



# GESTIÓN ESTRATÉGICA DE ORGANIZACIONES CULTURALES

INICIOS: 22 DE NOVIEMBRE Y 4 DE DICIEMBRE



En el mercado en el que las organizaciones culturales se desarrollan ¿cuál es la estrategia que define su ruta a seguir?, ¿cómo plantear el camino para que el equipo que lo conforma alinee esfuerzos en búsqueda de un mismo objetivo?

Las estrategias de gestión que se plantean para organismos culturales tienen su particularidad. Además de considerar conceptos de administración estratégica y análisis del mercado, requieren una aplicación donde destacan los procesos de producción artística y las dinámicas organizativas en los contextos culturales de cada iniciativa.

**Este curso se centra en fomentar el uso de las herramientas conceptuales para concretar una formulación estratégica exitosa en las propias experiencias de los participantes.**

## COMPETENCIAS

- El alumno comprende los conceptos, enfoques y herramientas fundamentales propios del análisis y la orientación estratégica, el planeamiento y el desarrollo organizacional.
- Aplica las herramientas en el análisis y propuesta de organizaciones culturales.



## DIRIGIDO A

El curso se ofrece a trabajadores de organizaciones culturales públicas y privadas, funcionarios de entidades e instancias regionales y municipales de cultura, profesionales con iniciativas en el sector cultural o áreas afines, profesionales de otros sectores interesados en la gestión cultural y personas interesadas en la gestión cultural.



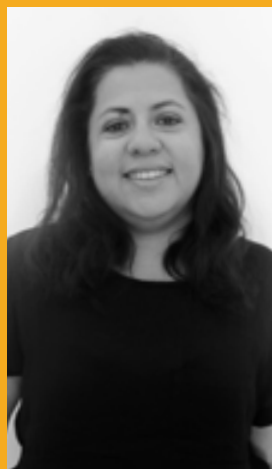


## Camilo Riveros

Docente clases lunes

Antropólogo por la Pontificia Universidad Católica del Perú. Especialista en investigación aplicada en la gestión cultural pública, privada y ciudadana; orientada a las industrias culturales, industrias creativas y circuitos de producción artística basados en la propiedad intelectual.

Es bajista, con 20 años de experiencia en las escenas musicales alternas. Fue coordinador de la residencia internacional de arte, tecnología y transformación social en la Escuela de Alta Tecnología Andina y supervisor de proyectos del área de Patrimonio e Industrias Culturales en la Municipalidad Metropolitana de Lima. Actualmente es gerente general de Cohete Lab, gerente A&R de Filmtrax y consultor en el diseño estratégico de la renovación del área de Patrimonio Cultural en Cálidda.



## Jerka Guerrero

Docente clases sábados

Historiadora por la Pontificia Universidad Católica del Perú, Magíster en Evaluación y Gestión del Patrimonio Histórico por la Universidad de Salamanca (España) y MBA en Dirección General por la Escuela de Negocios CEU San Pablo (España).

Cuenta con experiencia en implementación de procesos aplicados a la gestión y protección del patrimonio cultural, así como en la promoción de la participación ciudadana. Ha sido directora del Museo Naval "Casa Grau", coordinadora de la Dirección de Participación Ciudadana y educadora patrimonial de la Dirección General de Defensa del Patrimonio Cultural del Ministerio de Cultura. En España laboró como coordinadora y supervisora de exposiciones así como educadora de museos.

# CONTENIDOS

## COMPONENTES EN LA FORMULACIÓN ESTRATÉGICA

Comprensión de los elementos básicos de una estrategia y su rol en las instituciones, así como el reconocimiento de los conceptos principales de la formulación estratégica.

## VALORES, VISIÓN Y MISIÓN

Importancia en la definición e implementación de una estrategia.

## ANÁLISIS ESTRATÉGICO

Se conocerán las herramientas de análisis que nos permiten analizar los factores externos que influyen en una organización. Análisis de consumidores y actores de la industria para identificar oportunidades de ventajas competitivas.

## RESOLUCIÓN DE CASO. FACTORES EXTERNOS

Se conocerán las 5 fuerzas del mercado así como la definición, fuentes, estrategias y oportunidades propias de la ventaja competitiva.

