

a. Identificación de la asignatura

- Nombre de la asignatura: **Gestión Cultural, Marketing y Promoción artística I-II**
- Tipo de asignatura: **Optativa**
- Especialidades a las que va dirigida: Todas las especialidades.
- Cursos a los que va dirigida: Todos los cursos.
- Requisitos previos necesarios para su elección: Ninguno
- Impartición: **Primer semestre / Segundo Semestre**
- Créditos ECTS por semestre: **0,5** Valor total en horas por semestre: **15 h**
- Distribución del número total de horas de la asignatura en

Horas presenciales lectivas (<i>clases individuales, clases colectivas</i>):	10
Estimación de otras horas presenciales : Conferencias en directo y on-line/ salidas culturales	2
Estimación de horas para el estudio y el aprendizaje autónomo:	3

- Calendario de Impartición: Quincenal, 6 semanas por semestre.
- Profesora/a, profesores/ras de la asignatura : Carmen Esteban Vicente
- Departamento: **Departamento Agrupaciones camerísticas.**

b. Descripción / Contenidos generales

La gestión cultural es la utilización eficiente y eficaz de los recursos económicos, humanos y materiales disponibles dentro de una organización cultural, para hacer viable un proyecto, obtener el máximo rendimiento y acercarse al máximo a sus objetivos. La idea de obtención del máximo beneficio no implica única y exclusivamente beneficio económico, sino que la naturaleza del beneficio la han de imprimir los objetivos del proyecto y de la organización. De esta manera, rentabilidad y beneficio pueden y deben concebirse como beneficio y rentabilidad social, educativa, cultural y, también —por qué no—económica. La asignatura profundiza en estos aspectos para otorgar a los estudiantes competencias para una futura práctica profesional en el mundo de la gestión cultural.

c) Contenidos de la asignatura

Gestión Cultural, Marketing y Promoción artística I

- **Sesión 1:** Contenidos básicos en materia de gestión cultural. Qué es y cómo funciona. Parte práctica: Ejemplos sobre diversidad de gestión cultural. Conferencia.
- **Sesión 2:** Datos básicos de la cultura como economía: la Economía Naranja Mundial qué es y cómo se comporta. Parte práctica: Debate sobre el aspecto de la Económica Naranja.
- **Sesión 3 :** La Cultura, binomio entre arte y empresa. Diferentes formas de autoempleo cultural. Marketing Cultural: Parte práctica: **Exposición sobre** Marketing e investigación de mercados especializada en el sector cultural.
- **Sesión 4:** Legislación básica en materia de cultura, propiedad intelectual y mecenazgo cultural. Parte práctica: como conseguir mecenazgo y micro-mecenazgo cultural. Parte práctica.
- **Sesión 5:** Ayudas y subvenciones culturales donde encontrarlas y como solicitarlas. Residencias Artísticas. Parte práctica: Debate sobre la cultura subvencionada, ¿hay que esperar subvenciones o empezar a caminar?.
- **Sesión 6:** Evaluación y exposición de trabajos individuales.

Gestión Cultural, Marketing y Promoción artística II

- **Sesión 1:** Gestionar un proyecto cultural/ mi proyecto cultural: Qué, como, para qué y porqué. Parte Práctica: "Mi proyecto cultural"
- **Sesión 2:** Briefing cultural y branding personal. Marketing y redes sociales, como crear tu propia marca artística. Parte práctica: elaboración de mi branding personal.
- **Sesión 3:** Nuestra marca personal. Como soy y como ven. Construcción de nuestra marca personal y presentación en Redes Sociales.
- **Sesión 4:** Curriculum vitae personalizado (nacional, europeo, internacional, tradicional, multimedia) y plan de comunicación personal. Parte práctica: "Mi curriculum personal"
- **Sesión 5:** Plataformas de búsqueda de empleo, fórmulas de empleo/autoempleo, como crear mi propia empresa cultural. Emprendimiento cultural. Parte práctica: Plataformas profesionales de ayuda al empleo cultural. Proyecto de mi marca personal y futuro artístico- empresarial.
- **Sesión 6:** Evaluación y exposición de trabajos individuales.

