación de precios

**Tema 9: La gestión de las empresas culturales lucrativas y no lucrativas**

- 9.1. Tipología de las empresas culturales
- 9.2. Las decisiones de las empresas lucrativas y no lucrativas
- 9.3. Artes escénicas
- 9.4. Industrias culturales y creativas
- 9.5. Museos, patrimonio y mercados del arte

**CONTEXTUALIZACIÓN  
EN EL GRADO:**

La asignatura se dirige a aquellos estudiantes que tienen un conocimiento del funcionamiento de los mercados. Por ello, es adecuada para alumnos que han estudiado cursos de Microeconomía y quieren conocer el funcionamiento de los mercados culturales y deportivos, así como de las instituciones que lo forman.