

GESTIÓN CULTURAL

Diplomado | Antigua Academia de San Carlos

DURACIÓN	240 horas.
INICIO	Viernes 16 de febrero de 2018.
HORARIO	Viernes de 16:00 a 20:00 horas; sábado de 10:00 a 14:00 horas.
ENTREVISTA	Miércoles 7 de febrero a las 10:00 horas.
COSTO PARA PARTICIPANTES NACIONALES	\$16,500.00 pesos M. N. (El pago puede realizarse en 5 exhibiciones de \$3,300.00 pesos M. N., cada una) El precio no incluye materiales
COSTO PARA PARTICIPANTES EXTRANJEROS	\$19,000.00 pesos M.N. (El pago puede realizarse en 5 exhibiciones de \$3,800.00 pesos M. N., cada una) El precio no incluye materiales
RESPONSABLE ACADÉMICO	Oscar Isidro Bruno. Sociólogo egresado de la FES Acatlán, Licenciado en Educación por la SEP, con estudios en la Maestría en Planificación de la educación. Actualmente cursa la Licenciatura en Administración y gestión pública en la UNADM. Docente con diecinueve años de experiencia en educación superior en distintas instituciones públicas y privadas. Coordinador del Programa Académico en Línea del Centro Nacional de las Artes (2014 a 2017), tutor en línea desde 2009 y coordinador de cursos sobre arte contemporáneo, educación artística y cinematografía independiente. Gestor cultural en temas de música infantil, festivales comunitarios y actividades artísticas en los centros escolares. Autor de libros de texto para educación secundaria, artículos sobre el impacto del gasto cultural en la educación pública y la contraloría social para el rubro de la cultura. Ha participado como ponente en distintos foros, encuentros, congresos, sobre la importancia del arte en el desarrollo nacional, gestión cultural independiente y educación artística.
OBJETIVO GENERAL	<ul style="list-style-type: none">• Contribuir al conocimiento en el área metodológica y de formación de proyectos culturales en sentido de afirmar y desarrollar estrategias que permitan la aplicación de los conocimientos al servicio de la sociedad y el territorio delimitado por el gestor.• Contribuir a un equilibrio entre las condiciones sociales, económicas, geográficas, técnicas y de mercado de un proyecto cultural.



- Desarrollar un pensamiento consiente de la responsabilidad de la gestión cultural.
- Incentivar la formación de equipos de trabajo para la sostenibilidad de un proyecto en gestión.
- Alentar a la búsqueda de la calidad en la selección de capital humano, recursos, objetivos y el área financiera del proyecto.

CONTENIDO TEMÁTICO

Módulo I: Diseño y planificación de proyectos culturales (80 horas) **Especialistas: Oscar Isidro Bruno/Edwin Triujeque Woods**

- 1.1. Bases contextuales
- 1.2. Marco general y nociones centrales del sector cultural: cultura y desarrollo
- 1.3. Economía de la cultura, cultura y mercado, transversalidad del sector
- 1.4. Base teórica
 - 1.4.1. Objetivos
 - 1.4.2. Metas
 - 1.4.3. Estrategias
 - 1.4.4. Planificación estratégica. Análisis estratégico. Entorno
 - 1.4.5. Elementos del planeamiento: visión, misión, valores; objetivos generales y específicos; metas, estrategias y actividades; fusiones, alianzas
 - 1.4.6. Plan de implementación, alineación de la organización
- 1.5. Praxis cultural
 - 1.5.1. Formulación de un proyecto cultural y presentación
- 1.6. Técnica de proyecto: proyectos culturales, características, criterios, versiones y niveles de un proyecto cultural

Módulo II: Financiamiento de proyectos culturales (80 horas) **Especialistas: Mericia Morales Curiel/Edwin Triujeque Woods**

- 2.1. Áreas a financiar
- 2.2. Planes para financiamientos con recursos propios
- 2.3. La sectorización de la administración cultural (primero, segundo y tercer sector)
- 2.4. Diagnósticos para la generación de recursos
- 2.5. Mapa del financiamiento: tradiciones, modelos, protagonistas, organismos y tipos de ayuda
- 2.6. Cooperación internacional
- 2.7. Financiamiento privado: lógicas, estrategias y consejos para el trabajo conjunto con las empresas. Alianzas y servicios posibles. Mecenazgo, patrocinio y RSE. La creación de valor. De la lógica del prestigio a la noción de diferenciación y posicionamiento
- 2.8. Sistema de financiación: fuentes de recursos, valor, estrategia de fijación de precios
- 2.9. Formulación de presupuestos
 - 2.9.1. Cronogramas



