Universidad de Puerto Rico
Recinto de Río Piedras
Facultad de Humanidades
Programa en Estudios Interdisciplinarios PREI
Maestría en Gestión y Administración Cultural MAGAC

GECU 6205
Administración estratégica de organizaciones culturales

Dr. Pedro Reina Pérez
MAGAC, edificio Pedreira, 3er piso
787-642-0789 (Para mensajes de texto)
787-764-0000 X87529
pedro.reina1@upr.edu

Número de horas /crédito: 45 horas / 3 créditos

Descripción

Estudio de la filosofía, práctica y ética de la administración de entidades culturales. Se examinan los diferentes retos que enfrentan las instituciones culturales con fines y sin fines de lucro, entre ellos: las bases sobre las que se crea y opera una organización cultural, así como sus posibles estructuras administrativas; la formulación de una estrategia y su implantación, incluyendo aspectos como financiamiento, relación con instituciones gubernamentales, desarrollo de públicos, mercadeo y programación; métodos de evaluación y medición de resultados; y las particularidades administrativas de entidades gubernamentales y no gubernamentales relacionadas con la cultura. Estos temas se discutirán en el contexto de organizaciones dedicadas al teatro, la música, el baile, las artes visuales o cualquier otro tipo de expresión cultural.

Objetivos

A tono con la descripción arriba expresada, se aspira a que los estudiantes **logren:**

1. Conocer las principales estructuras administrativas de instituciones culturales tanto del sector público, como del privado.
2. Formular una estrategia para el desarrollo de una institución o empresa cultural.
3. Concebir estrategias para el financiamiento de una institución o empresa cultural.
4. Conocer e implantar técnicas para el desarrollo de públicos.
5. Desarrollar estrategias de mercadeo de las artes.
6. Conocer el procedimiento para el desarrollo de la programación en una institución cultural.

7. Adquirir un entendimiento de las organizaciones sin fines de lucro dentro del contexto social y gubernamental, particularmente de aquéllas dedicadas a la gestión cultural.
8. Conocer la institucionalidad relacionada a la cultura en Puerto Rico y su funcionamiento.
9. Desarrollar e implementar instrumentos de evaluación de la gestión y administración cultural.
10. Preparar una propuesta para atraer fondos para organizaciones artísticas sin fines de lucro.
11. Preparar un plan de negocios para una empresa o entidad artística.
12. Adquirir las herramientas para mirar críticamente el funcionamiento de una institución o empresa cultural y sugerir cambios en la misma.

Bosquejo del contenido y distribución del tiempo

I. Introducción:
Trayectoria histórica de la administración de las artes
Tiempo: 6 horas

II. Instituciones gubernamentales del sector cultural en Puerto Rico
A. La relación entre políticas culturales e institucionalidad de la cultura
B. Organigrama gubernamental de la cultura
C. Retos de la administración pública del sector cultural
Tiempo: 6 horas

III. Gestión y administración de instituciones y empresas culturales
A. Bases legales
B. Financiamiento
C. La intervención del gobierno: retos y oportunidades
D. Desarrollo de públicos
E. Mercadeo
F. Programación
Tiempo: 15 horas

IV. Fundamentos de la administración estratégica
A. La formulación de una estrategia
B. La evaluación externa
C. La evaluación interna
D. Análisis y selección de estrategia
Tiempo: 6 horas

V. Evaluación y análisis crítico de la gestión cultural: principios teóricos y estudios de caso
Tiempo: 12 horas
TOTAL: 45 horas

Estrategias Instruccionales

La experiencia de enseñanza-aprendizaje deberá concretizarse a través de las siguientes estrategias: 1) exposición por parte del profesor o la profesora de conceptos y argumentos clave para la discusión de cada tema; 2) lectura de textos teóricos y estudios de caso; 3) discusión de las lecturas; 4) visita de conferenciantes, los cuales serán personas con amplia experiencia práctica en la gestión y administración cultural; 5) trabajo cooperativo; 6) Presentación de un análisis y reflexión crítica sobre una institución o empresa cultural en Puerto Rico; 7) elaboración de un plan de negocio sobre una institución o empresa cultural; 8) presentación oral del caso; 9) discusión plenaria de los casos.

