



UNIVERSIDAD DEL SALVADOR

Facultad de Facultad de Historia,
Geografía y Turismo

Gestión e Historia de las Artes
(Carrera/s)

PROGRAMA

ACTIVIDAD CURRICULAR:		GESTIÓN DE LAS ARTES III			
CÁTEDRA:		Prof. Alberto De Caro / Prof. María Laura Basualdo			
TOTAL DE HS/SEM.:		2	TOTAL HS	72	
SEDE:	centro	CURSO:	3° A	TURNO:	Mañana
AÑO ACADÉMICO:		2019			
URL:					

1. CICLO:

Básico		Superior/Profesional	X
--------	--	----------------------	---

(Marque con una cruz el ciclo correspondiente)

2. COMPOSICIÓN DE LA CÁTEDRA:

Docente	E-mail
Prof. María Laura Basualdo	basualdomarila@hotmail.com
Prof. Alberto De Caro	albdecaro@yahoo.com.ar

3. EJE/ÁREA EN QUE SE ENCUENTRA LA MATERIA/SEMINARIO DENTRO DE LA CARRERA:

La materia se articula en el tercer año - Ciclo de Formación Orientada y Profundización

4. FUNDAMENTACIÓN DE LA MATERIA/SEMINARIO EN LA CARRERA:

La gestión cultural es el conjunto de estrategias utilizadas para facilitar un adecuado acceso al patrimonio cultural por parte de la sociedad. Estas estrategias contienen en su definición una adecuada planificación de los recursos humanos y económicos así como la consecución de objetivos claros a largo y corto plazo que permitan llevar a cabo dicha planificación. En relación a esto, el proceso académico busca formar tanto agentes profesionales del mercado de arte como especialistas en materia de gestión cultural especializados en el dominio de estas estrategias, entendiendo la importancia que presenta la profesionalidad del sector para un mejor desarrollo de la actividad cultural. En este contexto, la materia Gestión de las Artes III brinda al alumno la experiencia formativa y la capacitación técnica para comprender y analizar dos de las inversiones de infraestructura cultural, como son las galerías de arte y los anticuarios tanto en nuestro país como en el mundo, generando la capacitación para implementar propuestas de desarrollo de los mismos en el presente, tomando en cuenta la historia del coleccionismo y el mercado del arte actual.

5. OBJETIVOS DE LA MATERIA:

- Brindar los conocimientos básicos para la planificación, instalación y apertura de una galería de arte en la forma tradicional o según las nuevas tendencias; aplicado a su vez a un anticuario.
- Analizar el panorama actual nacional e internacional de las galerías de arte y los anticuarios: las principales ferias de arte nacionales e internacionales y aspectos a tener en cuenta para la organización del trabajo de la galería en el stand.
- Identificar, en base al criterio y formación profesional adquirido en el curso de asignaturas “Historia de las Artes Decorativas “I y II”, a los operadores de primera línea de esos rubros.

6. ASIGNACIÓN HORARIA: *(discriminar carga horaria teórica y práctica para carreras que acreditan ante CONEAU)*

	Teórica	Práctica	Total
Carga horaria	0	0	0

7. UNIDADES TEMÁTICAS, CONTENIDOS, BIBLIOGRAFÍA BÁSICA POR UNIDAD TEMÁTICA:

1º CUATRIMESTRE

UNIDAD 1

Mercado de arte y galerismo

El mercado del arte: agentes que intervienen. La galería como agente del mercado: su papel e influencia. Los mercados emergentes.

Definición de una galería de arte. Funciones.

Historia del galerismo. Surgimiento y evolución en la Argentina.

Análisis de galerías nacionales e internacionales.

