

Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación

Unidad curricular: Herramientas de Gestion II

Unidad académica: No corresponde

Carrera: Tecnicatura Universitaria en Bienes Culturales.

La unidad curricular podrá ser acreditada también en carreras que no hayan sido incluidas en este programa.

Area de formación por carrera

Tecnicatura Universitaria en Bienes Culturales

- Eje de Formación general - Módulo Museología
- Eje de Formación general – Módulo de gestión y promoción Cultural
- Eje de Formación general - Módulo Historia y Patrimonio

Duración: Semestral

Semestre: Par

La unidad curricular está recomendada para estudiantes de ingreso: SI

Unidad curricular ofertada como electiva para otros servicios universitarios o terciarios: NO

Integrantes del equipo docente

Rol	Cargo	Nombre	Unidad Académica u otra adscripción institucional	Subunidad académica u otra adscripción institucional
Responsable	Prof. Adjunto/a	Facundo de Almeida	No corresponde	
Encargado/a	Prof. Adjunto/a	Facundo de Almeida	No corresponde	
Docente	Ayudante	Alexa Andrade	No corresponde	

Créditos y carga horaria del curso

		Horas
Con acompañamiento directo del/la docente	Horas aula	50
	Trabajo de campo o prácticas	12
	Otros	0
Sin acompañamiento directo del/la docente (estudio autónomo)	Lecturas y estudio de materiales varios	40
	Tareas y actividades varias (individuales, grupales, actividades en EVA)	28
	Trabajo de campo o prácticas	0
	Trabajos finales	20
	Otros	0
Horas totales previstas del curso		150
Créditos		10

Objetivos

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.

La Unidad Curricular es: Teórica-práctica

Régimen de asistencia: Asistencia obligatoria al 75% de las tareas propuestas

Modalidad: Curso híbrido con clases virtuales sincrónicas obligatorias y prácticos

presenciales obligatorios y prácticos en eva obligatorios

Descripción de la propuesta metodológica de la unidad curricular:

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.

La Unidad curricular prevé adecuaciones metodológicas para estudiantes en situación de privación de libertad: NO

Modo de aprobación: Tipo 3: Aprobación por exoneración (aprobación directa) o por evaluación final

Descripción de la forma de evaluación y aprobación:

El curso se exonera con dos parciales obligatorios que deben ser aprobados con una calificación mínima de ACEPTABLE. Quienes no alcancen esa calificación en alguno de los dos parciales podrán realizar un tercer parcial recuperatorio.

Nota:

"El estudiante que no alcanzare la calificación mínima requerida (Aceptable) en una sola de las evaluaciones durante el curso —cualquiera que esta evaluación fuere—, ya sea para su aprobación directa o para ganar el derecho a aprobar mediante una evaluación final, tendrá derecho a la realización de una prueba de recuperación, que sustituirá a la referida instancia de evaluación." (Reglamento de Estudios de Grado, artículo 8 literal a y b)

"Examen libre: para la aprobación de las unidades curriculares de carácter teórico, podrán rendir un examen libre aquellos estudiantes inscriptos al mismo. El examen versará sobre la totalidad del Programa del último curso impartido. Para aprobar la unidad curricular, el estudiante deberá alcanzar una calificación mínima de Aceptable en dicha evaluación." (Reglamento de Estudios de Grado, artículo 8 literal a y b)

Bibliografía básica

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
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
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
COLBERT, F. (2003). Marketing de las Artes y la Cultura, Ariel Patrimonio, Barcelona.
PADULA PERKINS, J.E. (2015). Aproximaciones a la gestión cultural, Editorial TREA, Gijón
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
QUERO, Ma. J. (2013). Los públicos de la cultura en http://www.observatorioatalaya.es/uploads/pdf/19960c3c4293e9b4ae20413abdac86e7f227cbec.pdf
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

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/>

ZUBIRIA, S. (2001). Conceptos basicos de administracion y gestion cultural. Cuadernos de Iberoamerica. Madrid: Organizacion de Estados Iberoamericanos para la Educacion, la Ciencia y la Cultura, Madrid.

Año 2026