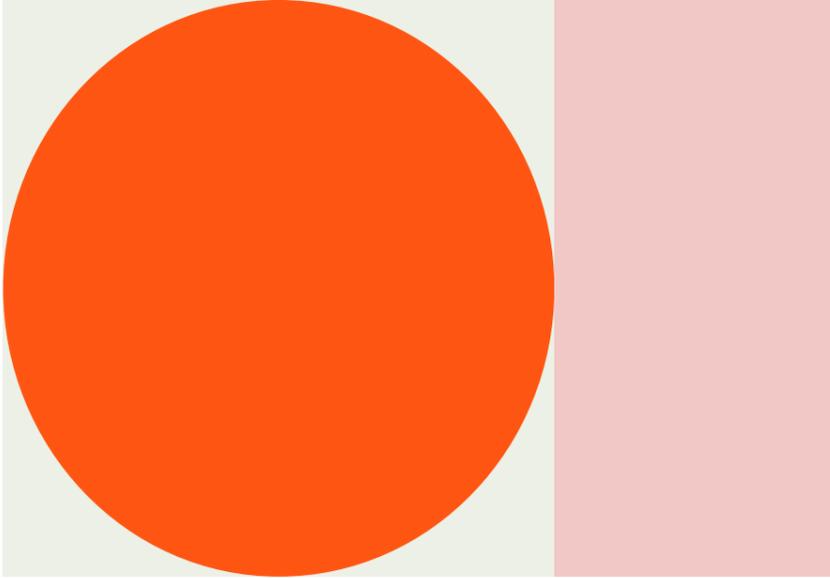




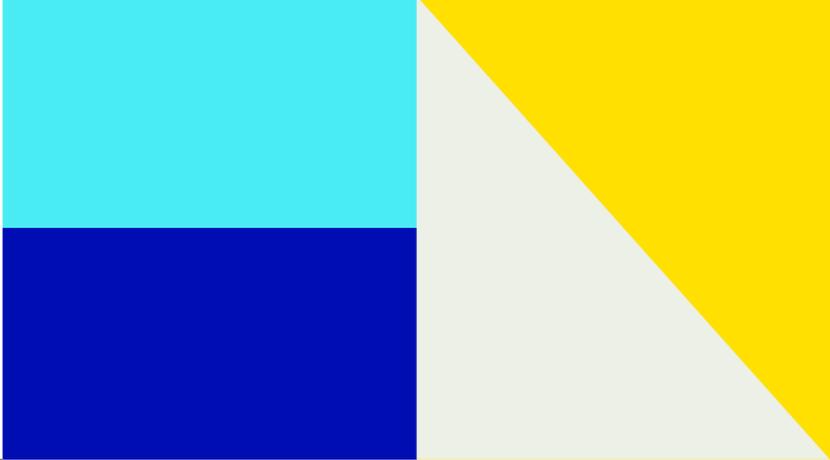
centro de
Capacitación



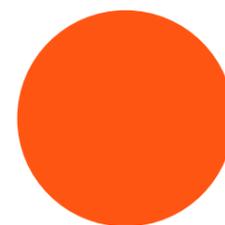
Comienzo de curso:
6 de Mayo de 2020
Inscripciones abiertas



diploma en
**Gestión
Cultural**



Itaú Fundación



La edición 2020 del **Diploma en Gestión Cultural del Centro de Capacitación de Fundación Itaú** comenzará bajo una modalidad de educación a distancia, mientras estén vigentes las medidas sanitarias impuestas por el gobierno nacional.

Desde 1997 **Fundación Itaú** brinda en Uruguay un diploma específico para la formación en el campo de la gestión cultural. Una propuesta pedagógica diseñada en base a la conformación de grupos reducidos, el contacto humano y el trabajo en equipo, que pone a disposición de los estudiantes un conjunto de herramientas conceptuales y metodológicas que permiten enriquecer las prácticas y la intervención en el campo de la cultura.

A lo largo de 24 años el **Diploma en Gestión Cultural** se ha desarrollado en base a una alta permeabilidad e intercambio entre la currícula y el acontecer cultural. Ha sido testigo de la consolidación de este sector en el país, acompañando los cambios en permanente diálogo e intercambio con otras áreas de conocimiento, como es el caso de la educación, la economía y la ciencia.

La propuesta pedagógica sobre la que se estructura la capacitación busca acercar el conocimiento a la vez que producirlo, de forma que el estudiante sea protagonista de su propio aprendizaje, vivenciando y aplicando los conocimientos adquiridos.



