



PROGRAMA DE CREACIÓN Y CONSOLIDACIÓN DE INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS

ÍNDICE

- 1.- Introducción
- 2.- Objetivos del curso
- 3.- Características del curso
- 4.- Metodología
- 5.- Contenido de los módulos

1.- INTRODUCCIÓN

El papel de la cultura en las sociedades desarrolladas ha sufrido un importante cambio en los últimos años, que la sitúa en un lugar distinto al que tradicionalmente ha ocupado. Se ha convertido en un sólido activo estratégico de desarrollo social y en una importante plataforma económica. Los recientes cambios en los hábitos de consumo cultural y el negocio de las industrias culturales, que revelan las distintas estadísticas y estudios, son una clara demostración de que esta tendencia sigue en aumento.

La complejidad de estos cambios en el papel social de la cultura implica que, progresivamente, todos los procesos de producción, distribución, exhibición y difusión de los productos culturales necesitan la aplicación de modelos de financiación y de gestión, novedosos y más eficientes. Y es preciso ajustar dichos modelos a la especificidad de los sectores públicos y privados, así como a los distintos ámbitos de la cultura en que ambos sectores confluyen.

Estas nuevas necesidades y modelos de gestión exigen lógicamente un nuevo tipo de profesional y de empresa, capaces de afrontar el diseño y aplicación de proyectos culturales en el ámbito público y en el privado, actuando con una visión estratégica y global, capaz de combinar las herramientas de gestión propias de la actividad empresarial con un conocimiento adecuado de los distintos sectores culturales y sus especificidades.

Este curso trata de satisfacer la creciente demanda de un tipo de pequeñas empresas culturales con un enfoque altamente creativo. Los emprendedores en el campo cultural deben conocer las herramientas de gestión empresarial adaptadas a los nuevos retos protagonizados por la cultura en nuestro días, tanto en el sector productivo privado de las industrias culturales como en los diferentes campos en los que actúan las entidades no lucrativas, las asociaciones de profesionales de la cultura, las entidades de gestión de derechos y las administraciones públicas.

2.-OBJETIVOS DEL CURSO

- Asesorar de forma individualizada a cada uno de los participantes, tanto a los actuales como a los potenciales emprendedores en industrias culturales, sobre las oportunidades en su respectivo sector de actividad como en el desarrollo de un plan de negocio.
- Manejar los instrumentos empresariales necesarios para diseñar y dirigir proyectos culturales con objetivos estratégicos definidos.
- Desarrollar capacidades de prospectiva que permitan anticipar los cambios de nuestra sociedad, facilitando la comunicación y proyección de los proyectos.
- Comprender los procesos culturales y las tendencias que se desarrollan en el mundo de la cultura a nivel nacional e internacional.
- Fomentar el desarrollo de las nuevas tecnologías en la producción cultural, con especial atención a las creaciones digitales, tanto en los sectores artísticos tradicionales como en los vinculados al aprendizaje y al ocio creativo (cine de animación, publicidad, comunicación, páginas web, video juegos).
- Adquirir habilidades y herramientas para definir objetivos, enfrentarse a desafíos, encontrar soluciones y evaluar proyectos culturales.
- Entender los principios del mercado cultural en la sociedad actual.
- Conocer las bases jurídicas y administrativas en los diferentes campos de actuación.
- Aprender a combinar de forma equilibrada criterios de rentabilidad social y económica respetando la singularidad del hecho cultural, la sostenibilidad, el medio ambiente y la igualdad de oportunidades.
- Lograr la competencia para gestionar proyectos capaces de confluir con otros sectores económicos y generar más recursos.
- Elaboración y **presentación del Business Plan de un proyecto empresarial**, en el que se recojan todas las áreas de actividad empresarial tratadas en los diferentes módulos.

3.- CARACTERÍSTICAS DEL CURSO

Destinatarios

- Empresarios y responsables de pequeñas empresas culturales y creativas en los distintos sectores (arte, teatro, música, danza, audiovisual, libro, nuevas tecnologías, diseño, ...).
- Emprendedores que cuentan ya con un proyecto definido en cualquier ámbito de la cultura.

Número de participantes

- Entre quince y veinticinco personas, seleccionadas de acuerdo con su adecuación a los objetivos y características del curso, teniendo en consideración sus posibilidades de mejora, el interés y la capacidad de compromiso con las exigencias del programa y el debido aprovechamiento del mismo.

Duración del curso

- La duración total del curso es de ocho semanas (doscientas cincuenta horas el total de clases conjuntas y de tutorías individuales de todos los participantes), con un 15% del tiempo lectivo presencial en aula con todos los participantes, un máximo de tres tardes a la semana (un total de seis horas semanales) en horario adaptado a los horarios profesionales de los participantes.
- El 85% del horario establecido se desarrollará en tutorías individuales de hasta una hora y media (según el número total de participantes) semanal cada participante, en horario y fechas convenidos en cada caso de acuerdo con los respectivos horarios profesionales.

