



Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación

Carrera: TUBICU

Unidad curricular: Herramientas de Gestión y Promoción Cultural II

Área Temática: Gestión

Semestre: Impar

La unidad curricular corresponde al primer semestre de la carrera según trayectoria sugerida por el plan de estudios: **NO**

	Cargo	Nombre	Departamento/Sección
Responsable del curso	Prof. Ad. Gr. 3	Facundo de Almeida	TUBiCu
Encargado del curso	Prof. Ad. Gr. 3	Facundo de Almeida	TUBiCu
Otros participantes del curso			

El total de Créditos corresponde a:

Carga horaria presencial	50 horas
Trabajos domiciliarios	SI
Plataforma EVA	SI
Trabajos de campo	NO
Monografía	SI
Otros (describir)	
TOTAL DE CRÉDITOS	10

Permite exoneración	SI
----------------------------	-----------

Modalidad de dictado: (Deje la opción que corresponda)

Íntegramente presencial	NO
Íntegramente virtual	SI
Mixto (aclarar cantidad de instancias presenciales por mes)	NO

Propuesta metodológica del curso: (Deje la opción que corresponda)

Teórico - práctico	Asistencia obligatoria	SI
---------------------------	-------------------------------	-----------

Unidad curricular ofertada como electiva para otros servicios universitarios	SI	Sin limite de cupos ni condiciones, Area Social
---	-----------	--

Forma de evaluación (describa) y Modalidad (presencial, virtual u otros):

La evaluación se realizará mediante la realización de dos exámenes parciales escritos y un examen final en forma virtual. Se exonera con la aprobación de ambos parciales con una calificación igual o superior a 6 (seis).

Conocimientos previos requeridos/recomendables (si corresponde):

Haber cursado Patrimonio I y Herramientas de Gestión I.

Objetivos:

1. Conocer los principales instrumentos y herramientas de gestión de bienes culturales.
2. Comprender la estructura de formulación de un proyecto de gestión de bienes culturales y esté familiarizado con su formulación e implementación en lo referido a la gestión de los recursos humanos, técnicos y financieros.
3. Asimilar el concepto de gestión de riesgos y sus fundamentos y aplicación en la gestión de proyectos de gestión de bienes culturales.
4. Familiarizarse con los criterios para la identificación, asignación y gestión de recursos y fondos para la implementación de proyectos de gestión de bienes culturales.
5. Identificar los conceptos de planificación e implementación de un Plan de Comunicación de un proyecto de gestión de bienes culturales y su relación con el impacto en los beneficiarios primarios y secundarios.
6. Comprender los fundamentos y estar capacitado para diseñar instrumentos básicos de evaluación de proyectos de gestión de bienes culturales.

Contenidos:

Módulo 1. Gestión de la imagen y la comunicación del proyecto. Planificación de la comunicación. Distribución de la información y difusión de las actividades. Informes de rendimiento.

Módulo 2. Gestión de los interesados o stakeholders. Acciones de prensa. Publicidad y marketing. Gestión de recursos relacionales.

Módulo 3. Planificación de recursos: financieros, humanos y materiales. Presupuestos. Plan financiero. Gestión de recursos humanos.

Módulo 4. Fuentes de financiamiento: Generación de recursos propios. Fondos de incentivo cultural. Fondos concursables para la cultura. Fondos internacionales. Fondos no específicamente culturales. Crowdfunding. Fundraising.

Módulo 5. Gestión de riesgos y del cambio. Manejo de la incertidumbre. Gestión de bienes culturales en tiempos de pandemia global.

Bibliografía básica: (incluir únicamente diez entradas)

El resto de la bibliografía se indicará en clase.

1. AA.VV. (2020) La gestión cultural en Uruguay en tiempos de pandemia. Rgc ediciones: Buenos Aires: <http://rgcediciones.com.ar/el-sector-cultural-del-uruguay-en-tiempos-de-pandemia/> [recuperado 10-2-2021]
2. AA.VV. (2016). Salirse de la línea. Apuntes para la reflexión en torno a la gestión cultural en Uruguay en <https://biblioteca.articaonline.com/files/original/c80cd62e7839a4c8ab23c7190dbc8de0.pdf> [recuperado 10-2-2021]
3. COLBERT, F. (2003). Marketing de las Artes y la Cultura, Ariel Patrimonio, Barcelona.
4. GRIECO, G. (coord.). (2020). Foros de Gestión Cultural y Pandemia. Claeh: Montevideo: https://universidad.claeh.edu.uy/cultura/wp-content/uploads/sites/6/2020/12/Foros_Gestion_Cultural_y_Pandemia_FC-Claeh.pdf [recuperado 10-2-2021]
5. PADULA PERKINS, J.E. (2015). Aproximaciones a la gestión cultural, Editorial TREA, Gijón.
6. QUERO, Ma. J. (2011). Manual de marketing y comunicación cultural en http://www.bizkaia.eus/home2/archivos/DPTO4/Temas/producto44manual-de-marketing-ycomunicacion-cultural_web.pdf?hash=9e2c72f2f6f53a96978123bc55c30a8a&idioma=EU [recuperado 10-2-2021]
7. QUERO, Ma. J. (2013). Los públicos de la cultura en http://www.observatorioatalaya.es/uploads/pdf/19960c3c4293e9b4ae20413abdac86e7f22_7cbec.pdf [recuperado 10-2-2021]
8. SÁNCHEZ, L. (2007). La Gestión Gerencial de las Organizaciones Culturales [en línea]. Consultado el 23 de marzo de 2011 en <http://www.monografias.com/trabajos55/gestioncultural/gestion-cultural.shtml>

[recuperado 10-2-2021]

9. SASTRE CANALES, E. (2015). El crowdfunding de recompensa cultural en España en http://www.gestioncultural.org/ficheros/El_crowdfunding_de_recompensa_cultural_en_Espana.pdf [recuperado 10-2-2021]
10. ZUBIRIA, S. (2001). Conceptos básicos de administración y gestión cultural. Cuadernos de Iberoamérica. Madrid: Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura, Madrid.

Año 2021