Asociaciones de galeristas

Bibliografía de la unidad

- BALDASARRE MARÍA ISABEL, *Los Dueños del Arte. Coleccionismo y Consumo Cultural en Buenos Aires*, Buenos Aires, EDHASA, 1° ed., 2006.
- BRUN LLUÍS, *Manual de buenas prácticas profesionales en las artes visuales*. Unión de asociaciones de artistas visuales, Madrid, mayo, 2008. https://aavib.files.wordpress.com/2014/05/manual_buenas_practicas.pdf.
- CERVIÑO MARIANA, “Nuevo coleccionismo de arte argentino contemporáneo. El caso de Gustavo Bruzzone” en *ASRI. Arte y sociedad. Revista de Investigación*, N° 0, septiembre 2011, Málaga, Universidad de Málaga. <http://asri.eumed.net/0/mc.html>
- FERNÁNDEZ GARCÍA ANA MARÍA, *Arte y emigración: la pintura española en Buenos Aires (1880-1930)*, Oviedo, Universidad de Oviedo, Servicio de Publicaciones, UBA, Facultad de Filosofía y Letras, 1997, pp. 69 a 80.
- HELGUERA DELFINA, “El coleccionismo de arte en nuestro país y en el mundo actual” en *Revista de Instituciones, Ideas y Mercados*, N° 5, Buenos Aires, Octubre 2013, ISSN 1852-5970. http://www.eseade.edu.ar/files/riim/RIIM_59/riim59_helguera.pdf
- *Memorias de una galería de arte: Archivo Witcomb, 1896-1971*, Buenos Aires, Fundación Espigas, Fondo Nacional de las Artes, 2000.
- PACHECO MARCELO, *Coleccionismo de Arte en Buenos Aires 1924 – 1942*, Buenos Aires, El Ateneo, 2013.
- PACHECO MARCELO, “Modelo español y coleccionismo privado en la Argentina. Aproximaciones entre 1880-1930” en *Ramona, Revista de Artes Visuales*, N° 53, Buenos Aires, agosto 2005, p. 9, ISSN 1666-1826 RNPI. http://70.32.114.117/gsd/collect/revista/index/assoc/HASH01d1/6f243e31.dir/r53_04nota.pdf.
- PERAZZO NELLY, *Galería Lirolay 1960-1981*, La Plata, MACLA, 2011.
- PÉREZ LETICIA A. PÉREZ, SÁNCHEZ CALERO, “Mercado del arte e intermediarios: una perspectiva actual”, en *Laboratorio de Arte*, N° 23, Andalucía, Grupo de Investigación CEAC (HUM 747), Junta de Andalucía, 2011, pp. 537-9, ISSN 1130-5762, http://institucional.us.es/revistas/arte/23/articulo_26.pdf.
- UNZUETA ESTEBAN SARA, “El Mercado del Arte”, en *Revistas ICE Información Comercial Española*, Boletín Económico N° 2747, del 11 al 17 de noviembre de 2002, Madrid, Secretaría de Estado de Comercio, pp. 35-36, <http://www.ppge.ufrgs.br/giacomo/arquivos/econ-cultura/esteban-2002.pdf>.
- WAELDER PAU, “El mercado del arte en la era del acceso” en *Anuario AC/E de cultura digital 2016*. https://www.accioncultural.es/media/Default%20Files/activ/2016/Publi/anuario2016/3_mercadoArte.pdf
- ZACHARÍAS MARÍA PAULA, *Estado del Arte, Veinticinco notas sobre artistas, galeristas, coleccionistas, gestores culturales y otros actores del sistema del arte en la Argentina*, Bs. As, Ministerio de Cultura de la Nación, 2016, https://www.cultura.gob.ar/media/uploads/becdaf54-3ad7-453d-9b7a-d55596193a6e-estado_del_arte_pag_simples_FINAL_30-11.pdf

UNIDAD 2

La galería de arte y su estructura

Estructura de una galería: el edificio (salas y trastienda); estructura departamental.

Tipología de las galerías de arte: su línea artística, identidad y personalidad.

Identificación y localización de las principales galerías de Buenos Aires y del interior del país.

Espacios tradicionales y alternativos.

Gestión documental e informática en la galería.

Programas especiales en las galerías.

Bibliografía de la unidad

- DÍAZ AMUNÁRRIZ CAROLINA, *La gestión de las galerías de arte*, Madrid, Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo, 2017. https://issuu.com/publicacionesaacid/docs/fineartdigital_la_gesti__n_de_las_g

UNIDAD 3

La galería de arte: promoción

La galería de arte y los artistas: búsqueda y selección de artistas de la galería.

Público de una galería: diferentes tipos. Criterios de segmentación. Estudios de mercado artístico.

La promoción del artista.

Relación galerista-artista: derechos y obligaciones.

La exposición en la galería: tipología de exposición, programación, curaduría y coordinación, diseño y montaje. Inauguración.

Táctica de financiamiento de los fondos destinados a las exposiciones de la galería.

Bibliografía de la unidad

- DÍAZ AMUNÁRRIZ CAROLINA, *La gestión de las galerías de arte*, Madrid, Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo, 2017. https://issuu.com/publicacionesaacid/docs/fineartdigital_la_gesti__n_de_las_g

UNIDAD 4

La galería de arte: promoción externa y difusión

Exposiciones y ferias de arte. Surgimiento y evolución de las exposiciones nacionales e internacionales.

