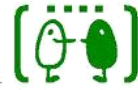




VNIVERSITAT DE VALÈNCIA



Facultat de Ciències Socials

GUIA DOCENTE

PLANIFICACIÓN CULTURAL

Curso 2010-11

I.- DATOS INICIALES DE IDENTIFICACIÓN

Nombre de la asignatura:	PLANIFICACIÓN CULTURAL
Carácter:	Obligatoria
Titulación:	Master en Gestión Cultural
Departamento:	Dirección de Empresas
Profesor responsable:	Roberto Luna Arocas Facultat d'Economia Despacho 1C5 Email: roberto.luna@uv.es Teléfono: 963828899

II.- INTRODUCCIÓN A LA ASIGNATURA

La asignatura PLANIFICACIÓN CULTURAL es una asignatura troncal que se imparte en el primer cuatrimestre del master en Gestión Cultural, dentro del módulo II (Conceptos y Herramientas de Gestión Cultural). La carga lectiva de la misma es de 3 créditos ECTS. Con esta asignatura práctica se pretende que el alumno profundice en casos prácticos de gestión y planificación aplicado al contexto específico de las artes y la cultura. Estos conocimientos y aptitudes capacitarán al estudiante para la toma de decisiones de gestión tanto en el sector de las artes como en la industria cultural.

III.- VOLUMEN DE TRABAJO

Asistencia a clases teóricas	6
Asistencia clases prácticas	12
Preparación de clase teórica	10
Preparación de clase práctica	20
Realización de exámenes	30
Tutorías	
Asistencia a seminarios y actividades	
<i>Total de volumen de trabajo</i>	78 horas

Total presencial: 18

Total no presencial: 60

IV.- OBJETIVOS GENERALES

La asignatura persigue como objetivo fundamental formar al alumno-a de modo vivencial y experiencial en la toma de decisiones ante casos reales de Gestión y Planificación Estratégica de la Cultura. De manera concreta se pretende que los estudiantes:

- Conozcan a fondo la aplicación de la información del mercado y del entorno al ámbito cultural y su implicación en la dirección estratégica y en la toma de decisiones como sistema de información
- Analicen los diferentes casos presentados y presenten soluciones y alternativas posibles a las utilizadas en clase generando decisiones de management diversas y creativas.
- Contemplan la utilidad de las herramientas del management en escenarios reales con datos reales y reflexionen sobre sus implicaciones.

V.- CONTENIDOS

La consecución de los anteriores objetivos debe alcanzarse a partir de una serie de contenidos genéricos. A continuación se detallan estos últimos a modo de líneas de estudio, que a su vez darán lugar a la programación de la asignatura:

- Comprender los sistemas de información del ámbito cultural para la toma de decisiones
- Comprender las herramientas estadísticas al uso para el análisis de la información
- Profundizar en la dirección estratégica, gestión y planificación en la relación con la información obtenida

VI.- DESTREZAS A ADQUIRIR

Resulta básico para el dominio de la asignatura así como para el ejercicio de su aplicación práctica, desarrollar las siguientes pautas:

- Aplicar herramientas estadísticas para conseguir objetivos de gestión y planificación estratégica
- Profundizar en los casos para determinar las variables claves en su vinculación con la estrategia
- Determinar situaciones reales y actualizadas sobre sus posibles implicaciones en la aplicación de herramientas dirección de empresas.
- Saber observar las distintas realidades culturas y desarrollar habilidades de aplicación de las herramientas de dirección de empresas.

VII.- HABILIDADES SOCIALES

Con la realización de esta asignatura se persigue que los estudiantes puedan:

- Desarrollar capacidades para trabajar tanto individualmente como en grupo.
- Potenciar habilidades de comunicación con otros estudiantes, con el profesor y con expertos y profesionales a los que puedan dirigirse.
- Estar capacitados para la búsqueda de información en diferentes fuentes: prensa, revistas especializadas, documentos, informes, programas y bibliografía de la asignatura y afín.
- Manejar y procesar adecuadamente información tanto divulgativa como académica.
- Conjugar campos de estudio tradicionalmente opuestos: cultura y empresa
- Ampliar y forjar su personalidad a través del acercamiento a la creatividad cultural y su análisis desde una perspectiva ética de gestión.

VIII.- TEMARIO Y PLANIFICACIÓN TEMPORAL

La asignatura propuesta está planteada para ser cursada en cinco sesiones, cuatro de cuatro horas y una de dos horas. A continuación, se detalla la relación de temas que constituyen el contenido teórico junto con el tiempo estimado para explicar cada uno de ellos.