Recursos de aprendizaje requeridos

Se asignarán lecturas requeridas para la discusión en clase del contenido del curso. El estudiante hará uso de la computadora y de la internet para llevar a cabo su proyecto final y para analizar y expandir sobre algunos de los casos que se discutirán en clases. Cada estudiante identificará dos ensayos en formato electrónico, a partir de una búsqueda de bibliografía. De igual forma, el estudiante necesitará tener acceso a una dirección electrónica para comunicarse vía correo electrónico con su instructor(a), compañeros de clases, entidades artísticas e invitados. El estudiante debe tener acceso a materiales audiovisuales de presentación modernos para la presentación de los casos y/o el plan estratégico que preparará para el curso.

Estrategias de Evaluación

Trabajos por módulo (3)	75%
Trabajo final: Estudio de caso	25%

Sistema de calificación cuantificable A-F

Nota

Los/as estudiantes que reciben servicios de Rehabilitación Vocacional deben comunicarse con el/la profesor/a al inicio del semestre para planificar el acomodo razonable y equipo asistivo necesario conforme las recomendaciones de la Oficina de Asuntos para las Personas con Impedimento (OAPI) del Decanato de Estudiantes. También aquellos/as estudiantes con necesidades especiales que requieren de algún tipo de asistencia o acomodo deben comunicarse con el/la profesor/a.

Temario y calendario

Semana:

19 MAR	Módulo I: **¿Industrias culturales o creativas?**
26 MAR	Trayectoria histórica de la gestión cultural en Puerto Rico
2 ABR	Pensar a PR desde la cultura: Panorama de las OSFL
9 ABR	Informe de CODECU
16 ABR	Módulo II: **Empresas comerciales y empresas sociales**
23 ABR	Medición de resultados: Teoría del cambio y rentabilidad
30 ABR	Panorama de la ley de corporaciones de PR
28 MAR	El plan de negocios y otras herramientas de gestión
7 MAY	Ejemplos de empresas exitosas
14 MAY	Módulo III: **Los planes de negocio como herramienta**
21 MAY	El plan de comunicaciones
28 MAY	*Feriado
4 JUN	Módulo IV: Presentación de planes de negocios I
11 JUN	Presentación de planes II

Bibliografía

Anderton, Malcom y John Pick, *Arts Administration*. 2da edición, E&FN Spon, 1996.

David , Fred R., *Strategic Management*. 8va ed. Prentice-Hall College, 2000.

Dávila, Arlene M., *Sponsored Identities. Cultural Politics in Puerto Rico.* Philadelphia, Temple University Press, 1997.

Organización y funcionamiento de las instituciones públicas de la cultura en Puerto Rico. Informe final de la R. del S. 58. Senado de Puerto Rico Comisión de Educación, Ciencia y Cultura, 5 de junio de 2002.

Pensar a Puerto Rico desde la Cultura. Informe sobre Política Cultural de la Junta de Política Cultural, 20 de junio de 2005.

Robertson, Clive, *Policy Matters: Administration of Art and Culture*. Toronto, Yyz Books Artist's Outlet, 2006.

Bibliografía de referencia

Arribas Urrutia, Amaia, “Los blogs en la comunicación empresarial”. *Diálogos de la comunicación,* Núm 76, enero-junio, 2008.

Barbeito, Carol L., *Human Resource Policies and Procedures for Nonprofit Organizations*. New Jersey, Wiley, 2006.

Birnkraut Gesa, et.al., *An Anatomy of Arts Management*. Hamburg, Institut fuer Kulturkinzepte, 2007.

Brant, Leonardo, *Mercado Cultural.* São Paulo, Escrituras, 2001.

Benedict, Stephen, (editor), *Public Money and the Muse: Essays on Government Funding for the Arts*. New York and London, W.W. Norton & Company, 1991.

Bulingame, D. y Díaz W., *Capacity for change? The Non-Profit World in the Age of Devolution*. Indianapolis, Indiana, University Center on Philanthrophy: Ilchman, Warren F. Editor, 1996.

Caves, Richard. E, *Creative Industries: Contracts between Art and Commerce.* Harvard University Press, 2002.

Coleman, Emma, et.al., *Cultural Economics. Markets and Cultures*. Foundation Press, 2005.

Collins, James and J. I. Porras, "Building Your Company´s Vision", *Harvard Business Review*, September-October 1996.