Importancia de las ferias de arte en el mercado, análisis. Tipología y funcionamiento de las ferias de arte.

Proyecto de participación en una feria. Criterios generales de selección de ferias de arte. La organización y estrategias de venta. Tramitación.

Relaciones con los medios: la promoción artística de la galería a través de los medios de comunicación y la publicidad.

La página web: análisis de páginas web de galerías existentes, su importancia. Pautas básicas sobre el contenido y diseño de la misma.

Nuevos espacios de exposición y de gestión autónoma de arte contemporáneo: espacio artist-run y galería artist-run.

Bibliografía de la unidad

- DÍAZ AMUNÁRRIZ CAROLINA, *La gestión de las galerías de arte*, Madrid, Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo, 2017. https://issuu.com/publicacionesaacid/docs/fineartdigital_la_gesti__n_de_las_g
- *Museología, curaduría, gestión y museografía; Manual de producción y montaje para las artes visuales*, Bogotá, Ministerio de Cultura de Colombia, 2012. http://www.museoscolombianos.gov.co/fortalecimiento/comunicaciones/publicaciones/Documents/manual_artes_visuales_mincultura.pdf
- SEPÚLVEDA T. JORGE. PETRONI ILZE, “Autónomos no independientes” en *Directorio de gestiones autónomas de arte contemporáneo*, Bs. As., Ed Curaduría Forense, 2014, p. 13.

- SEPÚLVEDA T. JORGE. PETRONI ILZE, “Algunas hipótesis sobre gestiones autónomas de arte contemporáneo” en *Directorio de gestiones autónomas de arte contemporáneo*, Bs. As. Ed Curaduría Forense, 2014, p. 31.
- *The artist-run space of the future*, Institute for Applied Aesthetics, 1° ed. 2012. http://www.applied-aesthetics.org/wp-content/uploads/2012/01/artistrunspaceofthefuture_lores.pdf

UNIDAD 5

La galería de arte: gestión documental

Plan de negocios

Fijación de precios. Ventas de obras, facturación y exportación. Legislación. Seguros

Aspectos legales a tener en cuenta para la apertura de una galería

Contratos. Tipos de contrato: artistas emergentes y consagrados, argentinos y extranjeros.

Bibliografía de la unidad

- DÍAZ AMUNÁRRIZ CAROLINA, *La gestión de las galerías de arte*, Madrid, Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo, 2017. https://issuu.com/publicacionesaeicid/docs/fineartdigital_la_gesti_n_de_las_g
- GRAW ISABELLE, *Cuanto vale el arte. Mercado, especulación y cultura de la celebridad*, Buenos Aires, Mardulce, 2013.
- *Guía para la Exportación de Obras*, Ministerio de Desarrollo Económico, Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires (s.f.). http://comex.mdebuenosaires.gob.ar/contenido/objetos/obrasarte_13123075263819.pdf

2° CUATRIMESTRE

UNIDAD 6

Mercado de antigüedades

Coleccionismo: historia del coleccionismo en Argentina. Las firmas líderes en nuestro medio ya desaparecidas. El “pedigree” de las piezas provenientes de ellas: Casa Pardo – Kerteux – Maison Satuma – Bayard – Paula de Koenigberg – Jensen – Ricciardi – Ursomarzo – Gaubin Studio – La Perricholi - The Clock House - Della Signoría – Altichiero – Edipo - Alvear Art Gallery – Lopreito - Lily Beer

Anticuarios: definición y tipologías. Las firmas líderes del mercado local: Vetmas – Santarelli – Arita – Circe — Jaime Eguiguren – Eguiguren Hermanos – Branksome – Yocasta — Rambo — Durgan — Gil Antigüedades.

Casas de remates: concepto y objetivos. Principales casas de remates nacionales e internacionales.

UNIDAD 7

Gestión de anticuarios: estructura general.

Adaptación de las variables según el recurso.

Obtención y tratamiento de los distintos recursos a administrar.

Clasificación general de los distintos recursos que conforman el universo de las antigüedades: terminología y tratamiento.

La página web: análisis de páginas web de anticuarios existentes, su importancia. Pautas básicas sobre el contenido y diseño de la misma.

UNIDAD 8

Ferias de antigüedades: definición e importancia. Distintos tipos de ferias.

Historia de las ferias en el mundo: generalidades.

Principales ferias de antigüedades nacionales e internacionales. Buenos Aires – Nueva York – París – Holanda – Londres – Palm Beach – Otras.

