


MBA  
EN EMPRESAS  
E INSTITUCIONES  
CULTURALES



Universidad de Salamanca

**Santillana**formación<sup>®</sup>



El papel de la cultura en las sociedades desarrolladas ha cambiado de forma sustancial en las últimas décadas. 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 en el papel social de la cultura implica que progresivamente todos los procesos, tanto de creación, como de producción, conservación y difusión del hecho cultural, precisen de la aplicación de modelos de financiación y de gestión nuevos, unos modelos donde puedan asociarse iniciativas públicas con iniciativas privadas elaboradas en fórmulas de colaboración.

A su vez, estas necesidades demandan mayor rigor en el desarrollo de los procesos y modelos de gestión. Resulta cada vez más esencial la formación de un tipo de profesional para desarrollar proyectos culturales, tanto en la esfera pública como en la privada. El perfil profesional de estos gestores debe combinar la visión global y las herramientas de gestión propias de la actividad empresarial, con un conocimiento riguroso de las características y problemáticas comunes en cada uno de los sectores culturales.

El primer MBA en Empresas e Instituciones Culturales es la respuesta de Santillana Formación a esa necesidad, un máster que nace con 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 clásico 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. Introducción

- Presentación y metodología.
- Desarrollo del sector empresarial e industrial de la cultura.
- Políticas culturales.
- La cultura en la Unión Europea.
- El contexto español.
- Industrias culturales.
- Mercado y cultura.
- Empresas de servicios y de producción no seriada.
- Organizaciones no lucrativas.
- La captación de recursos para el desarrollo de proyectos culturales.
- Los nuevos emprendedores.

### 2. Dirección y gestión de las empresas e instituciones culturales (teoría y casos)

- Tipologías de instituciones, empresas e industrias culturales.
- Planificación estratégica.
- Diseño, gestión y evaluación de proyectos.
- Gestión financiera y económica.
- Organización y recursos humanos.
- Aspectos jurídicos y legales.
- Investigación, desarrollo e innovación. Tendencias.

### 3. Los perfiles profesionales

- Creadores.
- Comisarios.
- Publicitarios.
- Editores.
- Libreros.
- Representantes y managers.
- Empresarios.
- Gestores.
- Productores.
- Agentes de desarrollo.
- Periodistas culturales.
- Críticos de arte.
- Animadores socioculturales.
- La Red.
- Gabinetes didácticos.

### 4. Los productos culturales: tipología de los productos

- Tipología de los productos.
- Artes escénicas (teatro y danza).
- Proyectos musicales.
- Cine.
- Libro.
- Radio y televisión.
- Exposiciones.
- Festivales.
- Conmemoraciones.
- Patrimonio.
- Nuevos productos.
- Premios y concursos.

### 5. Los públicos de la cultura

- Hábitos culturales y de consumo de productos culturales.
- El consumo cultural y de ocio.
- Mercados emergentes.
- Tendencias en los hábitos de consumo cultural.
- Estudios de mercado y análisis y comportamiento de público y audiencias.
- Características del consumo cultural.
- Investigación y estudios de necesidades culturales.

### 6. Los canales de distribución

- Exhibición: museos y exposiciones, salas de cine, espacios escénicos, la Red.
- Difusión: centros culturales públicos, centros culturales privados, centros de arte, circuitos comerciales y públicos.
- Distribución: pequeño comercio, galerías, casas de subastas, cadenas especializadas, ferias.
- Distribución de productos culturales en los medios: suplementos culturales, programas de televisión, promociones culturales en prensa.
- Distribución de productos culturales en Internet.

### 7. El marketing de la cultura y las artes

- Dirección de comunicación: publicidad, marketing, medios de comunicación.
- Eventos.
- Marketing relacional, fidelización de públicos.
- Marketing de las artes y la cultura.
- Patrocinio y mecenazgo.
- Marketing institucional.



# Equipo Académico

## Dirección del Máster

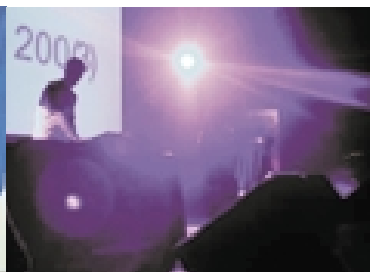
- **Elena Angulo Aramburu.** Consultora independiente en Gestión Cultural, exDirectora Gral. de Cultura de la Junta de Andalucía.
- **José Gómez Isla.** Profesor de Comunicación Audiovisual en la Universidad de Salamanca. Gestor Cultural, Comisario de exposiciones y Crítico de arte.

## Profesores

Expertos en gestión cultural pública y privada, profesores universitarios en áreas de gestión empresarial, humanidades, tecnología y marketing, así como profesionales en ejercicio en las diferentes áreas de gestión cultural pública y privada, y en las industrias culturales. Los tutores de proyecto son profesores con este mismo perfil.

