

**FITXA IDENTIFICATIVA****Dades de l'Assignatura**

Codi	43410
Nom	Planificació cultural
Cicle	Màster
Crèdits ECTS	2.0
Curs acadèmic	2022 - 2023

Titulació/titulacions

Titulació	Centre	Curs	Període
2155 - M.U. Gestió Cultural 12-V.2	Facultat de Ciències Socials	1	Primer quadrimestre

Matèries

Titulació	Matèria	Caràcter
2155 - M.U. Gestió Cultural 12-V.2	6 - Planificació cultural	Obligatòria

Coordinació

Nom	Departament
ABELED0 SANCHIS, RAUL	110 - Economia Aplicada

RESUM

Planificació Cultural és una assignatura obligatòria que s'imparteix en el primer quadrimestre del master en Gestió Cultural. La seua dedicació acadèmica és de 2 crèdits ECTS. Aquesta assignatura té com a principal objectiu endinsar a l'estudiant en un enfocament innovador del management (direcció estratègica), el qual pot aplicar-se, sens dubte, al context específic de les arts i la cultura. El desenvolupament d'aquesta assignatura permetrà a l'estudiant familiaritzar-se amb les eines bàsiques de la direcció estratègica, la qual cosa li permetrà poder realitzar plans estratègics. Aquests coneixements i aptituds capacitaran a l'estudiant per a la presa de decisions de gestió, tant en el sector de les arts com en la indústria cultural.

D'una manera més específica aquesta assignatura es marca com a objectius que els estudiants:

- Coneguen a fons l'aplicació de la informació del mercat i de l'entorn de l'àmbit cultural i la seua implicació en la direcció estratègica i en la presa de decisions com a sistema d'informació
- Contemplen la utilitat de les eines del management en escenaris reals amb dades reals i reflexionen sobre les seues implicacions.

La consecució dels anteriors objectius ha d'aconseguir-se a partir d'una sèrie de continguts genèrics, que es detallen en apartats posteriors.



CONEIXEMENTS PREVIS

Relació amb altres assignatures de la mateixa titulació

No heu especificat les restriccions de matrícula amb altres assignatures del pla d'estudis.

Altres tipus de requisits

No es requereixen

COMPETÈNCIES

2155 - M.U. Gestió Cultural 12-V.2

- Saber detectar les necessitats de mercat pel que fa al sector de serveis culturals.
- Saber dissenyar i dirigir campanyes de màrqueting i comunicació aplicables a l'activitat de la gestió cultural.
- Saber realitzar planificacions de desenvolupament cultural aplicades a una comunitat determinada.
- Saber organitzar àrees i serveis en el si d'organitzacions relacionades amb la cultura.
- Que els estudiants sàpiguen aplicar els coneixements adquirits i la seua capacitat de resolució de problemes en entorns nous o poc coneguts dins de contextos més amplis (o multidisciplinaris) relacionats amb la seua àrea d'estudi.
- Que els estudiants siguen capaços d'integrar coneixements i afrontar la complexitat de formular judicis a partir d'una informació que, sent incompleta o limitada, incloga reflexions sobre les responsabilitats socials i ètiques vinculades a l'aplicació dels seus coneixements i judicis.
- Que els estudiants sàpiguen comunicar les conclusions (i els coneixements i les raons últimes que les sustenten) a públics especialitzats i no especialitzats d'una manera clara i sense ambigüitats.
- Posseir i comprendre coneixements que aportin una base o oportunitat de ser originals en el desenvolupament i / o aplicació d'idees, sovint en un context de recerca.
- Saber treballar en equip en organitzacions i institucions del sector cultural.
- Planificar a curt, mitjà i llarg termini les necessitats materials i humanes d'una àrea, servici o equip de gestió en institucions i organitzacions culturals.
- Posseir les habilitats necessàries per a idear projectes integrals de gestió cultural.
- Posseir les habilitats necessàries per a planificar projectes integrals de gestió cultural.
- Posseir les habilitats necessàries per a dirigir projectes en gestió cultural.
- Saber avaluar projectes de gestió cultural.
- Saber estructurar un pla estratègic per a una organització o institució cultural.
- Saber elaborar un pressupost en l'àmbit de la gestió cultural.



- Saber organitzar esdeveniments en diversos camps de la gestió cultural.
- Saber redactar un projecte de gestió cultural a nivell professional o un projecte d'investigació aplicat al sector de la Gestió Cultural.