Dragicevic-Sesic, Milena y Sanjin Dragojevic. *Arts management in turbulent times*. Amsterdam, Boekmanstudies, 2005.

Drucker, Peter, *Managing the Non-Profit Organization*. Harperbusiness, 1992.

Freitas da Costa, Iván, *Marketing Cultural. O Patrocínio de Atividades Culturais como Ferramenta de Construção de Marca.* São Paulo, Atlas, 2004.

Frey, Bruno S., *Arts & Economics: Analysis and Cultural Policy*. 2nd ed. Edition, New York, Springer/Verlag, 2004.

Gelatt, James P., *Managing Non-Profit Organizations in the 21xt Century*. Phoenix, Oryx Press, 1992.

Ginsburgh, V. y David Throsby, *Handbook on the Economics of Art and Culture*. North Holland, 2006.

Greyser, Stephen A., *Cultural Policy and Arts Administration.* Harvard University Press, 1974

Hartley, John, *Creative Industries*. Brisbane, Australia, Blackwell Publishers, 2005.

Hesmondhalgh, David, *The Cultural Industries.* 2nd ed. Edition, London, Sage, 2007

Horwitz, Tem, *Arts Administration: How to Set Up and Run Successful Nonprofit Arts Organizations*. Chicago Review Pr, 1979.

Huggins Balfe, Judith, (editor), *Paying the Piper: Causes and Consequences of Art Patronage.* Urbana and Chicago, University of Illinois Press, 1993.

Ingram, Richard, *10 Responsabilidades básicas de una junta de directores*. Washington, D.C., National Center for Non-Profit Boards, 1994.

Kotler, Neil, *Estrategias y marketing de museos*. Barcelona, Ariel, 2001.

Kushner, C., Barbara & Jacob y Jeanne G., *Fundraising Basics: A Complete Guide.* Maryland, Aspen Publishers, Inc., 2001.

Martin, Daniel, *Guide to Arts Administration Training and Research 1997-1999*. Allworth Pr, 1998.

McDaniel, Thorn, "Defining a New Arts Era". *Harvard Business Review*, September-October 1996.

Melilo, Joseph V. (ed.), *Market the arts: An Anthology of Effective Research, Planning, Implementation and Follow Up*. New York, American Council for the Arts, 1983.

Paine, Lynn Sharp, "Corporate Purpose and Responsibility". *Teaching Note*, Harvard Business School Publishing, November, 1996.

Rentschler, Ruth, *The Entrepreneurial Arts Leader: Cultural Policy, Change and Reinvention*. University of Queensland Press, 2008.

Reiss, Alvin H., *The ReissSource Directory of the Arts*. Chicago, AEB Media, 2005.

Robertson, Ian, *Understanding International Art Markets and Management.* London, Routledge, 2005.

Rolón, Rosalba, *Manual práctico e ilustrado para escribir propuestas y otros padres nuestros*. New York, Professional Publisher Services, 1996.

Rondeau, Alain, "The Transformation of Cultural Organizations: Applications of a Model". *The International Journal of Arts Management*, Vol. 1, Number 3, Spring 1999.

Rowntree, Julia, *Changing the Performance*. London, Routledge, 2006.

Scheff, Joanne and Philiph Kotler, "How the Arts Can Prosper Through Strategic Collaborations". *Harvard Business Review*, January-February 1996.

Stern, Gary J., *Marketing Workbook for Non-Profit Organizations*. St. Paul, Minn., Amberst H. Wilder Foundation, 1992.

Velthuis, Olav, *Talking Prices: Symbolic Meaning of Prices on the Market for Contemporary Art.* Princeton University Press, 2005.

Velthuis, Olav (ed.), *Imaginary Economics. Contemporary Artists and the World of Big Money*. Rotterdam, Nai Publishers, 2005.

Voss, Zainne and G. B. Voss, "Exploring the Impact of Organizational Values and Strategic Orientation on Performance in Not-for-Profit Professional Theatre". *The International Journal of Arts Management*, Volume 3, Number 1, Fall 2000.

Wolf, Thomas y Barbara Carter, *Managing the Non-Profit Organization in the Twenty First Century*. 3ra. ed., Fireside, 1999.

Zubiría Samper, Sergio, et.al, *Conceptos básicos de administración y gestión cultural*. Madrid: OEI, 1998.