d) Competencias que desarrolla la asignatura

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

- T1. Organizar y planificar el trabajo de forma eficiente y motivadora.
- T2. Recoger información significativa, analizarla, sintetizarla y gestionarla adecuadamente.
- T7. Utilizar las habilidades comunicativas y la crítica constructiva en el trabajo en equipo.
- T8. Desarrollar razonada y críticamente ideas y argumentos.
- T9. Integrarse adecuadamente en equipos multidisciplinares y en contextos culturales diversos.
- T11. Desarrollar en la práctica laboral una ética profesional basada en la apreciación y sensibilidad estética, medioambiental y hacia la diversidad.
- T12. Adaptarse, en condiciones de competitividad a los cambios culturales, sociales y artísticos y a los avances que se producen en el ámbito profesional y seleccionar los cauces adecuados de formación continuada.
- T13. Buscar la excelencia y la calidad en su actividad profesional.
- T14. Dominar la metodología de investigación en la generación de proyectos, ideas y soluciones viables.
- T15. Trabajar de forma autónoma y valorar la importancia de la iniciativa y el espíritu emprendedor en el ejercicio profesional.
- T16. Usar los medios y recursos a su alcance con responsabilidad hacia el patrimonio cultural y medioambiental.
- T.17 Contribuir con su actividad profesional a la sensibilización social de la importancia del patrimonio cultural, su incidencia en los diferentes ámbitos y su capacidad de generar valores significativos.

COMPETENCIAS GENERALES

- G12. Acreditar un conocimiento suficiente del hecho musical y su relación con la evolución de los valores estéticos, artísticos y culturales.
- G17. Estar familiarizado con los diferentes estilos y prácticas musicales que le permitan entender, en un contexto cultural más amplio, su propio campo de actividad y enriquecerlo.
- G25. Conocer y ser capaz de utilizar metodologías de estudio e investigación que le capaciten para el continuo desarrollo e innovación de su actividad musical a lo largo de su carrera.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

- Formación y desarrollo de mentalidades críticas a través del estudio de las manifestaciones artísticas de otras épocas y de la actualidad.
- Entender y comprender las obras de arte en su globalidad, fruto de la creatividad humana, pudiendo ser valoradas y entendidas por sí mismas como testimonio de una época histórica determinada, de una cultura o de una sociedad.
- Conocer y exponer razonadamente las influencias del entorno histórico en las manifestaciones artísticas, estableciendo las oportunas relaciones de dichas artes con la música.
- Utilizar diferentes metodologías para el análisis de las obras de arte visuales con el fin de desarrollar la sensibilidad hacia la producción artística y la valoración de la creatividad.
- Manejo de las fuentes de información sobre producción artística: museos, bibliotecas y TIC, que permitan realizar actividades de documentación sobre diferentes aspectos de la Historia del Arte.
- Conocimientos concretos sobre las artes plásticas. Estudio de sus contextos, características productivas y estilísticas. Manejo de un lenguaje artístico con rigor y precisión.
- Introducir el estudio comprensivo mediante lectura de planos, alzados, relieves y cuadros que le den la información necesaria para un buen comentario de la misma.
- Elaborar un criterio propio para enfrentarse a una obra de arte, desarrollando una formación estética basada en el conocimiento científico.
- Adquisición de información sobre técnicas de intervención para la conservación y recuperación de patrimonio artístico.