Gestión de ferias: estructura general. Objetivos.

Análisis y manejo de las variables que intervienen en la Gestión de Ferias según el objetivo de las mismas.

UNIDAD 9

Gestión documental.

Conceptos administrativos y legales a considerar en la gestión de Anticuarios y Ferias.

Importación y exportación de antigüedades.

Conceptos legales y administrativos a considerar según los distintos recursos.

Bibliografía obligatoria

- *Museología, curaduría, gestión y museografía; Manual de producción y montaje para las artes visuales.* Ministerio de Cultura de Colombia. 2012. http://www.museoscolombianos.gov.co/fortalecimiento/comunicaciones/publicaciones/Documents/manual_artes_visuales_mincultura.pdf
- *Publicaciones y catálogos de anticuarios y casas de remates locales e internacionales.*

8. BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

1º cuatrimestre

- ALONSO RODRIGO. “Arte argentino actual: entre objetos, medios y procesos”. Presentado en: IV Jornadas Nacionales de Arte y Universidad. Centro de Estudios e Investigación de Propuestas Artísticas Híbridas. Universidad Nacional de Rosario, Rosario, 2004. http://www.roalonso.net/es/pdf/arte_cont/arte%20actual.pdf
- ALONSO RODRIGO. “El arte contemporáneo en el cambio de milenio”. Material de cátedra. http://www.roalonso.net/es/pdf/arte_cont/Contemporaneo.pdf
- “Arte global-Arte latinoamericano. Nuevas estrategias” en *Auditorio arteBA 2007. Hacia el salón del siglo XXI: Más allá del centro de exhibición.* Pág. 157.
- BERMEJO TALÍA. “El coleccionista en la vidriera: diseño de una figura pública (1930-1960)”. Caia (F.d. letras, Ed.). <http://www.caia.org.ar/docs/Bermejo.pdf>
- “Circuitos latinoamericanos-Circuitos del coleccionismo-interacción roles y perspectiva. Coleccionismo privado y compromiso público” en *Auditorio arteBA 2007.* Pág. 67
- *Guía para la Exportación de Obras, Ministerio de Desarrollo Económico, Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires* (s.f.). http://comex.mdebuenosaires.gob.ar/contenido/objetos/obrasarte_13123075263819.pdf

2º cuatrimestre

- BOULANGER GISÈLE. *L'art de reconnaître les styles*, Paris, Editions Hachette, 1960.
- BOYCE CHARLES. *Dictionary of Furniture*, New York, Henry Holt & Co, 1988.
- EBERLEIN HAROLD. MC CLURE ABBOT, *The Practical Book of Period Furniture*, Philadelphia, J.B Lippincott Company, 1914. <https://archive.org/details/practicalbookofp00eber>
- FAVELAC P.M. *Reconnaître les Meubles des Style*, París, Ch. Massin, 1970.

- FEDUCCI LUIS. *Historia del Mueble*, Madrid, Ed. Abantos, 1967.
- FLEMING JOHN, HONOUR HUGH, *The Penguin Dictionary of Decorative Arts*, Middlesex, Viking, 1989.
- GERMAIN BAZIN SUZANNE, *Le Language des Styles*, París, Almeyra Somogy, 1962.
- COULTRE ALAIN, *Le Grand Livre de l'Objet d'Art*, Génova, Editor-Service S.A., 1975.
- LEHNERT GEORG, *Historia de las Artes Industriales*, Barcelona, Ed. Labor, 1930.
- ROSENSTEIN LEON, *Antiques. The History of an Idea*, Ithaca (EEUU), Cornell University Press, 2008.
- MARTIN HENRY, *Le Grammaire des Styles*, París, R. Ducher.1946.
- MC CORQUODALE CHARLES, *The History of Interior Decaration*, London, John Calmann & Cooper Ltd, <https://es.scribd.com/document/241790607/The-History-of-Interior-Decoration-pdf>
- MELANI ALFREDO, *L'Arte de Distinguire gil Stili*, Ed. Hoepli Milano, 1919.
- MILLER JUDITH, MILLER MARTIN, *Understanding Antiques*, London, Ed. Mitchell Beazley, 1992.
- PIGNATI TERESIO, *Lo Stile dei Mobile*, Mondadore. Ed. Milano, 1951.
- POPE-HENNESSY JOHN, *The Encyclopedia of antiques*, New York, Greenwich House, 1982.
- SAVAGE G., FOSCA F. Y DAULTE F, *Enciclopedia del coleccionista*, Barcelona, Ed. Noguer, 1963.
- THORTON PETER, *Authentic Decor: The Domestic Interior 1620-1920*, New York, Viking Penguin Inc., 1984.
- VICTORIA & ALBERT MUSEUM, *A History of Decorative Arts*, Londres, V&A. M.