Áreas temáticas del Diploma:

- Planificación estratégica
- Contabilidad y finanzas
- Negociación y recaudación de fondos
- Marketing cultural

Requisitos básicos para acceder al Diploma:

Nivel educativo equivalente a bachillerato.

Días y horarios de las clases:

Lunes, miércoles y viernes
de 18:00 a 20:00 hs.

Principales características de la capacitación:

- El trabajo en el aula se estructura por áreas temáticas, a cargo de un equipo docente con formación especializada, habilidades didácticas y experiencia en el campo de la cultura y la gestión.
- La propuesta pedagógica está sostenida en las relaciones interpersonales cara a cara entre estudiantes y entre éstos y docentes. A ello se suma el apoyo a través de otras vías de comunicación no presenciales que permiten extender el tiempo de estar, pensar y producir.
- El programa propone el acercamiento a organizaciones culturales diversas, ya sea por magnitud, origen, modos de gestión, ámbitos de desempeño o producción de contenidos.
- Durante el año se generan múltiples instancias de análisis y reflexión que ponen en juego teoría, práctica y conocimiento previo.
- El conocimiento adquirido confluye en la formulación de un proyecto de gestión con valor social y cultural, como espacio de intersección de saberes técnicos, aplicación de herramientas metodológicas y el interés común de un equipo de personas.
- La conformación de grupos pequeños en cada generación, hace posible el apoyo personalizado del equipo docente al proceso de aprendizaje de cada estudiante. Esta dimensión, permite identificar con mayor precisión la pertinencia y calidad de las tutorías que se asignan a cada equipo en el proceso elaboración de los proyectos.

Disposiciones generales:

- 1.** El Diploma en Gestión Cultural comprende 8 módulos y un total de 180 horas de clases, más las horas de estudio y las que demanda la realización del proyecto final. Cada módulo comprende un conjunto de unidades temáticas afines dictadas por diversos especialistas.
- 2.** Luego de concluir cada módulo el estudiante dará una prueba. El curso se aprueba con el 60% del puntaje y un 75% de asistencia. El alumno tendrá únicamente dos oportunidades de rendir el examen en el año, de lo contrario deberá rendir la/s pruebas el siguiente año. Aquellos que asistan al curso y no se presenten a las pruebas obtendrán un “Certificado de Asistencia”, siempre que certifiquen un mínimo del 75% de asistencia.
- 3.** Para obtener el certificado del Diploma en Gestión Cultural el estudiante deberá haber aprobado los módulos y el proyecto final en un período no mayor a tres años. Además deberá haber abonado el pago total del mismo.
- 4.** El valor total del curso es de \$40.000. El pago puede realizarse con tarjetas de crédito Visa hasta en 6 cuotas sin recargo. Los clientes Itaú tienen un 25% de descuento (\$30.000) y hasta 10 cuotas sin recargo con tarjetas de crédito Visa Itaú.

Informes e inscripciones:

Av. Uruguay 1157 (Montevideo – Uruguay)

Tels. 2908 6491 - 2916 0127 (203)

info@fundacionitau.com.uy

www.fundacionitau.com.uy

Contenido del curso

Temas

1. Introducción a la gestión cultural.

Presentación de la gestión cultural en clave de campo de trabajo profesional, su necesaria relación con los conceptos y finalidades de la cultura que se adopten; los ámbitos organizacionales, sectores culturales, tipo de organizaciones; rol y perfil de los profesionales. Se alterna el trabajo en el aula con el intercambio in situ en tres organizaciones culturales. Se busca aportar a la construcción del perfil profesional propio de cada estudiante.

2. Producción cultural contemporánea: una perspectiva filosófica.

Se busca que los estudiantes problematicen el hecho cultural e incorporen la reflexión en las diferentes producciones que realicen en el curso.

3. El derecho a la cultura en las políticas culturales.

Marco internacional de derechos, compromisos del país, políticas y producción cultural en Uruguay, marco normativo nacional.

4. Introducción a la formulación de proyectos culturales.

Claves metodológicas para pasar una idea a un proyecto. El proyecto como herramienta de planificación estratégica.

5. Investigación e información.

Fuentes de información y modos de investigación para conocer la realidad en la que se desea intervenir. Utilidad de los relevamientos de información sobre públicos y consumo de bienes y servicios culturales; construcción de indicadores y sistemas de información cultural. Presentación de diferentes métodos y técnicas de investigación social y de mercado habitualmente utilizadas. Ejemplos de investigaciones y mediciones contratadas por parte de instituciones, públicas y privadas, con el fin de recoger elementos para la implementación, el seguimiento y la evaluación de proyectos, programas y políticas culturales.