- **Montxo Algora.** Director de ART FUTURA.
- **Cristina Aloviseti.** Directora de Comunicación de FNAC.
- **Vicente Álvarez Areces.** Presidente del Principado de Asturias.
- **Carlota Álvarez Basso.** Directora del Centro de Arte MARCO (Vigo).
- **Mateo Andrés Huesa.** Alcalde de Molinos / Director de la Red de Desarrollo Local de Aragón.
- **Cristina Andreu.** Creadora y Productora de Localia TV.
- **Juan Luis Arsuaga.** CoDirector de Atapuerca.
- **Jimena Blázquez.** Directora de la Fundación NMAC Montanmedio.
- **Alfonso Luis Bravo Juega.** Profesor Titular / Dpto. de Economía e Historia Económica, Universidad de Salamanca.
- **Esther del Brío González.** Profesora Titular de Economía Financiera / Dpto. de Administración y Economía de la Empresa, Universidad de Salamanca.
- **Enrique Bustamante.** Catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad Complutense de Madrid.

- **Concha Busto.** Manager de compañías y Distribuidora.
- **Josep Caminal.** Director General del Liceo de Barcelona.
- **José Carnero.** Director de Kitchen Agencia de Publicidad.
- **Juan Carrete Parrondo.** Director del Centro Cultural Conde Duque, Ayuntamiento de Madrid.
- **Juan Cruz.** Director de la Oficina del Autor / Director de Coordinación Editorial del Grupo PRISA.
- **Carlos Cuadros.** Productor Ejecutivo / Organización de Premios MAX-SGAE.
- **Maria de Corral.** Crítica de Arte y Comisaria Independiente.
- **M.ª Isabel de la Torre Olvera.** Profesora Colaboradora del Departamento de Administración y Economía de la Empresa, Universidad de Salamanca.
- **Álvaro de Torres.** Director General de Warner Chappell.
- **Joaquín Díaz.** Director de la Fundación Joaquín Díaz (Centro Uruña de Valladolid).
- **Anabel Domínguez.** Gerente de la Fundación Yehudi Menuhin.
- **Pep Durán.** Director de la Librería Robafaves.
- **Joaquín Alfonso Elena Peña.** Profesor Titular de Escuela Universitaria / Dpto. de Psicología Social y Antropología, Universidad de Salamanca.
- **Santi Eraso.** Director de Arteleku (Centro de Arte San Sebastián).
- **José Antonio Fernández.** Analista de Políticas Culturales y Educativas.
- **Mariano Fernández Enguita.** Catedrático de Universidad y Director del Dpto. de Sociología y Comunicación, Universidad de Salamanca.
- **Vicente Ferrer.** Director Gerente de la Fundación Isaac Albéniz.
- **Alberto Fesser.** Director del Espacio Cultural La Fábrica.
- **Josep Folch.** Director de Producción del Teatro de la Monnaie (Bruselas).



- **Carmen Garrido.** Responsable de la Mediateca de Caixaforum (Barcelona).
- **José Ignacio Galán Zazo.** Profesor Titular del Dpto. de Administración y Economía de la Empresa, Universidad de Salamanca.
- **Jesús Galende del Canto.** Profesor Titular del Dpto. de Administración y Economía de la Empresa, Universidad de Salamanca.
- **Miguel Gil Peral.** Director de Relaciones Institucionales del Grupo PRISA.
- **Javier Gomá.** Director Gerente de la Fundación Juan March.
- **Rosina Gómez Baeza.** Directora de ARCO.
- **José Manuel Gómez Bravo.** Asesor Jurídico del Grupo PRISA. Codirector del Máster en Propiedad Intelectual del Grupo PRISA. Universidad Carlos III de Madrid.
- **Roberto Gómez de la Iglesia.** Director de Xabide Gestión Cultural.
- **Julia Gómez Cora.** Directora de CIE Stage Holding.
- **Juan González.** Director General de Ediciones Generales del Grupo Santillana.
- **Óscar González Benito.** Profesor Titular en Comercialización e Investigación de Mercados / Dpto. de Administración y Economía de la Empresa, Universidad de Salamanca.
- **Enrique González Macho.** Empresario de la industria cinematográfica.
- **José Luis González Vallvé.** Director de la Oficina de la Unión Europea de Madrid.
- **Diana Gray.** Coordinadora Técnica de la Fundación Mies van der Rohe.
- **Manuel Gutiérrez Aragón.** Director de Cine.
- **Begoña Gutiérrez San Miguel.** Profesora Titular del Dpto. de Sociología y Comunicación y Directora del Gabinete de Comunicación y Protocolo, Universidad de Salamanca.
- **Hilario Hernández.** Director de la Fundación Germán Sánchez Ruipérez (Centro Peñaranda de Bracamonte).
- **David Hernández Montesinos.** Director de Marketing de Cliente de FNAC y Consultor en gestión y dirección de proyectos culturales.
- **Gervasio Iglesias.** Director Gerente de La Zanfoña Móvil.
- **Rosa Lagarrigue.** Manager de artistas y compañías.
- **Fernando Lara.** Director del Festival de Cine de Valladolid (SEMINCI).