9. RECURSOS METODOLÓGICOS: (*incluir modalidad y lugares de prácticas, junto con la modalidad de supervisión y de evaluación de las mismas*)

El encuadre metodológico de la materia incluirá los modelos de enseñanza directa en el que el docente asume la responsabilidad de identificar las metas de la clase desempeñando un rol activo al explicar contenidos o habilidades a los alumnos; estudio de casos en el que el entendimiento de una situación se obtiene a través de la descripción y análisis de la misma. Precisa de una participación activa del estudiante, permitiéndole deducir principios de ejemplos prácticos y experiencias y el aprendizaje cooperativo en el que los estudiantes trabajarán en grupos para realizar las tareas de manera colectiva.

La materia se desarrollará a través de clases presenciales semanales con enfoque teórico-práctico. El contenido teórico será complementado con las observaciones y análisis de imágenes y videos, además de visitas de profesionales en áreas específicas que enriquecerán el contenido teórico además de salidas programadas a galerías de arte, talleres de artistas, etc. Se evaluarán, tanto los contenidos teóricos como los abordados en las salidas programadas a través de trabajos prácticos grupales e individuales.

10. CRITERIOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN PARCIAL:

En cada cuatrimestre, los alumnos deberán presentar un trabajo final de articulación de contenidos de la materia, realizado individualmente, el cual será expuesto y defendido en clase. Se evaluará el cumplimiento de los objetivos planteados por la cátedra, determinados para cada trabajo práctico. Los trabajos serán aprobados con un mínimo de 7 (siete) puntos.

11. RÉGIMEN DE EVALUACIÓN FINAL Y APROBACIÓN DE LA MATERIA:

La materia es de **PROMOCIÓN DIRECTA**. Se evaluará cada cuatrimestre en forma individual. Para aprobar la materia el alumno debe obtener 7 (siete) o más puntaje en cada cuatrimestre. Aquellos alumnos que no alcancen los objetivos de la materia y su puntaje sea entre 4 y 6 puntos, deben rendir un examen final.

12. ORGANIZACIÓN SEMANAL DE LA ACTIVIDAD PRESENCIAL (Orientadora)

(Completar las unidades temáticas y marcar las columnas correspondientes con una cruz. Considerar la cantidad de semanas en función del régimen de cursada de la materia. Ej. 18 semanas para las materias cuatrimestrales; 36 semanas para las materias anuales.)

Nota: En aquellos casos que la materia tenga una modalidad intensiva, consignar detalle de la actividad según corresponda (jornada, días)

Semana	Unidad Temática	Horas Teóricas	Horas Prácticas	Tutorías	Evaluaciones	Otras Actividades
1	UNIDAD 1 Presentación de la materia El mercado del arte: agentes que intervienen. La galería como agente del mercado: su papel e influencia. Los mercados emergentes.	X				
2	Definición de una galería de arte. Funciones. Historia del galerismo. Surgimiento y evolución en la Argentina.	X				
3	UNIDAD 2 Estructura de una galería: el edificio (salas y trastienda); estructura departamental; espacios tradicionales y alternativos Análisis de galerías nacionales e internacionales. Programas especiales Asociaciones de galeristas	X				
4	FERIADO					
5	Tipología de las galerías de arte: su línea artística, identidad y personalidad. Gestión documental e informática en la galería. Público de una galería: diferentes tipos. Criterios de segmentación. La galería de arte y los artistas: búsqueda y selección de artistas de la	X	X			

	galería.					
6	UNIDAD 3 La promoción del artista. Relación galerista-artista: derechos y obligaciones. La exposición en la galería: tipología de exposición, programación, curaduría y coordinación, diseño y montaje. Inauguración. Táctica de financiamiento de los fondos destinados a las exposiciones de la galería.	X	X			
7	UNIDAD 4 Exposiciones y ferias de arte. Surgimiento y evolución de las exposiciones nacionales e internacionales. Importancia de las ferias de arte en el mercado, análisis. Tipología y funcionamiento de las ferias de arte. Proyecto de participación en una feria. Criterios generales de selección de ferias de arte. La organización y estrategias de venta. Tramitación.		X			
8	Clase de consulta Trabajo Práctico		X			
9	UNIDAD 4 Relaciones con los medios: la promoción artística de la galería a través de los medios de comunicación y la publicidad. La página web: análisis de páginas web de galerías existentes, su importancia. Pautas básicas sobre el contenido y diseño de la misma.	X	X			
10	Clase práctica: trabajo práctico grupal		X			
11	Nuevos espacios de exposición y de gestión autónoma de arte	X	X			

