MUSEO DE ARTE DE LIMA - MALI

PROGRAMA DE GESTIÓN CULTURAL

El sector cultural ha adquirido una creciente importancia social, económica y política. Actualmente, las actividades culturales tienen una incidencia en la generación de valor agregado, la creación de empleo, el desarrollo social y económico, así como en el fortalecimiento de los procesos de cohesión social y construcción de ciudadanía. Asimismo, el país se encuentra en un proceso de institucionalización de la cultura y de los agentes culturales en sus distintos niveles de gobierno: nacional, regional y local; que aunque incipiente, demanda profesionales para los nuevos retos.

Ante este nuevo escenario, se requiere de personas que den respuesta a las nuevas realidades sociales de las organizaciones culturales públicas, privadas o del tercer sector. La formación profesional en gestión cultural se convierte así en una necesidad y una oportunidad para los interesados en este medio.

OBJETIVOS DEL PROGRAMA

- Contribuir a la profesionalización del sector cultural, potenciando a los profesionales que actualmente se desempeñan en organizaciones culturales.
- Proporcionar una capacitación teórica y práctica que fortalezca las habilidades y competencias de los participantes y les permitan mejorar sus herramientas de trabajo.
- Ofrecer un espacio de análisis y reflexión sobre el rol de la cultura y la función de la gestión de la cultura en nuestra sociedad.
- Contribuir a la comprensión y el fortalecimiento de capacidades para el diseño, evaluación y planeación de políticas, planes, programas y proyectos culturales.

DIRIGIDO A

- Trabajadores de organizaciones culturales públicas y privadas
- Funcionarios de entidades e instancias regionales y municipales de cultura
- Profesionales de otros sectores interesados en la gestión cultural
- Profesionales con iniciativas en el sector cultural o áreas afines
- Docentes interesados en la gestión cultural

METODOLOGÍA

El programa se organiza en 12 cursos a lo largo de 36 semanas. Los contenidos de los cursos se desarrollarán mediante la exposición del docente, la presentación de casos y la discusión de los textos que forman parte del material de lecturas complementarias que se entregará en cada curso.

CONTENIDOS

BASES DE LA GESTIÓN CULTURAL

La gestión cultural refiere al conjunto de acciones que potencializan y viabilizan los procesos culturales. Es decir, es aquel conocimiento que hace posible el acceso y consumo de la cultura y las artes por parte de la población en general. El gestor cultural es el mediador que hace posible este acercamiento. En un país con tanta riqueza cultural como el Perú, es necesario formar profesionales en este campo, que se encarguen de fomentar adecuadamente la dinámica cultural y favorecer la satisfacción de las necesidades culturales de todos los ciudadanos, a través del diseño e implementación de proyectos culturales y artísticos. El curso Bases de la Gestión Cultural tiene como fin introducir al alumno al ámbito de la gestión de la cultura y brindarle herramientas básicas para su desarrollo profesional.

GESTIÓN ESTRATÉGICA

La asignatura brinda a los estudiantes una visión general y especializada de la gestión empresarial, que involucra la mejora de la productividad y genera la competitividad de las empresas culturales. También busca mejorar las capacidades del gestor cultural, dotándolo de herramientas prácticas y una visión empresarial, sin descuidar la complejidad de la cultura.

INSTITUCIONALIDAD Y POLÍTICAS CULTURALES

El curso tiene como objetivo analizar la estructura y funcionamiento de la institucionalidad cultural pública y privada a nivel nacional e internacional; los fundamentos y espacios de intercambio y cooperación cultural internacional. Así como promover un acercamiento a los aspectos clave de la formulación e implementación de políticas culturales y los agentes que intervienen en este proceso, tanto en el marco internacional como en el nacional; proponiendo una revisión del debate a nivel mundial en torno a las políticas culturales y una aproximación a cómo estas se han desarrollado en el contexto latinoamericano y en el Perú.

COMUNICACIÓN Y MARKETING CULTURAL

Con el curso comunicación y marketing cultural se busca dotar a las participantes en el manejo de distintas estrategias, herramientas de promoción y difusión aplicadas en distintos proyectos culturales; así como en el conocimiento y análisis de acciones realizadas por organizaciones públicas o privadas. A lo largo del curso, se revisan elementos simbólicos de la actividad cultural como la identidad, la imagen corporativa, la responsabilidad social y la ética de las empresas e instituciones implicadas. El curso permite conocer el manejo de las herramientas aplicadas del marketing cultural, la revisión de casos y experiencias en el sector.

FORMULACIÓN DE PROYECTOS CULTURALES

El curso comprende lineamientos básicos para el proceso de investigación y diseño en la elaboración de un proyecto cultural. A través del desarrollo de un proyecto de manera grupal, los participantes aprenderán a aplicar herramientas esenciales para la elaboración de un diagnóstico, la definición del proyecto y su proceso de producción; haciendo énfasis en la autonomía, la aplicación del criterio profesional y el logro de la coherencia entre todas las fases.

