



MBA EN EMPRESAS E INSTITUCIONES CULTURALES

Organizan

Santillanaformación[•]



UNIVERSIDAD
D SALAMANCA

Colabora



Hoy la cultura es algo más que valor patrimonial: es un activo estratégico de desarrollo social y la base de una importante realidad económica. Los recientes cambios en los hábitos de consumo cultural y las cifras de las industrias culturales son una demostración de esta tendencia.

La complejidad de estos cambios implica la aplicación de modelos de financiación y de gestión nuevos, unos modelos donde puedan asociarse iniciativas públicas con iniciativas privadas bajo fórmulas de colaboración.

A su vez, estas necesidades demandan un tipo de profesional para desarrollar proyectos culturales, tanto en la esfera pública como en la privada.

EL MBA EN EMPRESAS E INSTITUCIONES CULTURALES de Santillana Formación tiene el objetivo de formar el modelo de gestor cultural para el siglo XXI.



Programa

Áreas de formación

El programa tiene un núcleo de formación en gestión empresarial propio de MBA, sobre el cual se ofrece un estudio pormenorizado del sector cultural.

La impartición de estos contenidos no tendrá carácter lineal, sino modular, de forma que se podrán ajustar en el tiempo y en dimensión según el criterio de los directores.

1. El papel de la cultura en la nueva sociedad

- Cultura, desarrollo y economía.
- Organizaciones no lucrativas.
- La Unión Europea y la cultura.
- Tendencias de las industrias culturales en el marco de la Sociedad de la Información.

2. La administración de la empresa cultural

- Presentación y proceso de creación de una empresa.
- Dirección y gestión de los Recursos Humanos en la empresa.
- Estructura organizativa de la empresa: entorno, estrategia y planificación.

3. Gestión financiera y económica de la empresa cultural

- Gestión contable: análisis, cuentas y presupuestos.
- Gestión y dirección financiera.
- Aspectos jurídicos y legales.

4. Los perfiles profesionales

- Creadores.
- Comisarios y galeristas.
- Libreros.
- Periodistas culturales.
- Publicistas.
- Productores.
- Empresarios.
- Gestores.

5. Los productos culturales

- Artes escénicas.
- Industria musical.
- El libro.
- La Radio.
- La Televisión.
- Exposiciones y actos culturales.
- Conmemoraciones.
- Festivales.
- Nuevos productos.

6. Los públicos y el marketing de la cultura y las artes

- Estudios de mercado y análisis y comportamiento de público y audiencias.
- Investigación de mercados: metodología y aplicación.
- Marketing de fidelización de clientes.
- Marketing de la cultura.
- Dirección de comunicación: publicidad, marketing y medios de comunicación.

7. Los canales de distribución

- Exhibición: museos, espacios escénicos y salas de cine.
- Difusión: centros culturales públicos, centros culturales privados, universidades e Internet.
- Distribución: cadenas especializadas, medios de comunicación y ferias.



Equipo Académico

Dirección del Master

- **Jorge Díez Acón.** Ha sido Director General de Promoción Cultural de Castilla-La Mancha, Jefe del Servicio de Cultura del Injuve y asesor de los ministros Jordi Solé Tura y Carmen Alborch. Dirige el programa de arte público Madrid Abierto.
- **Ángel Badillo.** Profesor Titular del Departamento de Sociología y Comunicación. Universidad de Salamanca. Anteriormente profesor de Syracuse University y especialista en la investigación de industrias culturales.

Tutoría y coordinación

- **Ana I. Velasco Rebollo.** Gestora cultural. Socia fundadora de Trama Gestión Cultural y Turística S.L. y gerente de la Asociación Española de Gestores de Patrimonio Cultural (AEGPC).