- Valoración de las manifestaciones artísticas en el marco espacial y temporal de la ciudad. Su influencia como soporte al desarrollo del arte.
- Importancia de la asistencia a distintas manifestaciones artísticas: exposiciones temporales o estables, en museos o galerías, teatro, filmotecas y otras manifestaciones artísticas. Establecer su correlación con la música.

e) Metodología y procedimiento de evaluación del aprendizaje del alumnado

La metodología utilizada será la master clase en las sesiones más teóricas, apoyadas por diversos documentos interactivos que facilitarán el seguimiento de la asignatura, y de los que dispondrán los estudiantes.

En la parte más práctica de la asignatura, se establecerán debates entre los alumnos y profesora.

Planificación de les actividades (descripción y temporalización)

- Las clases se realizarán en 6 sesiones de dos horas de duración cada sesión.
- La primera parte de la clase será teórica, y la segunda parte dispondrá de trabajo activo por parte de los estudiantes estableciendo pautas de trabajo en grupo o individual sobre los contenidos de la asignatura.
- Se realizarán intervenciones de personas relacionadas con los diversos ámbitos de la gestión cultural, que serán invitados a participar estableciendo debates bien presencialmente o a través de conferencias on-line con la participación directa de los alumnos. **Se precisa disponer de aula con proyector y conexión con wifi.**

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

ARIÑO, A. (2010). Prácticas culturales en España. Desde los años sesenta hasta la actualidad. Barcelona: Ariel.

BONET, L.; SCHARGORODSKY, H. (2011). La gestión de festivales escénicos: conceptos, miradas y debates. Sant Celoni: Quaderns Gescènic.

COLBERT, F. i altres (2010). Planification du marketing pour la culture et les arts. Montréal: HEC. COLBERT, F.; CUADRADO, M. (2003). Marketing de las Artes y la Cultura. Barcelona: Ariel.

COLOMER, J. (2013). La formación y gestión de públicos escénicos en una sociedad tecnológica. Madrid: Fundación Autor.

CUADRADO, M. (1998). La planificación de marketing en las artes. La realidad de su aplicación en las entidades escénicas. València: Servei de Publicacions Universitat de Valencia.

CUADRADO, M. (2001) La gestión de marketing en las entidades escénicas. Una evidencia empírica. Dirección y Organización. Revista de Dirección, Organización y Administración de Empresas, núm. 25, 80-88.

CUADRADO, M. y otros (2010). Mercados culturales: doce estudios de marketing. Ed. UOC: Barcelona.

-
- DEVOS, F. (2006). Jóvenes pero alcanzables. Técnicas de marketing para acercar la cultura a los jóvenes. Madrid: Fundación Autor.
-
- FUNDACIÓN AUTOR (2005). Encuesta de hábitos y prácticas culturales en España 2002-2003. Análisis descriptivo. Madrid: Fundación Autor, Ministerio de Cultura.
-
- FUNDACIÓN AUTOR (2011). Anuario de las artes escénicas, musicales y audiovisuales. www.artenetsgae.com
-
- MINISTERIO DE CULTURA (2011). CulturaBase. Sistema de difusión de estadísticas culturales. <http://www.mcu.es/culturabase/>
-
- TOMLINSON, R. (2011). Anónima o personal: ¿cómo quieres que sea tu relación con las personas?. Madrid: Conectando Audiencias, revista digital, número 1, pp. 4-6.
-
- TOMLINSON, R.; ROBERTS, T. (2011). Aforo completo. Cómo convertir los datos en audiencias. Madrid: Fundación Autor.
-
- VARIOS AUTORES (2011). El espectador activo (MOV-S 2010 Madrid). Barcelona: Mercat de les Flors.
-
-
- COOPERACIÓN CULTURAL**
- MARTINELL SEMPERE, Alfons. Diseño y elaboración de proyectos de cooperación cultural. Madrid : Organización de Estados Iberoamericanos, 2001.
-
- MARTINELL SEMPERE, Alfons. Hacia una nueva política exterior. 2006 http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/rielcano/contenido?WCM_GLOBAL_CON TEXT=/elcano/elcano_es/zonas_es/lengua+y+cultura/ari+127-2006
-
- MOLINA, Ignacio et al. La reorganización de la acción exterior española por el nuevo gobierno del Partido Popular: http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/rielcano/contenido?WCM_GLOBAL_CON TEXT=/elcano/elcano_es/zonas_es/ari9-2012
-
- MONETA, Carlos (coord). La cooperación cultural para el desarrollo en el ámbito multilateral. Madrid : Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo, 2011. Cultura y desarrollo ; 11.
-
- Publicaciones de la Càtedra Unesco de Polítiques Culturales y Cooperación: Libros: http://www.catedraunesco.com/?p=libros_epubs&lang=es
- Audiovisuales: <http://www.catedraunesco.com/?p=audiovisuales&lang=es>
-
- VICARIO LEAL, Fernando. Reflexiones en torno a la cooperación cultural. Madrid. Cultiva Libros. 2012.
-
-