CULTURA DIGITAL Y NUEVOS MEDIOS

El curso pretende dar un conocimiento básico de la integración entre el proceso de reflexión teórica, la aplicación, el uso de la tecnología y su relación con la producción artística, además de promover la utilización de herramientas digitales para la interactividad. También, acercará a los estudiantes a las redes y la gestión cultural colaborativa; y de los múltiples beneficios de su gestión. Es un espacio para el debate y revisión de las nuevas tendencias; paradigmas y el fortalecimiento de los procesos creativos.

GESTIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL

El curso pretende acercar a los participantes al conocimiento sobre el patrimonio cultural y sus características diferenciadas: mueble e inmueble, material e inmaterial, para su adecuado uso, defensa, protección y difusión. Asimismo, ofrece un análisis crítico de los diferentes modelos de gestión, de los grandes proyectos interregionales y de las políticas que se vienen implementando en el Perú.

CONTENIDOS

ECONOMÍA Y CULTURA

El curso buscará ofrecer herramientas teóricas y prácticas para el examen crítico de los procesos de producción, distribución y consumo de bienes y servicios culturales a partir de los instrumentos conceptuales, las categorías analíticas y el tipo de lógica propios de la ciencia económica. Se pondrá especial énfasis en el estudio de las industrias culturales, teniendo en cuenta la expansión de la economía global, el surgimiento de nuevas tecnologías y los debates desatados en torno al devenir de las políticas culturales en el contexto socio político y cultural nacional e internacional.

FINANCIAMIENTO DE LA CULTURA

La gestión cultural tiene múltiples mecanismos de financiamiento basados en la creatividad y la innovación. El curso tiene el objetivo de dar a conocer las principales herramientas y recursos que se manejan en la actualidad para el financiamiento de la cultura. Asimismo los modelos, sus características y aplicabilidad a nivel nacional e internacional.

LEGISLACIÓN CULTURAL

El curso tiene como objetivo que el participante reconozca la relación entre cultura y derecho, y su importancia para la gestión. Permite conocer y emplear herramientas legales para el trabajo cultural comunitario a fin de analizar el panorama de las oportunidades estratégicas y comerciales que pueden devenir gracias a su uso. Se estudiarán los principales instrumentos legales nacionales e internacionales en materia cultural, especialmente las normas referidas al derecho de autor, propiedad intelectual y otras referidas al sector.

EJECUCIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS CULTURALES

El contenido está dirigido a comprender la importancia de aplicar metodologías de seguimiento y evaluación en el desarrollo de proyectos culturales. Así mismo se pondrá énfasis en el análisis, difusión y aplicación de los resultados obtenidos luego de la aplicación de los instrumentos de medición.

EDUCACIÓN Y FORMACIÓN DE PÚBLICOS

El curso pretende analizar los procesos de formación de públicos para la cultura, identificando momentos y espacios donde se desarrollan; estudiando los factores asociados a la creación de hábitos culturales. Se conocerán y analizarán propuestas teóricas vinculadas a la creación del gusto, al capital cultural y consumo cultural; se pondrá énfasis en el enfoque cultural de la formación de públicos y su impacto en las tendencias del consumo cultural nacional y mundial.

PLANA DOCENTE

Está compuesta por profesionales de alto nivel, con amplia experiencia y reconocimiento en el medio. Entre ellos figuran Flavio Calda, Carolina Christen, Guillermo Cortés, Carlos del Águila, Lilybeth Echeandía, Patricia Fernández, Henry Jordan, Gloria Lescano, Felix Lossio, Camilo Riveros, Rodrigo Ruiz, Amelia Santana, Daniel Segovia, Daniel Vergaray, entre otros.

CERTIFICACIÓN

Al haber aprobado todas las asignaturas del plan de estudios, además de sustentar y defender un trabajo integrador, los participantes recibirán un diploma a nombre del Museo de Arte de Lima - MALI.

INVERSIÓN

- Matrícula: S/290.00 (1 sola vez)
- 9 Mensualidades: S/ 460.00
- Se ofrece 12% de descuento por pago al contado de todo el programa antes del inicio (S/ 3900 en vez de S/ 4430).
- Se ofrece 5% de descuento en cada cuota por cancelación durante los 7 primeros días calendario del mes en curso (S/ 437 en vez de S/ 460). No válido para la matrícula.
- El programa también se ofrece para ser dictado "in company". Consultar presupuesto.

INFORMACIÓN GENERAL

HORARIOS E INICIOS

XXI Edición:
Martes y jueves de 7:00 p.m. a 10:00 p.m.
Inicio: Martes 28 de agosto de 2018

XXII Edición:
Sábados de 10:00 a.m. a 1:00 p.m. y
de 2:00 p.m. a 5:00 p.m.
Inicio: Sábado 25 de agosto de 2018

LUGAR

Museo de Arte de Lima - MALI
Paseo Colón 125, Parque de la Exposición
Lima 1

MAYOR INFORMACIÓN

Al teléfono 204 0000 - anexo 201,
o al correo escuela@mali.pe

MUSEO DE ARTE DE LIMA
PASEO COLÓN 125, LIMA 1
T. +511 204 0000
ESCUELA@MALI.PE
WWW.MALI.PE
/MUSEODEARTEDELIMA
@MUSEODEARTELIMA

MALI