Máster Oficial Universitario en Mercado del Arte

Introducción

El Título de Máster Universitario en Mercado del Arte por la UDIMA, tiene como finalidad dotar al estudiante de una formación especializada, orientada a ejercer las labores profesionales en el ámbito de las empresas culturales que conforman este sector de gran tradición y que en la actualidad se muestra en gran expansión internacional.

En el diseño del plan de estudios, se han tenido presentes los principales ámbitos laborales y sectores de mayor relevancia, a fin de configurar una enseñanza práctica, real y adaptada a las exigencias del mercado laboral. Para ello se han tenido en cuenta los conocimientos, aptitudes y habilidades que más valoran los profesionales dentro de una sociedad que demanda unos perfiles característicos y adaptados a las tecnologías en este sector.

El Máster Universitario en Mercado del Arte es un título oficial verificado por la ANECA en junio de 2012.

Titulación

La superación del Máster supondrá la obtención de:

· Título Oficial de Postgrado "**Máster Universitario Oficial en Mercado del Arte**" por la Universidad a Distancia de Madrid.

Duración y precio:

Duración: 60 ECTS
Precio: 4.620 €

Objetivos

El objetivo de aprendizaje principal del Título de Máster Universitario en Mercado del Arte por la UDIMA es formar profesionales altamente cualificados en el ámbito de la dirección y gestión de empresas culturales relacionadas con el sector, dotándoles de un perfil práctico, profesional y competitivo.

Este programa formativo ha sido diseñado para que el estudiante domine todos los conocimientos necesarios que le capaciten para realizar adecuadamente y con garantía de éxito una labor de gestión, asesoramiento, peritaje y catalogación de los bienes artísticos y de colección en entornos nacionales e internacionales, tanto en el ámbito global de la organización como en cualquiera de sus áreas funcionales: adquisición, peritaje, comercialización en subasta, feria, etc., inversión, tasación..., facilitándole a su vez su integración en un mercado laboral europeo.

Equipo Docente

Ana Pilar Vico Belmonte	Doctora en Mercado del Arte	Profesor invitado
Ángel Fernández Muñoz	Licenciado en Psicología	Tiempo parcial
Daniel Casado Rigalt	Doctor en Historia de la Arqueología	Tiempo completo
Javier de los Ríos Medina	Licenciado en Ciencias Económicas	Tiempo completo
Jesús Palomo Martínez	Doctor en Informática y Modelización Matemática	Profesor invitado
José García Núñez	Licenciado en Administración y Dirección de Empresas	Tiempo completo
José Ignacio Llorente Olier	Licenciado en CC. Económicas y Empresariales	Tiempo parcial
José María de Francisco Olmos	Doctor en Geografía e Historia	Profesor invitado
José Tovar Jiménez	Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales	Tiempo parcial
Juan Ramón Chaler Iranzo	Licenciado en Derecho	Profesor invitado

Requisitos de Acceso

Los requisitos de acceso a las enseñanzas oficiales de Máster de conformidad con los establecido en el artículo 16 del Real Decreto 1393/2007 de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales:

- Para acceder a las enseñanzas oficiales de Máster será necesario estar en posesión de un título universitario oficial (*) español u otro expedido por una institución de Educación Superior del Espacio Europeo de Educación Superior que faculta en el país expedidor del título para el acceso a enseñanzas de Máster.
- Podrán acceder los titulados conforme a sistemas educativos ajenos al Espacio Europeo de Educación Superior, sin necesidad de la homologación de sus títulos, previa comprobación por la universidad de que aquellos acreditan un nivel de formación equivalente a los correspondientes títulos universitarios oficiales españoles y que facultan en el país expedidor del título para acceso a enseñanzas de postgrado.
- El acceso por esta vía no implica en ningún caso la homologación del título previo de que esté en posesión el interesado, ni su reconocimiento a otros efectos que el de cursar las enseñanzas de Máster.

Destinatarios

El Máster Universitario en Mercado del Arte está dirigido a titulados universitarios con un perfil amplio y diverso, que va desde el alumno con sesgo claramente humanista como (licenciados en Historia, Humanidades, Historia del Arte, Arqueología), hasta el alumno formado en finanzas, empresa y asesoramiento financiero que quiere encauzar sus conocimientos y experiencia hacia el Mercado del Arte y en el asesoramiento patrimonial en este tipo de activos.

Al ser un ámbito de especialización, es necesario tener la formación específica complementaria de los estudios de Grado o similares de las áreas de la economía o de la empresa y enfocada al ejercicio profesional de los perfiles que se relacionan con las materias impartidas, profundizando en conocimientos previos y desarrollando las competencias y habilidades propias de un profesional de las finanzas, la gestión empresarial y de un especialista asesoría financiera.

De este modo, tienen acceso al directo al Máster los Titulados Universitarios en:

- Ciencias Empresariales.
- Administración y Dirección de Empresas.
- Economía

No obstante, aquellos alumnos que no sean licenciados o graduados en estas titulaciones, podrán cursar una serie de complementos de formación relativos a “Macroeconomía y Coyuntura Económica” como elementos fundamentales para conocer los distintos elementos que afectan a la evolución económica, y “Entorno Financiero” para sentar las bases de la gestión financiera y de la contabilidad. Para dichos alumnos estos complementos formativos son de carácter obligatorio y se podrán realizar con anterioridad al inicio del Máster o de manera simultánea al mismo.

