

# Programación semanal

Para conocer la fecha de entrega de las distintas actividades, accede a la **sección Actividades** (en el menú lateral). Recuerda que la suma de las puntuaciones de todas las actividades es de 15 puntos. Puedes hacer las que prefieras hasta conseguir un máximo de 10 puntos (que es la calificación máxima que se puede obtener en la evaluación continua).

	Temas	Actividades (15.0 puntos)	Clases en directo
Semana 1	<b>Tema 1. La economía de la industria musical</b> 1.1. Introducción y objetivos 1.2. <i>Rockonomics</i> 1.3. Las cifras de la industria musical 1.4. Comprando la industria musical con otras industrias 1.5. <i>Spillovers</i> de la música: no todo el valor está en los números 1.6. La desconexión entre valor para el consumidor e ingresos del músico 1.7. Referencias bibliográficas	Asistencia a 2 clases en directo a lo largo de la asignatura (0.15 puntos cada una)	Presentación de la asignatura y clase del tema 1
		Test Tema 1 (0.1 puntos)	
Semana 2	<b>Tema 2. Economía de gestión en la industria musical I: oferta, demanda y elasticidad</b> 2.1. Introducción y objetivos 2.2. Oferta y demanda en la industria de la música 2.3. Elasticidad de la demanda 2.4. Referencias bibliográficas	Test Tema 2 (0.1 puntos)	Clase del tema 2
Semana 3	<b>Tema 3. Economía de gestión en la industria musical II: costes y beneficios</b> 3.1. Introducción y objetivos 3.2. Costes contables y económicos 3.3. Economías de escala 3.4. Umbral de rentabilidad 3.5. Análisis de costes en la industria musical 3.6. Referencias bibliográficas	Test Tema 3 (0.1 puntos)	Clase del tema 3
Semana 4	<b>Tema 4. Estructuras de mercado en la industria musical I: de la competencia al monopolio</b> 4.1. Introducción y objetivos 4.2. Competencia perfecta 4.3. Monopolios, monopsonios y barreras de entrada 4.4. Oligopolios y el dilema del prisionero		Clase del tema 4
Semana 5	<b>Tema 4. Estructuras de mercado en la industria musical I: de la competencia al monopolio (continuación)</b> 4.5. Competencia monopolística 4.6. Concentración en la industria de la música 4.7. Referencias bibliográficas	Actividad grupal: Análisis de la decisión de la Comisión Europea sobre la adquisición de EMI Music por parte de UMG (3.5 puntos) Test Tema 4 (0.1 puntos)	Clase del tema 4 y presentación de la actividad grupal Análisis de la decisión de la Comisión Europea sobre la adquisición de EMI Music por parte de UMG