CULTURA Y COMUNICACIÓN

Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la Era Digital. E.Bustamante. Gedisa. 2003.

El amor al arte. BOURDIEU, P./DARBEL, A. Paidós. Barcelona. 2003

Un mundo sin copyright. Artes y medios en la globalización. -SMIERS, J. Gedisa. 2006.

El recurso de la cultura. -YUDICE, G. Gedisa. Barcelona. 2002

Marketing de las Artes y la cultura. François Colbert, Manuel Cuadrado. Ariel. Sin fines de Lucro.

El lectoespectador. Vicente Luis Mora. (2012). Seix barral.

Estructuras de la comunicación y de la cultura. Políticas para la era digital. Ramón Zallo. 2011. Gedisa.

El kit de la lucha en internet, Margarita Padilla, Traficantes de Sueños, 2013.

REDES SOCIALES

El mundo Groundswell, Charlene Li. Empresa Activa 2009. La empresa en la web 2.0 de Gabriel Celaya, Editorial Gestión 2000.

El efecto Facebook: la verdadera historia de la empresa que está conectando el mundo. David Kirpatrick, ediciones gestión 2000, 2010.

Community Manager <http://www.territoriocreativo.es/etc/2009/11/community-manager-whitepaper.html>

Como empezar a promocionar tu negocio en Redes sociales. Juan Merodio. <http://www.bubok.es/libro/detalles/170175/>

Como-Empezar-a-Promocionar-tu-Negocio-en-Redes- Sociales Las claves del nuevo marketing, como sacarle partido a la web 2.0

<http://www.clavesdelnuevomarketing.com/> Sociofobia, César Rendueles. Capitan Swing Libros, 2013.

e. Evaluación del aprendizaje

- a. La evaluación será continua y se evaluará la participación activa en todas las actividades programadas en las clases.
- b. Al final del primer semestre el alumno deberá entregar un trabajo para una propuesta de un proyecto artístico bajo los parámetros de la Economía Naranja.
- c. Al final del segundo semestre, el alumno habrá tenido que ser capaz de desarrollar su propio proyecto personal así como la el modelo de gestión o autogestión de su modelo de empresa cultural.

f) Criterios de Evaluación

1. Asistir a las clases y participar de manera activa en las actividades y tareas organizadas dentro de la asignatura. Con este criterio se pretende evaluar la capacidad de los alumnos para la participación conjunta en las actividades de las clases, su actitud y capacidad de expresión de ideas. La valoración será de un 40% del total de la asignatura.

2. Realizar actividades y trabajos propuestos por el profesor durante las clases presenciales. Este criterio trata de evaluar la capacidad de los alumnos para asimilar conceptos y herramientas concretas para su futura práctica profesional. La valoración será de un 60% del total de la asignatura.