- **Claudia Larraguibel.** Directora de Contenidos Web de FNAC / Clubcultura.com.
- **José Ramón Lasuén.** Catedrático de Economía Aplicada de la UAM y Director de Investigación de Consumo Cultural.
- **Stéphane Lissner.** Director del Festival de Aix-en-Provence.
- **Tomás Llorens.** Director Gerente del Museo Thyssen-Bornemisza.
- **Belén Lozano García.** Profesora Titular de Economía Financiera del Dpto. de Administración y Economía de la Empresa, Universidad de Salamanca.
- **Juan Ignacio Macua.** Director de Macua y García Ramos / Producción de Exposiciones.
- **Jordi Martí.** Subdirector del CCBC y Coordinador del Plan Estratégico del sector cultural de Barcelona.
- **Alberto Martín Expósito.** Director Ejecutivo de la Capitalidad Europea de la Cultura Salamanca 2002.
- **Emiliano Martínez.** Presidente de la Fundación Santillana.
- **José Luis Melendo.** Presidente de PROCURA (Asociación de Gestores Culturales de Aragón).
- **Luis Mendo.** Músico y compositor.
- **Ángel Mestres.** Director Gerente de Tránsit Projectes.
- **Ángela Molina.** Directora de Ciberart Bilbao.
- **Juan Antonio Moral.** Director de SOLD OUT Producción Eventos.
- **Rosa Olivares.** Directora de Exit.es, Exit Book y Exit Express.
- **Rafael Ortiz.** Director de la Galería Rafael Ortiz (Sevilla).
- **Carles Padrissa.** La Fura dels Baus.

# El primer MBA en Empresas e Instituciones Culturales de Santillana Formación

nace con el objetivo de  
formar el modelo de gestor  
cultural para el siglo  
veintiuno

- **Juan Antonio Pérez Millán.** Director de la Filmoteca de Castilla y León y Profesor Asociado del Dpto. de Bellas Artes e Historia del Arte. Universidad de Salamanca.
- **Julio Pindado García.** Profesor Titular de Economía Financiera del Dpto. de Administración y Economía de la Empresa, Universidad de Salamanca.
- **Cristina Pita Yáñez.** Profesora Titular de Fundamentos del Análisis Económico del Dpto. de Economía e Historia Económica, Universidad de Salamanca.
- **José Carlos Plaza.** Director de Teatro.
- **Francisco Puche.** Director de la Librería Proteo (Málaga).
- **Antonio Puig.** Asesor de Comunicación del Ayuntamiento de Barcelona y Experto en Gestión Cultural.
- **Josep Ramoneda.** Director del Centro de Cultura Contemporánea de Barcelona (CCCB).
- **Luis Reverter.** Director General de la Fundación La Caixa.
- **Javier Rioyo.** Director de la Productora TV Storm Comunicación.
- **Fernando Rodríguez Lafuente.** Director de ABC Cultural.
- **José Antonio Ruiz.** Coreógrafo.
- **Antonio Sáenz de Miera.** Director de la Fundación San Benito de Alcántara.
- **José Luis Sáinz.** Director General de Prisacom.
- **Ignacio Santillana.** Director de Planificación Estratégica del Grupo PRISA.
- **Libia Santos Requejo.** Profesora Titular en Comercialización e Investigación de Mercados del Dpto. de Administración y Economía de la Empresa, Universidad Salamanca.
- **Miguel Satrústegui Gil-Delgado.** Secretario General del Grupo PRISA.
- **Antonio Saura.** Productor de Cine.
- **Ana Sedano.** Gerente de GEC / Gestión del Conocimiento del Grupo UOC.
- **Joost Van Nispen.** Presidente del ICEMD.
- **Luis Vázquez Suárez.** Profesor Titular de Organización de Empresas del Dpto. de Administración y Economía de la Empresa, Universidad de Salamanca.
- **José David Vicente.** Profesor Titular de Organización de Empresas del Dpto. de Administración y Economía de la Empresa, Universidad de Salamanca.



# 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 créditos

La duración es de un año académico, comprendido de octubre a junio.

El programa consta de un total de 500 horas (50 créditos), de las cuales 350 son lectivas y 150 se distribuyen entre prácticas, trabajos y proyecto fin de máster.

Horario compatible con la actividad profesional. Las clases se imparten 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 Universitario Villanueva, C/ Claudio Coello 11, 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.

El máster admitirá un mínimo de 20 y un máximo de 35 alumnos por grupo.

El importe de la matrícula es de 6.500 euros, incluyendo material docente y seguro para los alumnos. Existen modalidades de pago fraccionado, así como descuentos para empresas e instituciones.

## Información, preinscripción y matrícula

### Santillana Formación

Teléfono: 902 215 513

[www.santillanaformacion.com](http://www.santillanaformacion.com)

[master@santillana.es](mailto:master@santillana.es)





Universidad de Salamanca

**Santillana**formación<sup>®</sup>

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