

Cámaras
Fundación INCYDE

Programa de Creación y Consolidación de Empresas de Industrias Culturales y Creativas



UNIÓN EUROPEA
Fondo Social Europeo
Invierte en tu futuro

ÍNDICE

- Introducción
- Objetivos del Programa
- Características del Programa
- 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 programa 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 PROGRAMA

- 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 la actividad empresarial tratadas en los diferentes módulos.

3.- CARACTERÍSTICAS DEL PROGRAMA

Destinatarios

- Empresarios y responsables de pequeñas empresas culturales y creativas.
- Emprendedores que cuenten con un proyecto definido en el ámbito cultural y creativo.

El proyecto deberá orientarse a la producción, distribución y/o comercialización de bienes culturales en los siguientes ámbitos: el cine, las artes audiovisuales, la edición de libros, las artes escénicas, la pintura, la escultura, la fotografía, la música, la arquitectura, el diseño, la moda, nuevos géneros creativos multimedia, industrias de contenidos digitales de ocio y audiovisual y cualquier otra manifestación artística con vocación de permanencia.

Número de participantes

- Por cada PROGRAMA, entre veinte 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 programa

- La duración total del programa es de ocho semanas (doscientas cincuenta horas), con un 15% del tiempo lectivo presencial en aula con todos los participantes, (un máximo de tres tardes a la semana en horario adaptado a los horarios profesionales de los participantes).
- El 85% del horario establecido se desarrollará en tutorías individuales de una hora y media semanal para 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 el tiempo lectivo presencial en aula, se desarrollarán los siguientes módulos formativos que integran el curso:

- Dirección estratégica y el papel de la cultura en la nueva sociedad.
- Marketing y comercialización. Los públicos de la cultura y las artes.
- Gestión financiera y económica.
- La administración de la empresa cultural. Aspectos jurídicos y fiscales.
- Prevención, medio ambiente, sostenibilidad e igualdad de oportunidades.
- 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.

Además, los alumnos contarán con el apoyo de una Plataforma de Teleformación, en la que tendrán disponibles los materiales de formación, y a través de la cual podrán ponerse en contacto con los tutores, una vez finalizado cada módulo "presencial".

5.- CONTENIDO DE LOS MÓDULOS DEL PROGRAMA

Dirección estratégica y el papel de la cultura en la nueva sociedad.

- Introducción al programa
- El contexto cultural, los procesos generales y las principales tendencias del panorama internacional y nacional.
- El papel de la cultura como motor de desarrollo económico, social y de cohesión.
- Las características de las industrias culturales y de las distintas instituciones que intervienen en el ámbito cultural.
- Las políticas culturales.
- Cultura y economía.
- Tendencias de las industrias culturales en el marco de la sociedad de la información.

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

- Oportunidades generadas en la exportación e internacionalización de productos culturales.
- Los hábitos de consumo cultural de la población.
- 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.
- Estrategias de marketing y comunicación para afianzar los productos y servicios culturales.
- Marketing y fidelización de clientes.
- Análisis de la competencia.
- Dirección de la comunicación.
- Comunicación, imagen e identidad.
- Los distintos tipos de comercialización.
- Mecanismos de exhibición y difusión de los diferentes productos culturales.
- Estrategias de distribución.

- Funcionamiento de los canales específicos de cada sector cultural.
- Promociones de productos culturales en los medios de comunicación.
- Cadenas especializadas.
- Eventos, ferias y festivales.

Gestión financiera y económica.

- Estructura financiera básica de la empresa cultural.
- Gestión contable: análisis, cuentas y presupuestos.
- Análisis de balances.
 - ✓ Cuentas anuales y análisis de estados financieros.
 - ✓ Presentación de presupuestos.
- Gestión y dirección financiera.
- Fuentes y mecanismos de financiación empresarial (públicos/privados).
- Información sobre ayudas y subvenciones gestionadas por el Ministerio de Cultura (Línea de financiación "ICO – Industrias Culturales")

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

- Tipología de la empresa e industria cultural.
- Tipología de la empresa y Plan de negocio.
- Estructura organizativa.
- Entorno y estrategia.
- La gestión de los recursos humanos.
- Principios de la dirección de personas: liderazgo y motivación.
- Planificación de proyectos.
- Evolución del derecho de autor. Nuevos entornos.
- Ley de Propiedad Intelectual.
- Las entidades de gestión de los derechos de autor.
- Legislación general y específica aplicable a las empresas culturales.
- Tributación y Seguridad Social.
- Modelos de contratos.

Prevención, medio ambiente, sostenibilidad e igualdad de oportunidades.

- Normativa de seguridad.
- Normativa específica.
- Gestión de la calidad en la empresa cultural.
- Responsabilidad social corporativa.
- El medio ambiente y la gestión sostenible en la producción de servicios culturales.
- Requisitos y legislación.
- Necesidades formativas en prevención, medio ambiente e igualdad de oportunidades.
- Accesibilidad y señalización.
- Conciliación de la vida personal y laboral.

Nuevas tecnologías de la información y herramientas informáticas.

- Las tecnologías de la información y la comunicación en la empresa cultural.
- El papel de Internet en la producción, producción y distribución.
- Estudio de necesidades informáticas.
- Diagnóstico de las necesidades informáticas de la empresa cultural.
- Aplicaciones informáticas para las distintas áreas de la empresa cultural.