RESULTATS DE L'APRENTATGE

Aquesta assignatura pretén aconseguir els següents resultats d'aprenentatge en els estudiants:

- 1.- Que coneguen a fons l'aplicació de la informació del mercat i de l'entorn de l'àmbit cultural i la seua implicació en l'adreça estratègica i en la presa de decisions com a sistema d'informació
2. Que siguen capaços de presentar solucions i alternatives possibles a situacions problemàtiques generant decisions de management diverses i creatives.
3. Que contemplen la utilitat de les eines del management, i en particular l'anàlisi estratègica, en escenaris reals amb dades reals i reflexionen sobre les seues implicacions

DESCRIPCIÓ DE CONTINGUTS

1. Introducció a la direcció estratègica: conceptes bàsics

L'evolució de l'entorn i la direcció estratègica. L'actitud estratègica. Estratègia: concepte, components i nivells. El procés de direcció estratègica. Les metes estratègiques (missió, visió i valors)

2. La formulació de l'estratègia: cap al pla estratègic

El procés de la direcció estratègica. El diagnòstic estratègic (I): Anàlisi de l'entorn general i específic. Sistemes d'informació per a la planificació estratègica. Segmentació i anàlisi estratègic. El diagnòstic estratègic (II): Anàlisi interna (anàlisi de recursos i capacitats). Lanàlisi DAFO

3. De l'estratègia a l'acció: posada en marxa

Avaluació de l'estratègia: criteris. Implicacions organitzatives de l'estratègia. Implicacions per als Recursos Humans. La comunicació com a factor clau: impacte, posicionament, notorietat. Satisfacció i consum.



VOLUM DE TREBALL

ACTIVITAT	Hores	% Presencial
Classes de teoria	8,00	100
Pràctiques en aula	4,00	100
Estudi i treball autònom	38,00	0
TOTAL	50,00	

METODOLOGIA DOCENT

En el procés d'ensenyament-aprenentatge de "Planificació cultural" s'utilitzaran diferents mètodes docents. Es farà ús de la classe magistral participativa per a exposar a l'estudiant els conceptes més complexos i donar una visió general del tema. En qualsevol cas s'utilitzaran mètodes docents que busquen la implicació de l'estudiant en el seu procés d'ensenyament-aprenentatge. L'elecció d'aquests mètodes es justifiquen perquè afavoreixen la interacció professor-estudiant i la interacció estudiant-estudiant i el que és més important, possibiliten el desenvolupament de les destreses i habilitats socials.

Per a cada sessió els alumnes/as hauran de realitzar un treball previ que es materialitzarà a contestar una sèrie de qüestions relacionades amb la temàtica a tractar en la sessió. Aquest treball previ, realitzat per l'alumne permetrà començar cadascuna de les sessions teòric-pràctiques amb una qüestió a resoldre que incitarà la participació dels alumnes/as per a, a continuació, presentar els conceptes bàsics que s'abordaran en cadascun dels temes. S'acabarà el tema amb un resum destacant quins són els objectius que han de complir-se després de l'estudi d'aquest tema.

En cada sessió s'encoratjarà la participació dels estudiants, perquè així cerquen l'aplicació dels conceptes exposats, al context específic de les entitats culturals

AVALUACIÓ

L'avaluació dels coneixements adquirits així com el control de l'aprenentatge es desenvoluparà de la següent manera:

L'assistència regular a les sessions, així com l'esforç i la qualitat de les intervencions en cadascuna de les sessions (20%).

El lliurament i discussió dels casos analitzats en classe (80%).

REFERÈNCIES



Bàsiques

- Colombo, A. y Roselló, D. (2008). Gestión Cultural. Estudios de Casos. Ariel Patrimonio. Barcelona
- Johnson, G. Aholes, K. y Whittington (2010): Fundamentos de estrategia
- Luna, R. (2009). Gestión Cultural. Análisis de Casos. Promolibro. Valencia

Complementàries

- 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
- Grant (2006): Dirección estratégica: Conceptos, técnicas y aplicaciones. Thomson
- Sociedad General de Autores y Editores. 2005. Anuario SGAE de las Artes Escénicas, Musicales, y Audiovisuales. Madrid: Fundación Autor
- Martinez, D. y Milla, A. (2005): la elaboración del plan estratégico y su implantación a través del cuadro de mando integral