4.- METODOLOGÍA

Durante las ocho semanas de formación, en las sesiones conjuntas en el aula, se desarrollarán los distintos módulos formativos que integran el curso:

- El papel de la cultura en la nueva sociedad. Proyecto de empresa y Plan de Negocio.
- La administración de la empresa cultural. Aspectos jurídicos y fiscales.
- Marketing y comercialización. Los públicos de la cultura y las artes.
- Prevención de Riesgos Laborales, Calidad-Medioambiente e Igualdad de Oportunidades (módulo on line).
- Gestión financiera y económica.
- Nuevas tecnologías de la información y herramientas informáticas.

Tanto los contenidos teóricos como los prácticos de la formación conjunta en el aula se adaptarán a la formación previa y a los conocimientos de los participantes, de manera flexible y fomentando la participación, el debate y la búsqueda conjunta de soluciones y el desarrollo de casos prácticos.

El planteamiento de experiencias e iniciativas en los distintos ámbitos de las empresas culturales permitirán examinar y discutir diferentes alternativas, analizando proyectos de éxito y las posibles causas de otros que han fracasado o no han alcanzado sus principales objetivos.

El trabajo en las tutorías individuales abordará el entorno en el que se enmarca el proyecto empresarial y las características específicas del mismo, abriendo vías de desarrollo y consolidación de la actividad realizada por el empresario, gestor profesional o emprendedor.

En las tutorías se aplicarán a cada caso individual los contenidos de los distintos módulos, enlazándolos con las herramientas y técnicas que los participantes deberán aplicar a sus respectivas situaciones y proyectos.

En el caso de nuevos proyectos empresariales se analizará en las tutorías individuales la viabilidad y posibilidades de éxito de cada caso.

5.- CONTENIDO DE LOS MÓDULOS DEL CURSO

El papel de la cultura en la nueva sociedad. Proyecto de empresa y Plan de negocio.

1. EL CONTEXTO CULTURAL: PROCESOS Y TENDENCIAS. EL PAPEL DE LA CULTURA EN EL DESARROLLO ECONÓMICO.

2. LAS INDUSTRIAS Y LAS POLÍTICAS CULTURALES.

- Qué es la industria cultural y creativa.
- La cadena de valor en la industria cultural y creativa.
- Tipología de las organizaciones culturales privadas.
- Definición del mercado y del cliente.
- Las políticas culturales y sus modelos.
- Diferencias entre la gestión de productos y servicios culturales y otros bienes y servicios.
- Crisis y oportunidades.

3. EL EMPRENDEDOR CULTURAL: CAPACIDADES Y COMPETENCIAS.

4. ORIENTACIÓN ESTRATÉGICA.

- Identificación de oportunidades de negocio.
- Recursos empresariales.
- Análisis de la competencia – *benchmarking*.
- Definición de la empresa: La misión.

5. PROYECTO DE EMPRESA.

- Fases del proceso estratégico.
- Contenido.
- Misión. Análisis DAFO.
- Visión. Objetivos.
- Política de personal.
- Procesos y eficiencia.
- Resumen de expectativas.
- Cultura organizativa.

6. EL PLAN DE NEGOCIO.

- Qué es el Plan de negocio.
- Para quién es el Plan de negocio.
- Aplicaciones y apartados.

La administración de la empresa cultural. Aspectos jurídicos y fiscales.

- 1. TIPOLOGÍA DE LA EMPRESA DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES.**
- 2. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA.**
- 3. LA GESTIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS. PRINCIPIOS DE LA DIRECCIÓN DE PERSONAS: LIDERAZGO Y MOTIVACIÓN.**
- 4. DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL.**
 - Evolución del derecho de autor. Nuevos entornos.
 - Las entidades de gestión de los derechos de autor.
 - *Creative commons y copyleft.*
- 5. LEGISLACIÓN GENERAL Y ESPECÍFICA APLICABLE A LAS EMPRESAS CULTURALES.**
- 6. TRIBUTACIÓN Y SEGURIDAD SOCIAL.**
- 7. MODELOS DE CONTRATOS.**

Marketing y comercialización. Los públicos de la cultura y las artes.