Tema	Título y contenido	Semanas
1	Sistemas de información para la planificación estratégica: 1.1. Sistemas de información en la empresa 1.2. Diferencias y conexiones entre la información cualitativa y cuantitativa 1.3. Información cualitativa 1.4. Aplicación a la gestión y planificación	18 de noviembre (2 horas)
2	Estudio comparativo del impacto de los museos en la ciudad de Valencia: posicionamiento y notoriedad 1.1. Análisis de la información y su aplicación a la gestión y planificación 1.2. Metodología y proceso 1.3. Implicaciones en la dirección estratégica	22 de noviembre (4 horas)
3	Estudio comparativo de satisfacción y consumo en una casa de cultura de la Comunidad Valenciana 1.1. Análisis de la información y su aplicación a la gestión y planificación 1.2. Metodología y proceso 1.3. Implicaciones en la dirección estratégica	25 de noviembre (4 horas)
4	Segmentación en una Biblioteca Municipal 1.1. Análisis de la información y su aplicación a la gestión y planificación 1.2. Metodología y proceso 1.3. Implicaciones en la dirección estratégica	26 de noviembre (4 horas)
5	Análisis estratégico del teatro y danza en la ciudad de Valencia 1.1. Análisis de la información y su aplicación a la gestión y planificación 1.2. Metodología y proceso 1.3. Implicaciones en la dirección estratégica	29 de noviembre (4 horas)

IX.- BIBLIOGRAFIA DE REFERENCIA

Luna-Arocas, Roberto (2008). Gestión Cultural. Análisis de casos. Ed. Promolibro.

Luna-Arocas, Roberto (2004). Consumo de teatro y danza en la ciudad de Valencia. Ed. Promolibro. Valencia.

a) Bibliografía complementaria:

- Colbert, F, y Cuadrado, M. 2003. *Marketing de las artes y la cultura*. Barcelona: Ariel.
- Cuadrado, M. y Berenguer, G. 1993. *El consumo de servicios culturales*. Madrid: ESIC.
- Cuadrado, M. 1998. "Los Beneficios Buscados como Criterio de Segmentación en el Sector de las Artes Escénicas". *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*. Vol. 4, nº 2, p. 31-43.
- Cuadrado, M. 2000. "Consumo de Actividades Teatrales y Musicales. Hacia una Tipología de Espectadores Escénicos". *Distribución y Consumo*, nº 51 (abril-mayo), p. 118-125.
- Cuadrado, M. 2001. "La Gestión de Marketing en las Entidades Escénicas. Una Evidencia Empírica". *Dirección y Organización* nº 25, p.80-88.
- Cuadrado, M. y A. Mollá. 2000. «La Relación Consumidor-Artes: un Equilibrio entre Satisfacción de Necesidades y Libertad Creativa». *Estudios sobre Consumo*, nº 53, p. 23-32.
- Ministerio de Cultura. 1996. *Cultura en Cifras*. Madrid: Secretaría General Técnica.
- Ministerios de Educación, Cultura y Deporte. 2002. *Las Cifras de la Cultura en España*. Madrid: Secretaría General Técnica.
- Sociedad General de Autores y Editores. 2000. *Informe SGAE sobre Hábitos de Consumo Cultural*. Madrid: Fundación Autor.
- Sociedad General de Autores y Editores. 2005. *Anuario SGAE de las Artes Escénicas, Musicales, y Audiovisuales*. Madrid: Fundación Autor.

X.- METODOLOGÍA

El enfoque pedagógico de las sesiones prácticas se basa en la metodología del caso. De este modo, en clase, se presentará extensivamente el caso y se analizará desde la metodología hasta las implicaciones estratégicas y de marketing. Los proyectos de trabajo se realizarán de modo individual, mientras que los casos en clase se resolverán de modo grupal. Así mismo, se analizarán informes sobre el mercado cultural para vincularlos con las estrategias de organización y marketing. Y de modo complementario, se obtendrá información de bases de datos e Internet para mejorar las competencias y habilidades de búsqueda de información de los alumnos.

XI.- EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

La evaluación de los conocimientos adquiridos así como el control del aprendizaje se desarrollará del siguiente modo:

- Al alumno se le evaluará tanto de los trabajos que entregue grupalmente como individualmente (100%) en clase.