Profesores

1. El papel de la cultura en la nueva sociedad

- **Carlos Alberdi.** Director General de Cooperación y Comunicación Cultural del Ministerio de Cultura.
- **Luis Alfonso Albornoz.** Coordinador editorial de la Revista TELOS, de Fundación Telefónica de España y profesor del Departamento de Periodismo y Comunicación Audiovisual de la Universidad Carlos III de Madrid.
- **Ángel Badillo.** Profesor Titular del Departamento de Sociología y Comunicación. Universidad de Salamanca.
- **José Antonio del Campo.** Director del Bufete José A. del Campo Abogados.
- **José Antonio Fernández.** Analista de la firma de Estudios de Política Exterior de España.
- **Víctor Fernández Blanco.** Profesor titular de Fundamentos de Análisis Económico del Departamento de Economía de la Universidad de Oviedo.

- **Francisco Galindo.** Secretario general de la Fundación Autor.
- **Francesc Muñoz.** Profesor de Geografía Urbana de la Universitat Autònoma de Barcelona.
- **Maribel Serrano.** Directora general de la Sociedad Estatal para la Acción Cultural en el Exterior (SEACEX).

2. La administración de la empresa cultural

- **Esther del Brío.** Profesora titular del Departamento de Administración y Economía de la Empresa de la Universidad de Salamanca.
- **Joaquín Elena Peña.** Profesor titular Escuela Universitaria del Departamento Psicología Social y Antropología de la Universidad de Salamanca.
- **Francisco Javier Forcadell.** Profesor de la Universidad Rey Juan Carlos.
- **David Hernández Montesinos.** Consultor cultural. Ex director general de ABAC, Abacus Iberia S.A. y ex director de Marketing de Fnac.
- **Jordi Martí.** Subdirector gerente del Centro de Cultura Contemporánea de Barcelona.
- **Ángel Mestres.** Director gerente de Trànsit Proyectos Culturales.
- **Julio Pindado.** Catedrático de Economía Financiera y Contabilidad de la Universidad de Salamanca.
- **Ignacio Santillana.** Director de Planificación Estratégica del Grupo PRISA.
- **José David Vicente.** Profesor del Departamento de organización de Empresas de la Universidad de Salamanca.

3. Gestión financiera y económica de la empresa cultural.

- **Fernando Carbajo.** Profesor titular y asesor jurídico en temas de Propiedad Intelectual en el Servicio de Publicaciones de la Universidad de Salamanca.



- **Andrés Casián.** Dirección Fiscal y Económico Financiera de Quality Conta.
- **Alberto de Miguel.** Catedrático de Economía Financiera de la Universidad de Salamanca.
- **Dionisio García.** Director de control de gestión del Grupo Santillana.
- **José Manuel Gómez Bravo.** Director del Propiedad Intelectual del Grupo PRISA.
- **Agustín González.** Abogado y socio del Bufete Uría y Menéndez.
- **Pablo Hernández.** Director de los Servicios Jurídicos de la SGAE.

4. Los perfiles profesionales.

- **Carlota Álvarez Basso.** Directora de proyectos de la Sociedad Estatal de Conmemoraciones Culturales (SECC).
- **Fernando Bercebal.** Pedagogo y socio del Proyecto Ñaque y la librería la Avispa.
- **Santiago Cirugeda.** Arquitecto y artista visual.
- **Carlos Cuadros.** Director de Escena Turística S.L.
- **Mariano de Paco.** Director teatral y gerente del Festival de Teatro de Almagro.
- **Rafael Doctor.** Director del MUSAC de León.
- **Horacio Fernández.** Profesor de la Facultad de Bellas Artes de Cuenca y director artístico de PhotoEspaña 2004-06.
- **Lourdes Fernández.** Directora de ARCO.
- **Alberto Fesser.** Socio de La Fábrica y Director de Notodo.com.
- **Tomás Garrido.** Músico, Director de orquesta y Compositor.
- **Rocío Gracia y Sergio Rubira.** RMS La Asociación.
- **Florenci Guntín.** Secretario general de la Asociación de Artistas Visuales de Cataluña y Coordinador de la Unión de Asociaciones de Artistas Visuales.
- **Gervasio Iglesias.** Director de Zanfoña Móvil.



- **José Monleón.** Director del Instituto Internacional de Teatro del Mediterráneo y del Festival Madrid Sur.
- **Santiago Muñoz.** Director de proyectos de Arte y Cultura de la Fundación Telefónica.
- **Álvaro Rey.** Director de Arte de Walkman.
- **Fito Rodríguez.** Comisario de exposiciones.
- **Ana Torres Puado.** Jefa de Publicidad de ONO.
- **Jorge Varela.** Gerente de la Escuela de Cinematografía y del Audiovisual de Madrid (ECAM).