	<b>Temas</b>	<b>Actividades (15.0 puntos)</b>	<b>Clases en directo</b>
<b>Semana 6</b>	<b>Tema 5. Estructuras de mercado en la industria musical II: mercados de aguas arriba y aguas abajo</b> 5.1. Introducción y objetivos 5.2. <i>Inputs</i> y su suministro 5.3. Integración vertical y horizontal en la industria de la música 5.4. Las 5 fuerzas de Porter 5.5. Derecho de la competencia 5.6. Referencias bibliográficas	Test Tema 5 (0.1 puntos)	Clase del tema 5
<b>Semana 7</b>	<b>Tema 6. Poder de mercado y estrategia de precios</b> 6.1. Introducción y objetivos 6.2. Excedente de consumidor y poder de mercado 6.3. Discriminación de precios 6.4. Otras estrategias de precios 6.5. Referencias bibliográficas	Test Tema 6 (0.1 puntos)	<b>Clase del tema 6</b>  Clase de resolución de la actividad grupal Análisis de la decisión de la Comisión Europea sobre la adquisición de EMI Music por parte de UMG
<b>Semana 8</b>	<b>Tema 7. Externalidades y lógica económica de la propiedad intelectual</b> 7.1. Introducción y objetivos 7.2. Externalidades y <i>spillovers</i> en la industria de la música 7.3. Los bienes de información como bienes públicos 7.4. La lógica económica de la propiedad intelectual 7.5. Referencias bibliográficas	Test Tema 7 (0.1 puntos)	<b>Clase del tema 7</b>
<b>Semana 9</b>	<b>Tema 8. Aspectos económicos de la comercialización de obras musicales y fonogramas I</b> 8.1. Introducción y objetivos 8.2. Incertidumbre 8.3. Riesgo y diversificación 8.4. Subastas	Actividad: Ingresos y gastos en una compañía discográfica (3.5 puntos)	<b>Clase del tema 8</b> y presentación de la actividad Ingresos y gastos en una compañía discográfica
<b>Semana 10</b>	<b>Tema 8. Aspectos económicos de la comercialización de obras musicales y fonogramas I (continuación)</b> 8.5. Ingresos y gastos en compañías discográficas y editores musicales 8.6. Recuperación ( <i>recoupment</i> ) y umbral de rentabilidad 8.7. Análisis marginal y gasto en promoción 8.8. Referencias bibliográficas	Test Tema 8 (0.1 puntos)	<b>Clase del tema 8</b>
<b>Semana 11</b>	<b>Tema 9. Aspectos económicos de la comercialización de obras musicales y fonogramas II</b> 9.1. Introducción y objetivos 9.2. Reparto de ingresos entre titulares de derechos de autor y de derechos vecinos 9.3. Economía de los servicios digitales		<b>Clase del tema 9</b>  Clase de resolución de la actividad Ingresos y gastos en una compañía discográfica  <b>Clase de explicación del modelo de examen</b>
<b>Semana 12</b>	<b>Tema 9. Aspectos económicos de la comercialización de obras musicales y fonogramas II (continuación)</b> 9.4. La lógica económica de la gestión colectiva 9.5. Valoración de catálogos 9.6. Referencias bibliográficas	Actividad: Elaboración de una estrategia de precios para un evento musical (3.5 puntos) Test Tema 9 (0.1 puntos)	<b>Clase del tema 9</b> y presentación de la actividad Elaboración de una estrategia de precios para un evento musical

	<b>Temas</b>	<b>Actividades (15.0 puntos)</b>	<b>Clases en directo</b>
<b>Semana 13</b>	<b>Tema 10. Aspectos económicos de la música en directo</b> 10.1. Introducción y objetivos 10.2. Algunos datos sobre la economía de la música en vivo 10.3. Los conciertos como bienes de experiencia y <i>mob</i> o <i>crowd goods</i> 10.4. Ingresos y gastos en la organización de conciertos y festivales 10.5. Ingresos y gastos en la organización de giras 10.6. La reventa 10.7. Referencias bibliográficas	Taller: El impacto de un derecho de remuneración equitativa a favor de artistas (3.0 puntos) Test Tema 10 (0.1 puntos)	<b>Clase del tema 10</b> y presentación del taller El impacto de un derecho de remuneración equitativa a favor de artistas
<b>Semana 14</b>	<b>Tema 11. La economía de las superestrellas y la teoría de la larga cola</b> 11.1. Introducción y objetivos 11.2. La economía de las superestrellas en la industria de la música 11.3. La teoría de la larga cola ( <i>long tail theory</i> ) 11.4. Economía digital y superestrellas 11.5. La paradoja del exceso de alternativas 11.6. Superpoblación en la industria de la música 11.7. Cómo operar en una economía de superestrellas 11.8. Cómo operar en la cola 11.9. Referencias bibliográficas	Test Tema 11 (0.1 puntos)	<b>Clase del tema 11</b>  Clase de resolución de la actividad Elaboración de una estrategia de precios para un evento musical
<b>Semana 15</b>	<b>Tema 12. La lógica económica de los subsidios públicos a las artes</b> 12.1. Introducción y objetivos 12.2. La enfermedad de costes de Baumol 12.3. Soluciones a la enfermedad de costes: los subsidios públicos 12.4. Otras cuestiones sobre intervención pública en las industrias creativas 12.5. Referencias bibliográficas	Test Tema 12 (0.1 puntos)	<b>Clase del tema 12</b>  Clase de resolución del taller El impacto de un derecho de remuneración equitativa a favor de artistas  Repaso general de la asignatura
<b>Semana 16</b>	Semana de exámenes		