

## PROPUESTA FORMATIVA DEL CURSO - TALLER CICLO VIRTUOSO EN LOS EMPREDIMIENTOS CULTURALES

### I. DATOS GENERALES

1. <b>Nombre:</b>	Curso - Taller Ciclo Virtuoso en los Emprendimientos Culturales
2. <b>Tipo de actividad formativa:</b>	CURSO - TALLER
3. <b>Diseño:</b>	ABIERTO
4. <b>Modalidad:</b>	VIRTUAL
5. <b>Unidad Académica</b>	4174 - FAC DE LET Y CCHH - PROGRAMAS DE PROFESIONALIZACIÓN
6. <b>Unidad Corresponsable:</b>	-
7. <b>Coordinador(a):</b>	00006983 - RODRIGUEZ MONDOÑEDO, MIGUEL
8. <b>Duración:</b>	24 horas
9. <b>Número de propuesta:</b>	C006645

### II. FUNDAMENTACIÓN

Independientemente de su tipo, o escala, los emprendimientos culturales exitosos tienen varias características en común, como una absoluta vocación por la creación, de calidad y audaz pero alineada explícitamente con la misión institucional, o la capacidad de generar su propia audiencia, comprometida con la organización, amplia y diversa. En este curso el alumno analizará en detalle cada una de las características que conforman el ciclo virtuoso que subyace a todo emprendimiento cultural saludable, y usará la teoría tras este modelo para revelar los problemas de los emprendimientos en aprietos, proponiendo las medidas de remedio para alcanzar la salud organizacional y financiera.

### III. PÚBLICO OBJETIVO

Estudiantes avanzados y egresados recientes de Letras y Ciencias Humanas. Creadores de las Humanidades que autogestionan sus carreras. Gestores culturales. Funcionarios de organizaciones culturales públicas y privadas. Docentes de distintos niveles de educación. Público en general

### IV. OBJETIVO(S)

#### 1. General(es):

Definir los conceptos básicos en el manejo de los emprendimientos culturales, y desarrollarlos detalladamente de cara a proyectos y/o instituciones culturales.

#### 2. Específicos

- a. Realizar el diagnóstico de un proyecto o institución cultural
- b. Conocer una metodología y herramientas para el manejo de instituciones y proyectos culturales
- c. Acompañar en el proceso de generar un concepto para un proyecto cultural
- d. Determinar la estrategia para generar una planeación estratégica a largo plazo en una organización cultural
- e. Introducir y analizar las herramientas necesarias para liderar la promoción de un emprendimiento cultural
- f. Usar las herramientas y estrategias en el proceso de procuración de fondos de un proyecto y/o institución cultural

## V. BLOQUE TEMÁTICO

Módulo 1: Definiendo el concepto.

- a. Diagnóstico de los proyectos culturales
- b. El ciclo modelo de gestión para proyectos culturales
- c. Estructura orgánica de una organización cultural
- d. De un proyecto a un concepto

Módulo 2: Planeación y estrategias de comunicación

- a. Planeación estratégica (misión, visión, valores, objetivos, evaluación, cronograma, presupuesto)
- b. Programación a largo plazo
- c. Marketing institucional y marketing programático
- d. Herramientas y tendencias de e-marketing

Módulo 3: Ingresos y financiación

- a. Círculo de gobernanza para un proyecto cultural / Creación de La Familia
- b. Financiación y estrategia de diversificación de ingresos
- c. Ciclo de procuración de fondos: herramientas y estrategias

## VI. ESTRATEGIA METODOLÓGICA

### 1. Estrategias didácticas:

Todas las clases serán sincrónicas. Se realizarán clases teóricas y prácticas, realizando laboratorios que permitan a los alumnos realizar ejercicios guiados en el manejo de las herramientas. Algunas sesiones reunirán a toda la clase, y en ciertos momentos se dividirán en grupos, en especial para trabajos prácticos o talleres. Habrá asesorías y sesiones individuales, dependiendo de la cantidad de participantes, y de acuerdo a la petición de los interesados.

### 2. Recursos de aprendizaje:

Se usará Zoom y Paideia

Presentaciones, guías de laboratorio, datasets o conjuntos de datos, enlaces para descarga de aplicaciones, etc.

## VII. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

El alumno entregará por cada módulo un trabajo integrador que refleje la aplicación de los conocimientos aprendidos durante el curso. La nota final resulta del promedio de los tres entregables.

Entregable final: elaboración de Pitch y Dossier del proyecto.

Entregable final: Ejercicio de planeación estratégica a 3 años. Boceto de manejo de márketing y comunicación.

Entregable final: Elaboración de dossier para procuración de fondos

## VIII. CERTIFICACIÓN

**1. Tipo de certificación:** CERTIFICADO

### Requisitos:

Entrega de tareas, promedio aprobatorio en las evaluaciones.

80% de asistencias a sesiones sincrónicas.

**2. Tipo de certificación:** CONSTANCIA DE PARTICIPACIÓN

**Requisitos:**

Se dará a quienes no aprueben pero tengan 80% de asistencias a sesiones sincrónicas.

## **IX. PLANA DOCENTE PROPUESTA**

### **1. María Olga Arias Sánchez**

Licenciada en Ciencias de la Comunicación, es Maestra en Gestión Cultural por la Universidad de Barcelona, y tiene un Diplomado en Gestión y Políticas Culturales por la misma Universidad. Está certificada como Certified Meetings Specialist, y realizó también el Diplomado Harvard Manage Mentor. Gestora Cultural y coordinadora de eventos artísticos, empresariales, sociales y culturales, internacionales y nacionales, fue fundadora y directora de la DMC, Ep Consultoría, Evento al punto durante 9 años.

Tiene más de 20 años de experiencia en organización de eventos, comunicación y relaciones públicas, principalmente enfocados al ámbito cultural. Es directora del Concurso Internacional de Violonchelo Carlos Prieto desde 2000, y fue directora general del Festival de Música de Morelia Miguel Bernal Jiménez de agosto 2016 a junio 2020. Hasta julio de 2016 estuvo a cargo del área de comunicación y márketing institucional del Centro Mexicano para la Música y las Artes Sonoras (CMMAS). Ha sido también analista de contenidos del Portal Iberoamericano de Gestión Cultural y tutora de la maestría en Gestión Cultural, por la Universidad de Barcelona. Trabajó como directora de Imagen y Desarrollo del Conservatorio de las Rosas durante varios años.