## ANÁLISIS ESTRATÉGICO

Se conocerá las herramientas para el análisis del océano azul en el proceso de formulación estratégica. Reflexión sobre la importancia de la innovación y calidad para el desarrollo de una ventaja competitiva.

## ENFOQUE ESTRATÉGICO

Importancia del enfoque estratégico, que implica la concentración en unas pocas prioridades estratégicas a partir del análisis de factores y externos. Se aplicarán diferentes herramientas de información y medición.

## ALINEACIÓN ESTRATÉGICA Y CANVAS

Se estudiará la importancia de la alineación de la estrategia con las estructuras y procesos organizativos. También se incorporará la alineación estratégica desde la formulación estratégica.



# METODOLOGÍA



## MODALIDAD ONLINE

Consta de sesiones sincrónicas, a través de la plataforma ZOOM.



## SESIONES GRABADAS

Los alumnos tienen acceso a las clases grabadas, durante la duración del curso.



## MATERIALES

Contenido audiovisual y literario que complementa el aprendizaje virtual.



## INTERACCIÓN

Participación activa y retroalimentativa entre alumnos y docente.

Para una mejor experiencia de aprendizaje, se recomienda:

- Acceder a través de una PC o laptop.
- Contar con conexión por cable de red o señal estable de Wi-Fi.
- Descargar y crearse una cuenta en la plataforma ZOOM.
- Contar con micrófono.

## INICIOS

Elige uno de los siguientes horarios:

### ■ LUNES 22 DE NOVIEMBRE DE 2021

**Fechas de las sesiones:**

22 y 29 de noviembre; 6, 13 y 20 de diciembre; 10, 17 y 24 de enero.

**Horario\*:**

- Lunes de 7 p.m. a 10:30 p.m. (Perú)

\*Break de 30 minutos a mitad de cada sesión.

### ■ SÁBADO 4 DE DICIEMBRE DE 2021

**Fechas de las sesiones en directo:**

4, 11 y 18 de diciembre; 8, 15, 22 y 29 de enero; 5 de febrero.

**Horario\*:**

- Sábados de 10 a.m. a 1:30 p.m. (Perú)

\*Break de 30 minutos a mitad de cada sesión.

## CERTIFICACIÓN

Se emite certificado, que contempla las 24 horas de clases, a nombre del Museo de Arte de Lima - MALI.

**Requisito:** Participar en más del 50% de las sesiones y aprobar el curso.



# INSCRIPCIONES

## ■ INVERSIÓN

**Inversión única:** S/890

**Financiamiento:** dos cuotas de S/490 (antes de la 1.º y 4.º clase)

## ■ DESCUENTOS\*

- 30% por pronto pago hasta el 30 de septiembre de 2021.
- 20% por pronto pago hasta el 22 de octubre de 2021.
- 20% por grupo de tres personas a más.
- 20% a miembros del PAM (Programa Amigos del MALI).
- 10% por grupo de dos personas.

\*Descuentos no acumulables. No aplica descuentos si se cancela en dos cuotas.

## ■ INSCRIPCIONES\*

Realizar el depósito o transferencia en la cuenta del MALI:

BCP AHORRO SOLES

Cuenta bancaria: 191-34389140-0-03

Cuenta interbancaria (CCI): 002 191 134389140003 51

ASOCIACIÓN MUSEO DE ARTE DE LIMA

RUC: 20168496690

y enviar el comprobante a [extension@mali.pe](mailto:extension@mali.pe) junto con los siguientes datos del alumno: nombres y apellidos completos, DNI, teléfono móvil, correo electrónico, fecha de nacimiento, distrito de residencia, curso y horario.

Si te inscribes fuera de Perú, solicita el procedimiento a [extension@mali.pe](mailto:extension@mali.pe)

\* El MALI se reserva el derecho a postergar o cancelar el curso en caso no cuente con un mínimo de inscripciones. De cancelarse, se procederá con la devolución de la inversión.

## INFORMES E INSCRIPCIONES

Angel Chumpitasi

[extension@mali.pe](mailto:extension@mali.pe)

[Whatsapp](#)

Encuétranos en:

[f](#) [@](#) /CURSOMALI

[www.mali.pe/educacion/](http://www.mali.pe/educacion/)

**MALI**