



Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación

Carrera: Tecnicatura Universitaria en Bienes Patrimoniales

Unidad curricular: Herramientas de Gestión y Promoción Cultural II

Área Temática: Área de Formación General

Semestre: Par

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. Adj.	Facundo de Almeida	TUBICU
Encargado del curso	Prof. Adjunto	Facundo de Almeida	TUBICU
Otros participantes del curso	Ayudante	Alexa Andrada	TUBICU

El total de Créditos corresponde a:

Carga horaria presencial	50 horas (clases virtuales, sincrónicas)
Trabajos domiciliarios	SI
Plataforma EVA	SI
Trabajos de campo	SI
Monografía	SI
Otros (describir)	
TOTAL DE CRÉDITOS	10

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

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

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

Unidad curricular ofertada como electiva para otros servicios universitarios	SI	Cupos, servicios y condiciones: Si, 15 cupos indistitos.
---	-----------	---

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

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).

Si el estudiante obtuviera un 2 (2) en una de las pruebas parciales obligatorias tendrá derecho a solicitar una tercera prueba recuperatoria para ganar el curso.

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 grupos de interés. 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. (2021). Para los que sueñan, Aguilar, 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/19960c3c4293e9b4ae20413abdac86e7f227cbec.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 2024