

Programación semanal

En la programación semanal te presentamos un **reparto del trabajo de la asignatura** a lo largo de las semanas del cuatrimestre.

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (15 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 1	Tema 1. La economía de la industria musical 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 elegir a lo largo del cuatrimestre (0,15 puntos cada una) Test tema 1 (0,1 puntos)	Presentación de la asignatura y clase del tema 1
Semana 2	Tema 2. Economía de gestión en la industria musical I: oferta, demanda y elasticidad 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	Tema 3. Economía de gestión en la industria musical II: costes y beneficios 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	Tema 4. Estructuras de mercado en la industria musical I: de la competencia al monopolio 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

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (15 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 5	<p>Tema 4. Estructuras de mercado en la industria musical I: de la competencia al monopolio (continuación)</p> <p>4.5. Competencia monopolística 4.6. Concentración en la industria de la música 4.7. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test tema 4 (0,1 puntos)</p>	<p>Clase del tema 4</p>
Semana 6	<p>Tema 5. Estructuras de mercado en la industria musical II: mercados de aguas arriba y aguas abajo</p> <p>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</p>	<p>Actividad grupal: Análisis de la decisión de la Comisión Europea sobre la adquisición de EMI Music por parte de UMG (4,5 puntos)</p> <p>Test tema 5 (0,1 puntos)</p>	<p>Clase del tema 5 y presentación de la actividad grupal Análisis de la decisión de la Comisión Europea sobre la adquisición de EMI Music por parte de UMG</p>
Semana 7	<p>Tema 6. Poder de mercado y estrategia de precios</p> <p>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</p>	<p>Test tema 6 (0,1 puntos)</p>	<p>Clase del tema 6</p>
Semana 8	<p>Tema 7. Externalidades y lógica económica de la propiedad intelectual</p> <p>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</p>	<p>Test tema 7 (0,1 puntos)</p>	<p>Clase del tema 7</p> <p>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</p>
Semana 9	<p>Tema 8. Aspectos económicos de la comercialización de obras musicales y fonogramas I</p> <p>8.1. Introducción y objetivos 8.2. Incertidumbre 8.3. Riesgo y diversificación 8.4. Subastas</p>		<p>Clase del tema 8</p>

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (15 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 10	<p>Tema 8. Aspectos económicos de la comercialización de obras musicales y fonogramas I (continuación)</p> <p>8.5. Ingresos y gastos en compañías discográficas y editores musicales</p> <p>8.6. Recuperación (<i>recoupment</i>) y umbral de rentabilidad</p> <p>8.7. Análisis marginal y gasto en promoción</p> <p>8.8. Referencias bibliográficas</p>	<p>Actividad: Ingresos y gastos en una compañía discográfica (4,5 puntos)</p> <p>Test tema 8 (0,1 puntos)</p>	<p>Clase del tema 8 y presentación de la actividad Ingresos y gastos en una compañía discográfica</p>
Semana 11	<p>Tema 9. Aspectos económicos de la comercialización de obras musicales y fonogramas II</p> <p>9.1. Introducción y objetivos</p> <p>9.2. Reparto de ingresos entre titulares de derechos de autor y de derechos vecinos</p> <p>9.3. Economía de los servicios digitales</p>		<p>Clase del tema 9</p> <p>Clase de explicación del modelo de examen</p>
Semana 12	<p>Tema 9. Aspectos económicos de la comercialización de obras musicales y fonogramas II (continuación)</p> <p>9.4. La lógica económica de la gestión colectiva</p> <p>9.5. Valoración de catálogos</p> <p>9.6. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test tema 9 (0,1 puntos)</p>	<p>Clase del tema 9</p> <p>Clase de resolución de la actividad Ingresos y gastos en una compañía discográfica</p>
Semana 13	<p>Tema 10. Aspectos económicos de la música en directo</p> <p>10.1. Introducción y objetivos</p> <p>10.2. Algunos datos sobre la economía de la música en vivo</p> <p>10.3. Los conciertos como bienes de experiencia y <i>mob</i> o <i>crowd goods</i></p> <p>10.4. Ingresos y gastos en la organización de conciertos y festivales</p> <p>10.5. Ingresos y gastos en la organización de giras</p> <p>10.6. La reventa</p> <p>10.7. Referencias bibliográficas</p>	<p>Actividad: Elaboración de una estrategia de precios para un evento musical (4,5 puntos)</p> <p>Test tema 10 (0,1 puntos)</p>	<p>Clase del tema 10 y presentación de la actividad Elaboración de una estrategia de precios para un evento musical</p>

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (15 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 14	<p>Tema 11. La economía de las superestrellas y la teoría de la larga cola</p> <p>11.1. Introducción y objetivos</p> <p>11.2. La economía de las superestrellas en la industria de la música</p> <p>11.3. La teoría de la larga cola (<i>long tail theory</i>)</p> <p>11.4. Economía digital y superestrellas</p> <p>11.5. La paradoja del exceso de alternativas</p> <p>11.6. Superpoblación en la industria de la música</p> <p>11.7. Cómo operar en una economía de superestrellas</p> <p>11.8. Cómo operar en la cola</p> <p>11.9. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test tema 11 (0,1 puntos)</p>	<p>Clase del tema 11</p>
Semana 15	<p>Tema 12. La lógica económica de los subsidios públicos a las artes</p> <p>12.1. Introducción y objetivos</p> <p>12.2. La enfermedad de costes de Baumol</p> <p>12.3. Soluciones a la enfermedad de costes: los subsidios públicos</p> <p>12.4. Otras cuestiones sobre intervención pública en las industrias creativas</p> <p>12.5. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test tema 12 (0,1 puntos)</p>	<p>Clase del tema 12</p> <p>Clase de resolución de la actividad</p> <p>Elaboración de una estrategia de precios para un evento musical</p> <p>Repaso general de la asignatura</p>
Semana 16	Semana de exámenes		

NOTA

Esta **Programación semanal** puede ser modificada si el profesor lo considera oportuno para el enriquecimiento de la asignatura.