- 2.9.2. Programación y análisis del presupuesto
- 2.9.3. Presupuestos
- 2.10. Sistema de evaluación
- 2.11. Análisis de diversos modelos de explotación
- 2.12. Tácticas y estrategias de desarrollo de mercados
- 2.13. Claves para capitalizar circuitos: locales, regionales, internacionales
- 2.14. Actividades complementarias y circuitos de explotación alternativos

Módulo III: Herramientas de administración cultural (40 horas)

Especialista: Oscar Isidro Bruno

- 3.1. Principios de administración para la gestión de proyectos culturales
- 3.2. Relación entre economía y cultura
- 3.3. Nociones de organización y economía de la cultura
- 3.4. La gerencia de las organizaciones culturales: análisis; estructura organizacional; organigrama; control de un proyecto cultura
- 3.5. Herramientas de administración cultural y administración pública de la cultura
- 3.6. Administración de recursos de las organizaciones culturales

Módulo IV: Comunicación y marketing cultural (40 horas)

Especialista: Mericia Morales Curiel

- 4.1. Cultura y comunicación
- 4.2. Proyectos culturales y medios de comunicación
- 4.3. Comunicación organizacional
 - 4.3.1. Dimensiones organizacionales
 - 4.3.2. Diagnóstico de organización y/o proyectos
- 4.4. Públicos
- 4.5. Principios de *marketing*
- 4.6. *Marketing* cultural
 - 4.6.1. Fuentes de información
 - 4.6.2. Segmentación de mercados meta
 - 4.6.2.1. Selección y posicionamiento
 - 4.6.2.2. Objetivos del proceso de marketing
 - 4.6.2.3. El *mix* o mezcla de *marketing*
- 4.7. Relaciones públicas e imagen corporativa
- 4.8. Residencias y organizaciones
- 4.9. Publicaciones, sitios *web*, redes sociales y *blogs*
- 4.10. Derechos de autor
- 4.11. Contratos, cartas y procesos legales

FORMA DE EVALUACIÓN

Asistencia y participación, 30%; Dossier de proyecto, 30%; Presentación del informe ejecutivo del proyecto, 40%.



PLANTA
DOCENTE

Edwin Triujeque Woods. Psicólogo social, etnólogo, gestor cultural, psicoterapeuta corporal, músico y cuenta con una Maestría en antropología de la educación. Desde hace más de quince años ha trabajado en el desarrollo, coordinación de proyectos, investigación, diseño de contenidos, capacitación y seguimiento de diversos proyectos que involucran el arte, la cultura y la educación, en instituciones como la UNAM, la Universidad de la Comunicación, la Universidad La Salle, la Universidad Internacional, la Universidad Veracruzana, la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, Laboratorio para la Ciudad del GDF y organizaciones como La Vaca Independiente, ConNosotros, Stímulo. Actualmente es Secretario Ejecutivo de Desarrollo Cultural Infantil en la Secretaría de Cultura, antes CONACULTA.

Mericia Morales Curiel. Estudió Negocios para el arte en *Pennsylvania Academy of Fine Arts* y Negocios en *Harcum College* en *Bryn Mawr, Pennsylvania*; obtuvo el título de Maestra en Gestión del patrimonio cultural por la Universidad Iberoamericana de Puebla y es Licenciada en Comunicación por la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Tiene experiencia en el desarrollo de proyectos culturales en México, Argentina y EE.UU. Ha impartido cursos de capacitación estratégica para la Secretaría de Cultura en México, en el área de economía y mercadotecnia cultural, y ha sido jurado para diferentes becas en el área de producción de proyectos. Actualmente coordina el Diplomado en Gestión cultural y negocios del arte a través del sistema e-Lamm, en Casa Lamm, y coordinó el Diplomado en gerencia y administración para proyectos de arte en la FAD (UNAM). Mericia trabaja activamente en el Proyecto Mecenas, consultoría para artistas, gestores y agentes en el arte.

Ninna Fiocco. Gestora cultural, curadora y creadora de distintos proyectos en la ciudad de Puebla y entre México e Italia.