6. Producción cultural contemporánea: una perspectiva desde la gestión.

Se busca que los estudiantes se apropien de una perspectiva compleja del hecho cultural, los contenidos y sus sentidos, las tramas de involucrados, los públicos diversos, las estrategias de gestión para esa complejidad.

7. Marketing cultural

El marketing como una herramienta de pensamiento estratégico, orientada a resultados. Diferencias del marketing tradicional con el marketing cultural. Presentación de herramientas y resolución de ejercicios. Marco competitivo, fijación de precios. Estrategia, con orientación publicitaria. La creatividad aplicada al marketing para comprender las necesidades, escala, sectores, alianzas estratégicas, etc. de los proyectos o productos culturales.

Contenido del curso

Temas

8. Gestión humana en cultura.

Lógicas del sector artístico y profesional, del sector público y privado con y sin fines de lucro. El trabajo en equipo, los equipos de trabajo, trabajo colaborativo, trabajo en red. Formas de organización del trabajo y gestión de los recursos humanos. Esbozo de elaboración de perfiles funcionales. Categorías laborales del sector. Modalidades de contratación.

9. Producción cultural contemporánea: una perspectiva de género, equidad y diversidad.

Se busca provocar a los estudiantes en la reflexión y aportar a la integración explícita de la perspectiva de género en el desarrollo de sus proyectos.

10. Introducción a la contabilidad.

La contabilidad como herramienta de gestión, conceptos básicos, enfoque, lenguaje y técnicas específicas. Se presentan instrumentos para la construcción de presupuestos, flujo de fondos y punto de equilibrio, entre otros.

11. Comunicación.

Conocer el marco general y estructura básica de las herramientas y alcance de la comunicación en el escenario de la gestión de proyectos culturales. Incorporar la comunicación como un componente natural y esencial a todo el ejercicio de creación, identidad, difusión y gestión de un proceso y producto cultural.

12. Formulación de proyectos culturales.

Metodología de elaboración de proyectos paso a paso, en modalidad de taller adaptado a los proyectos de egreso que se encuentran en elaboración y en apoyo a los equipos que los llevan adelante.

13. Negociación y presentación de proyectos.

Concepto de conflicto, posiciones, proceso y formas de resolverlo. Estilos de liderazgo y conflicto. Resultados. La negociación como forma de resolver conflictos. Concepto y proceso de negociación. Elementos: tiempo, poder e información. El rol de la percepción. Aspectos comportamentales: poder y liderazgo, comunicación eficaz. Diferentes estilos de negociación: negociación dura y sus consecuencias, negociación ganar/ganar, los elementos de la negociación basada en intereses. Alternativas, intereses, opciones, criterios de legitimidad, relaciones, comunicación, compromiso. Negociaciones difíciles: negociaciones por poder, negociaciones colectivas. El rol del mediador en una negociación. Negociaciones específicas para la recaudación de fondos. Mecenazgo, patrocinio y otras opciones para la obtención de fondos.

Equipo docente:

- **Ariceta, Mariale**

Productora creativa, Diseñadora y Docente.

- **Balsa, María**

Abogada. Especializada en Nuevas Tecnologías y Derecho de las Telecomunicaciones.

- **Buela, Erico**

Máster en Administración de Empresas (MBA). Asesor de Inversiones en Itaú Personal Bank. Universidad ORT

- **Garbarino, Daniel**

Contador. Docente de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de la República.

- **Pérez, Malena**

Profesora de Historia. Posgrado en Políticas y Empresas Culturales, Máster en Gestión de Instituciones y Empresas Culturales con especialización en Gestión Patrimonial, Universidad de Barcelona.

- **Pintos, Gabriela**

Contadora Pública, especializada en Comportamiento Organizacional y Marketing. Posgrados y cursos de especialización en TIC y en educación.

- **Silva, Andrea**

Técnica en Comunicación Social (UCUDAL). Encargada de Gestión Interior del SODRE en el Auditorio Nacional.

- **Sotelo, Mariana**

Lic. en Ciencia Política por la Universidad Católica de Uruguay y Máster en Sociología por la Université de Montréal.

- **Susaeta, Pía**

Publicista y gestora cultural, productora de artes escénicas y artes visuales contemporáneas. Docente de marketing cultural y gestión de proyectos. Co-dirige Event Punta del Este, empresa comunicación y eventos y Moraes_Susaeta gestores culturales.

diploma en
**Gestión
Cultural**

Informes e inscripciones:

Av. Uruguay 1157 (Montevideo – Uruguay) | Tels. 2908 6491 - 2916 0127 (203) | info@fundacionitau.com.uy