- 1. EL MARKETING EN LAS EMPRESAS CULTURALES Y CREATIVAS.**
 - Los hábitos de consumo cultural de la población.
- 2. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN SOBRE EL POSICIONAMIENTO DE UN PRODUCTO O SERVICIO EN EL MERCADO CULTURAL.**
 - Segmentación de los públicos potenciales y análisis de su comportamiento ante los distintos productos ofertados.
- 3. ESTRATEGIAS DE MARKETING Y COMUNICACIÓN PARA AFIANZAR LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS CULTURALES.**
 - La construcción de la marca. imagen e identidad.
 - Marketing y fidelización de clientes.
 - Marketing online.
- 4. LA COMUNICACIÓN Y LOS MEDIOS.**
- 5. MECANISMOS DE EXHIBICIÓN Y DIFUSIÓN DE LOS DIFERENTES PRODUCTOS CULTURALES.**
 - Los distintos tipos de comercialización. Estrategias de distribución.
 - Funcionamiento de los canales específicos de cada sector cultural.
 - Eventos, ferias y festivales.
- 6. LA CAPTACIÓN DE RECURSOS, RSC, MECENAZGO Y PATROCINIO.**
- 7. EL PLAN DE MARKETING.**

[Prevención de Riesgos Laborales, Calidad y Medioambiente, e Igualdad de oportunidades \(módulo on line\)](#)

Prevención de Riesgos Laborales (on line)

- 1. SITUACIÓN ACTUAL**
- 2. MARCO NORMATIVO**
- 3. CONCEPTOS BÁSICOS SOBRE SEGURIDAD Y SALUD**
- 4. DERECHOS Y/U OBLIGACIONES DE LOS TRABAJADORES Y EMPRESARIOS**
 - 4.1 Derecho de los trabajadores
 - 4.2 Obligaciones de los trabajadores
 - 4.3. Obligaciones de los empresarios
 - 4.4. ¿Servicios de prevención?
- 5. TRABAJADORES AUTONOMOS**
- 6. RESPONSABILIDADES Y SANCIONES**
- 7. RIESGOS GENERALES Y MEDIDAS PREVENTIVAS**
- 8. ORGANISMOS PÚBLICOS**

Calidad (on line)

- 1. INTRODUCCIÓN A LA CALIDAD**
- 2. LA FAMILIA DE NORMAS ISO 9000**
- 3. REQUISITOS DE LA NORMA UNE-EN ISO 9001**
 - Sistemas de gestión de calidad
 - Responsabilidad de la dirección
 - Gestión de los recursos
 - Realización del producto
 - Medición, Análisis y Mejora

Medioambiente (on line)

- 1. ESCENARIOS AMBIENTALES**
- 2. ENTENDER LA GESTIÓN AMBIENTAL**
- 3. APLICAR LA GESTIÓN AMBIENTAL**

Igualdad de Oportunidades (on line)

- 1. CONCEPTOS BÁSICOS SOBRE LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES ENTRE HOMBRES Y MUJERES.**
- 2. ¿PARTICIPAMOS POR IGUAL MUJERES Y HOMBRES EN EL MERCADO LABORAL?**
- 3. LA GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS DESDE UNA PERSPECTIVA DE GÉNERO.**
- 4. PRINCIPALES ASPECTOS DE LA LEY ORGÁNICA 3/2007, DE 22 DE MARZO, PARA LA IGUALDAD EFECTIVA DE MUJERES Y HOMBRES.**

5. EL PLAN DE IGUALDAD EN LAS EMPRESAS: UNA HERRAMIENTA ESTRATÉGICA.

6. EMPRENDIZAJE Y PODER EMPRESARIAL.

Gestión financiera y económica.

1. ESTRUCTURA FINANCIERA BÁSICA DE LA EMPRESA CULTURAL.

2. GESTIÓN CONTABLE: ANÁLISIS, CUENTAS Y BALANCES.

- Análisis de balances.
- Cuentas anuales y análisis de estados financieros.
- Presentación de presupuestos.

3. GESTIÓN Y DIRECCIÓN FINANCIERA.

4. FUENTES Y MECANISMOS DE FINANCIACIÓN EMPRESARIAL (PÚBLICOS Y PRIVADOS).

Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). Herramientas informáticas.

1. TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN.

- Tipos de TIC.
- Las TIC en la empresa.
- Problemas de las TIC.

2. HARDWARE Y SOFTWARE.

- El ordenador personal
- Sistemas operativos.
- Software básico.

3. INTERNET.

- Breve historia de Internet.
- Aplicaciones de Internet.
- Componentes para tener conexión a Internet.
- Contratación.
- Navegadores, portales y buscadores.

4. DISEÑO WEB.

- Dominio y alojamiento.
- Crear un sitio web.
- Lenguajes de programación.
- Sistemas de gestión de contenidos o CMS.
- Blogs.
- RSS.
- Streaming.
- Transferencia de ficheros.

5. TÉCNICAS DE MARKETING ONLINE.