Es importante matizar que este programa formativo no exige experiencia previa en ningún sector del mercado del Arte, sino que pretende dar una formación integral al experto, de forma progresiva y eficaz en todas sus áreas.

Metodología

La Universidad a Distancia de Madrid es una institución educativa "próxima" que tiene como leitmotiv "enseñar a aprender". La metodología se basa en un sistema de enseñanza a distancia dentro del marco del Espacio Educativo Superior Europeo y la utilización de las Tecnologías de la Información para la transmisión del conocimiento.

Las bases pedagógicas en las que se fundamenta nuestra Universidad son la formación a distancia e-learning, la concepción de su oferta formativa adaptada a la realidad social y laboral, el aprendizaje basado en competencias y la motivación por aprender.

El sistema de enseñanza está estrechamente vinculado a la Sociedad del Conocimiento. Un sistema de evaluación continua y el uso de herramientas tecnológico - pedagógicas nos permiten desarrollar una metodología activa para "aprender haciendo".

El proceso enseñanza-aprendizaje se desarrolla a través de las Aulas Virtuales de la Universidad. Nuestros estudiantes pueden establecer una comunicación directa con sus profesores a través de los foros, el teléfono y herramientas telemáticas complementarias que permiten la comunicación en tiempo real. La actuación de los docentes como "guías y facilitadores", la realización de un seguimiento académico pormenorizado y la personalización de la acción docente hacen de UDIMA una comunidad de aprendizaje centrada en las personas

Evaluación

El modelo de formación de la UDIMA está basado en la educación a distancia, haciendo uso intensivo de las Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones (TIC) para facilitar el proceso educativo.
El sistema de evaluación del aprendizaje de la UDIMA contempla la realización y, en su caso, superación de diferentes tipos de actividades. Los pesos porcentuales establecidos para evaluar las actividades de cada asignatura serán descritos en detalle en la ficha de cada módulo o asignatura contenida en la planificación de la enseñanza y se establecerán a partir de los máximos y mínimos establecidos en la siguiente tabla:

Participación en actividades de aprendizaje	≥ 10%
Controles	≥ 10%
Actividades de Evaluación Continua (AEC):	≥ 20%
Examen final presencial	≤ 60%
TOTAL	100%

Programa

El Título de **Máster Universitario en Marketing Digital y Social Media** comprende 60 créditos ECTS repartidos de la siguiente forma:

Distribución del Plan del Estudios en créditos ECTS	
Obligatorias	48
Trabajo fin de Máster	6
Prácticas externas	6
TOTAL	**60**

El Máster contiene una formación específica complementaria y **obligatoria en primera matricula para aquellos alumnos que no sean titulados universitarios en:**

-Licenciados en Ciencias Económicas y Empresariales.

-Profesores Mercantiles.

-Licenciados en Ciencias Actuariales y Financieras.

-Licenciados en Administración y Dirección de Empresas

-Licenciados en Ciencias Políticas y Comerciales-Sección de Económicas y Comerciales-

-Licenciados en Ciencias Económicas y Empresariales-Secciones de Ciencias Empresariales, Empresariales y Economía de Empresa-).

-Licenciados en Ciencias Económicas y Empresariales (Rama Economía General).

-Diplomados en Ciencias Empresariales.

La finalidad de estos complementos formativos es que dichos alumnos consigan una preparación previa y óptima que permita alcanzar todas y cada una de las competencias establecidas en el Máster.

Semestre	Código	Asignatura	Tipo (*)	ECTS (**)
Primer Semestre	5440	Macroeconomía y Coyuntura Económica	C	3
	5441	Entorno Financiero	C	3
	Total Créditos			**6**

***(C):** Complemento Formativo.

(**): El precio por ECTS de estos complementos formativos, es el mismo que la tarifa general de ECTS para esta titulación. (ver precios)

Distribución del plan de estudios para el Máster en 12 Meses

Semestre	Código	Asignatura	Tipo (*)	ECTS
Primer Semestre	5442	Informática Aplicada al Mercado del Arte	B	1
	5443	Introducción al Mercado del Arte	B	3
	5444	Agentes del Mercado del Arte	B	3
	5445	Los bienes artísticos y de colección en el Mercado del Arte	B	6
	5446	Aspectos económicos de la inversión en bienes artísticos y de colección	B	3

	5447	Aspectos financieros de la inversión en bienes artísticos y de colección	B	5
	5448	Aspectos jurídicos del comercio de bienes artísticos y de colección	B	6
	5449	Aspectos fiscales de la inversión en bienes artísticos y de colección	B	3
	Total Créditos			**30**
Segundo semestre	5450	Estudio, catalogación y tasación de bienes artísticos y de colección	B	6
	5451	Gestión de empresas y proyectos de inversión en bienes artísticos y de colección	B	6
	5452	Medios de distribución del Mercado del Arte	B	3
	5453	Gestión Patrimonial de inversiones en bienes artísticos y de colección	B	3
	5454	Prácticas Externas	B	6
	5455	Trabajo Fin de Máster	B	6
	Total Créditos			**30**

***(B):** asignaturas obligatorias.