	contemporáneo: espacio artist-run y galería artist-run.					
12	UNIDAD 5 Plan de negocios	X	X			
13	Fijación de precios. Ventas de obras, facturación y exportación. Legislación. Seguros	X	X			
14	Aspectos legales a tener en cuenta para la apertura de una galería Contratos. Tipos de contrato: artistas emergentes y consagrados, argentinos y extranjeros.	X				
15	Clase de consulta trabajo práctico final		X			
16	Presentación y entrega de trabajo práctico				X	
17	Presentación y entrega de trabajo práctico				X	
18	Recuperatorio				X	
19	UNIDAD 6 Gestión de Anticuarios Presentación de la materia Historia del coleccionismo. Formación de colecciones en Argentina. Mercado de antigüedades	X				
20	UNIDAD 7 Gestión de anticuarios: los recursos y donde obtenerlos. Manejo y administración de los diversos recursos: Exposiciones, casas de remate (su historia), objetivos y dinámica de las mismas, importación, etc.	X				
21	Gestión de anticuarios: visita a anticuarios de San Telmo.		X			
22	Reconocimiento de los recursos a gestionar a través de cuadros en los que aparezcan los recursos de cada época (vestimenta, objetos diversos, vajilla, joyas. colores, elementos de iluminación, etc.) Siglo XVII y XVIII	X	X			

23	Reconocimiento de los recursos a gestionar a través de cuadros en los que aparezcan los recursos de cada época (vestimenta, objetos diversos, vajilla, joyas. colores, elementos de iluminación, etc.) Siglo XIX.	X	X			
24	Conocimiento práctico de la formación de nuestro patrimonio de arte y antigüedades: obtención, tratamiento y documentación: Visita Embajada de Brasil (Palacio Pereda)	X	X			
25	UNIDAD 8 Y 9 Gestión de ferias: origen de las ferias: Manejo y administración de los diversos recursos para ferias nacionales e internacionales	X	X			
26	Platería: uso y significado a lo largo de la historia. Su concepción y manejo para su exposición y venta en anticuarios y ferias. Visita al taller del Emilio Patarca	X	X			
27	Gestión de recursos especiales para su exposición y venta: Joyas de época: su reconocimiento, vocabulario técnico y puesta en valor.	X				
28	Clase de consulta trabajo práctico final		X			
29	Escultura: su concepción y manejo para para su exposición y venta en anticuarios y ferias.: Visita al taller de Carmen Dardalla	X	X			
30	Escenografía: Gestión de los recursos técnicos a considerar para exponer obras de arte y antigüedades.	X				
31	Trabajo práctico grupal de aplicación de contenidos a desarrollar y entregar en clase.		X		X	

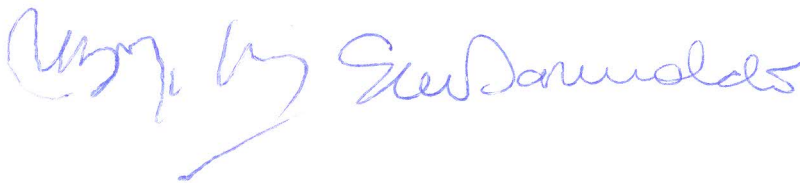
32	Relojería monumental y de sobremesa: su concepción y manejo para para su exposición y venta en anticuarios y ferias: Visita a la Legislatura porteña. Clase con el maestro Alberto Selvaggi como invitado	X	X			
33	Clase de consulta trabajo práctico final		X			
34	Presentación y evaluación del trabajo práctico final				X	
35	Presentación y evaluación del trabajo práctico final				X	
36	Recuperatorio				X	

13. OTROS REQUISITOS PARA LA APROBACIÓN DE LA MATERIA

Además de una calificación conceptual, se tendrá en cuenta la asistencia y la participación puesta de manifiesto tanto en las clases teóricas como en las prácticas y en las visitas programadas.

14. FIRMA DE DOCENTES:

Prof. Alberto De Caro Ma. Laura Basualdo



15. FIRMA DEL DIRECTOR DE LA CARRERA