5. Tipología de los productos culturales

- **Maruca Carmona.** Productora de cine.
- **Álvaro de Torres.** Director general de Warner Chapell.
- **Javier Díez Ballesteros.** Director de Radio 3 de RNE.
- **Enrique Gámez.** Director del Festival de Música y Danza de Granada.
- **Emilio Gil.** Director creativo de TAU diseño para la comunicación.
- **Julia Gómez Cora.** Directora general de Stage Entertainment en España.
- **Juan González.** Director general de Ediciones Generales del Grupo Santillana en España.
- **Alina Iraizoz.** Directora del programa de cultura contemporánea Metrópolis de la 2 de TVE.
- **Josep María Martí.** Director de la Cadena SER en Cataluña.
- **Alberto Martín.** Coordinador de programación en el Servicio de Actividades Culturales de la Universidad de Salamanca. Crítico y comisario de exposiciones.
- **Juan Antonio Moral.** Director de producción de la empresa de gestión de eventos y espectáculos Sold Out.
- **Jesús Moreno.** Director de Jesús Moreno & Asociados y de Ediciones Sins Entido.
- **Juan Carlos Rodríguez.** Jefe de producción del programa radiofónico Hoy por Hoy de la Cadena SER.



- **Ángel Sala.** Director del Festival de Cine de Sitges.
- **Teresa Velázquez.** Directora de contenidos del Matadero de Madrid.

6. Los públicos y el Marketing de la cultura y las artes

- **Ricardo Antón.** Codirector de Amasté Comunicación.
- **Miguel Cervantes Blanco.** Profesor titular de Comercialización e Investigación de Mercados del Departamento de Administración y Economía de la Empresa de la Universidad de León.
- **Ignacio del Corro.** Director general de Bernini Comunicación & Marketing.
- **Óscar González Benito.** Catedrático de Comercialización de la Universidad de Salamanca.
- **Pilar Granados.** Directora general de Millward Brown CIMEC.
- **Rosa Hernández Maestro.** Profesora ayudante de Comercialización de la Universidad de Salamanca.
- **Libia Santos.** Profesora titular de Comercialización e Investigación de Mercados del departamento de Administración y Economía de la Empresa de la Universidad de Salamanca.
- **Joost van Nispen.** Presidente del Instituto de Comercio Electrónico y Marketing Directo (ICEMD).

7. Los canales de distribución

- **Alejandro Colubi.** Presidente de la Asociación de Locales de Teatro.
- **Christophe Deshayes.** Director general de Fnac España.
- **Rosina Gómez Baeza.** Directora de la Fundación La Laboral-Centro de Arte y Creación Industrial de Asturias y Presidenta del Instituto de Arte Contemporáneo.
- **José Guirao.** Director de la Casa Encendida.
- **Hilario Hernández.** Director de la Fundación Germán Sánchez Ruipérez.
- **Luis Olmos.** Director del Teatro de la Zarzuela de Madrid.

La dirección del Máster de reserva el derecho a realizar las modificaciones oportunas en el programa y equipo docente.

El MBA en Empresas e Instituciones Culturales de Santillana Formación

tiene el objetivo de formar el modelo de gestor cultural para el siglo XXI



Información del Máster

Titulación

MBA en Empresas e Instituciones Culturales. Título emitido por la Universidad de Salamanca.

Dirigido a

- Profesionales del mundo de la cultura que deseen mejorar su gestión, integrando conocimientos sobre administración de empresas y visión global del panorama cultural: responsables del área de Cultura en Administraciones Públicas, redes de museos locales y nacionales, centros culturales, profesionales de empresas en pequeñas y grandes industrias de la cultura y la comunicación, así como en fundaciones, empresas de cualquier sector con actividad de patrocinio y mecenazgo, agencias de desarrollo cultural, profesionales independientes de la gestión cultural o de sectores relacionados con la misma, tales como agencias de comunicación, organización de eventos o marketing cultural que deseen mejorar su formación.
- Licenciados que deseen incorporarse al área de gestión en el ámbito de la cultura.

