



Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación

Carrera: TUBICU

Unidad curricular: Herramientas de Gestión y Promoción Cultural II

Área Temática:

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	Docente Gr. 3	Facundo de Almeida	TUBICU
Encargado del curso	Docente Gr. 3	Facundo de Almeida	TUBICU
Otros participantes del curso	Docente Gr. 1	Alexa Andrada	TUBICU

El total de Créditos corresponde a:

Carga horaria presencial	48 horas
Trabajos domiciliarios	SI
Plataforma EVA	SI
Trabajos de campo	NO
Monografía	NO
Otros (describir)	
TOTAL DE CRÉDITOS	10

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

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

Teórico – asistencia libre	NO	
Práctico – asistencia obligatoria	SI	
Teórico - práctico	Asistencia obligatoria	SI
	Asistencia obligatoria sólo a clases prácticas	NO

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

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

El curso se aprueba cumpliendo con la asistencia a las clases obligatorias, la ejecución de las actividades obligatorias mediante Plataforma EVA y el cumplimiento de los exámenes parciales y examen final y/o la formulación de un proyecto de gestión cultural.

Conocimientos previos requeridos/recomendables (si corresponde):

Objetivos:

1. Conozcan los instrumentos y herramientas de gestión de bienes culturales.
2. Conozcan 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. Comprendan el concepto de gestión de riesgos y sus fundamentos y aplicación en la gestión de proyectos de gestión de bienes culturales.
4. Conozcan los criterios para la identificación, asignación y gestión de recursos y fondos para la implementación de proyectos de gestión de bienes culturales.
5. Identifiquen 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. Comprendan los fundamentos y esté 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 bienes culturales en la pandemia y la postpandemia. Presencialidad vs. Virtualidad. Virtualidad y nuevas formas de producción y consumo cultural.

Bibliografía básica: (incluir únicamente diez entradas)

El resto de la bibliografía se indicará en clase.

1. ACHUGAR, H. (2017). Consumos culturales. Año 2017, OPP, Montevideo:
<https://www.opp.gub.uy/sites/default/files/inline-files/Informe%20Consumos%20Culturales.pdf>
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>
3. AA.VV. (2015). Tercer informe sobre consumo y comportamiento cultural en Uruguay (2014) en
http://cultura.mec.gub.uy/innovaportal/file/66060/1/imaginarios_y_consumo_cultural_-_tercer_informe_-_2014.pdf
4. COLBERT, F. (2003). *Marketing de las Artes y la Cultura*, Ariel Patrimonio, Barcelona.
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-y-comunicacion-cultural_web.pdf?hash=9e2c72f2f6f53a96978123bc55c30a8a&idioma=EU
7. QUERO, Ma. J. (2013). *Los públicos de la cultura en*
<http://www.observatorioatalaya.es/uploads/pdf/19960c3c4293e9b4ae20413abdac86e7f227cbec.pdf>
8. UNESCO (2020). En época de Covid 19 el mundo consume arte y cultura
<https://es.unesco.org/news/epoca-covid-19-mundo-consume-arte-y-cultura>

9. URBANAVICIUS, D. (2020). El sector cultural de Uruguay en tiempo de pandemia:
<http://rgcediciones.com.ar/el-sector-cultural-del-uruguay-en-tiempos-de-pandemia/>
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 2025