Sistemas de Evaluación

- **EVALUACIÓN ORDINARIA:** aquella que corresponde a la primera y segunda convocatoria evaluada por el profesor
- **EVALUACIÓN SUSTITUTORIA:** Para aquellos alumnos que hayan sobrepasado las tres faltas no justificadas según el reglamento del Centro. En este caso el alumno deberá de defender los trabajos que se expresan en el epígrafe anterior. Se deberá realizar además un examen de preguntas múltiples sobre los contenidos de la asignatura.
- Esta evaluación extraordinaria solo se califica en un 80% en el acto del examen, impidiendo obtener una calificación superior al 8 en el caso de realizar correctamente el trabajo y el examen.
- **EVALUACIÓN EXTRAORDINARIA:** (la que corresponde a tercera y cuarta convocatoria siempre por tribunal que nombra la dirección del centro.)
- Para aquellos alumnos que se encuentren en tercera o cuarta convocatoria deberán y deberá examinarse con un tribunal nombrado al efecto y formado por al menos tres profesores del departamento. **Implicará tanto la presentación y exposición del trabajo personal, como la realización de un examen con preguntas múltiples.**
- Esta evaluación extraordinaria se califica en un 100% en el acto del examen, si el profesor valora también el trabajo de las clases.

Actividad o registro de Evaluación ordinaria	Período de realización	Porcentaje en la calificación final
Asistencia y seguimiento de las clases	Evaluación continua	El que se quiera evaluar en este acto 40%
Aquí se pueden añadir otras actividades de evaluación, presentación de trabajos, prácticas etc., si las hubiera en el asignatura	Evaluación continua	El que se quiera evaluar en este acto 60%

Criterios de calificación

1. La asistencia a clase obligatoria.
2. La participación en los debates y trabajos realizados en la clase.
3. La entrega de los pequeños trabajos complementarios que indiquen que el alumno ha adquirido las competencias de la materia.

La calificación se realizará de acuerdo a lo establecido en el artículo 9 del Real Decreto 1614/2009. Los resultados obtenidos por el estudiante en cada una de las asignaturas del plan de estudios se calificarán en función de la siguiente escala numérica de 0 a 10, con expresión de un decimal, a la que podrá añadirse su correspondiente calificación cualitativa:

0-4,9: Suspenso (SS).

5,0-6,9: Aprobado (AP).

7,0-8,9: Notable (NT).

9,0-10: Sobresaliente (SB).

La mención de «Matrícula de Honor» podrá ser otorgada a los estudiantes que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Su número no podrá exceder del cinco por ciento de los estudiantes matriculados en una asignatura en el correspondiente curso académico, salvo que el número de estudiantes matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso se podrá conceder una sola «Matrícula de Honor». En el caso de existir más de dos agrupaciones que pudieran optar a esta calificación la Matrícula de Honor se realizará a través de un recital público y será evaluada por un tribunal de la especialidad.

h) Calendario

El examen de la asignatura tendrá lugar en la semana habilitada para exámenes teóricos por el centro. Los resultados obtenidos por el alumno se publicarán en la zona restringida del propio alumno, dentro de la aplicación que dispone el centro para las comunicaciones internas y seguras. Tras la publicación de las calificaciones, se iniciará un periodo de reclamaciones de tres días hábiles, disponiendo el profesor de un día y hora para resolver las posibles reclamaciones que pudieran surgir.

i) Actividades complementarias

Realización de visitas a espacios culturales de gran proyección y conferencias con especialistas internacionales.

j) Cualquier otro aspecto relacionado con la asignatura que el departamento responsable considere necesario

Se precisa disponer de proyector y wifi para la impartición de la asignatura.

k) Sistema de participación del alumnado en la evaluación de la asignatura.

El alumnado es llamado a participar en la evaluación dentro del aula haciéndolo tanto en la autoevaluación propuesta por el profesor como en la evaluación de los trabajos y aportaciones de sus compañeros. Se pretende generar con ello la capacidad crítica y el espíritu participativo, así como una implicación del alumnado en las labores evaluativas que den lugar a calificaciones más acertadas.