Metodología

El programa está constituido por clases teóricas, conferencias, estudios y análisis de casos, creación y presentaciones de proyectos, así como visitas a espacios culturales y prácticas en empresas e instituciones, pudiendo variar la metodología según la naturaleza de los módulos. Los alumnos trabajarán en equipo para la resolución de los casos prácticos y el desarrollo del proyecto final de gestión cultural, con el apoyo de tutores.

El e-Campus constituye una plataforma de información y conocimiento como recurso complementario a la docencia presencial, y un medio de comunicación entre los alumnos. A través de este espacio virtual

se podrán intercambiar ideas, compartir conocimientos, información, novedades y experiencias.

Evaluación

La evaluación consiste en la realización de trabajos durante el curso y la creación y defensa del proyecto fin de máster. Para la obtención del título se requiere, además, una asistencia a clase no inferior al 85% del total de horas del programa.

Duración y horarios

Un año académico, con un total de 500 horas, equivalentes a 50 créditos repartidos en horas lectivas, prácticas o *Project in company* si se trata de alumnos que ya trabajan y creación y realización del proyecto fin de máster con sus correspondientes sesiones de tutoría. Horario compatible con la actividad profesional, en fin de semana: viernes de 16 a 21 h y sábados de 9 a 14 h

Lugar

Las clases se desarrollan en el Centro Español de Nuevas Profesiones (CENP), C/ Joaquín María López nº 62, Madrid. Excepcionalmente, fuera del Centro, en espacios culturales públicos o privados.

Admisión y derechos de matrícula

Los candidatos deben ser titulados universitarios, preferentemente con experiencia en el sector, aunque se admitirán titulados sin experiencia. Los candidatos enviarán, junto a su currículum, un breve texto explicando los objetivos que desean conseguir cursando el máster. La selección se hará por currículum, respetando el orden de llegada de solicitudes, y mediante una entrevista personal con los directores del programa.

Información, preinscripción y matrícula

Santillana Formación

Teléfono: 902 215 513

master@santillana.es

www.santillanaformacion.com/masters



Colaboran en prácticas y bolsa de trabajo

CENTRO CULTURAL CONDE DUQUE
CIMEC MILLWARD BROWN
FUNDACIÓN ATMAN
FUNDACIÓN BAREMBOIM-SAID
LA FÁBRICA
MEDIALAB
SOCIEDAD ESTATAL DE CONMEMORACIONES
CULTURALES (SECC)
AGENCIA ESPAÑOLA DE COOPERACIÓN
CULTURAL (AECI)
SOLD OUT
ESCUELA DE MÚSICA CREATIVA

CENTRO CULTURAL DE CAJA CANTABRIA
ECAM, ESCUELA DE CINEMATOGRAFÍA Y DEL
AUDIOVISUAL DE MADRID
TEATRO ESPAÑOL
FESTIVAL DE TEATRO DE ALMAGRO
LIBRERÍA DE TEATRO LA AVISPA
INSTITUTO DE CULTURA ITALIANO
MADRID ABIERTO
FUNDACIÓN INSTITUTO DE CULTURA DEL SUR
REAL ESCUELA SUPERIOR DE ARTE DRAMÁTICO
(RESAD)
LA NOCHE EN BLANCO

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL MENÉNDEZ
PELAYO
JESÚS MORENO & ASOCIADOS
ARTELEKU
CENTRO CULTURAL MONTEHERMOSO
MUSEO DE CERÁMICA GONZÁLEZ MARTÍ
MATADERO MADRID
SOCIEDAD ESTATAL PARA LA ACCIÓN CULTURAL
EN EL EXTERIOR (SEACEX)
FUNDACIÓN AUTOR



Organizan

Santillanaformación[®]

C/ Torrelaguna, 60
28043 Madrid
Teléfono: 902 215 513
master@santillana.es
www.santillanaformacion.com/masters



UNIVERSIDAD
DE SALAMANCA

Colabora

