



Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación

Carrera: Tecnicatura en Museología

Nombre del curso: Gestión y administración museística

Semestre: 2

Créditos y carga horaria: 13 Créditos, 70 hs aula

Responsable del curso (nombre y cargo): Prof. Adj. Manuel Esmoris

Encargado del curso (nombre y cargo): Prof. Adj. Manuel Esmoris

Otros participantes del curso (nombres y cargos):

Marcar con una cruz las opciones que correspondan:

TIPO DE CURSO	X	ASISTENCIA	X	FORMA DE EVALUACIÓN	X
Teórico	X	Asistencia Libre	X	Parciales	x
				Examen	
				Informe	
				Monografía	
Teórico-práctico		Asistencia obligatoria (75%)		Parciales	
		Asistencia libre		Trabajos prácticos	
		Asistencia a prácticos		Informe	
				Examen	
				Monografía	
Práctico		Asistencia obligatoria (75%)		Parciales/examen	
				Trabajos prácticos	
				Informe	
Seminario		Asistencia obligatoria (75%)		Monografía	
				Informe trabajo	
				pasaje de curso	
				Trabajos prácticos	

Objetivos:

- Que los estudiantes incorporen los principales elementos de la gestión estratégica, comunicación y presupuestación de museos.
- Brindar de manera sistemática ejemplos y casos acabados, con ilustraciones sobre temas directamente relacionados con los puntos del programa a fin que puedan

Contenidos:

Primera parte. Conceptos básicos

Cultura es artes patrimonio y tradiciones.
La gestión cultural es una profesión de servicio.

Relación entre Acervo – Museografía – Museología y Gestión y Administración Museística

Del acervo a los públicos. El énfasis en los ciudadanos (en detrimento de los intereses y gustos personales). El museo una institución de servicio.

Las dos grandes áreas dentro del museo: contenidos culturales y gestión.

Particularidades, puntos de encuentro, zonas y temas de tensión.

La museología como vínculo principal con la gestión museística.

Segunda parte. Análisis del museo como organización

La economía de la cultura y los museos

Análisis del macroentorno y del entorno del museo

Análisis del museo

- Análisis de las FORTALEZAS, DEBILIDADES, OPORTUNIDADES y AMENAZAS. Cuadro FODA
- Análisis de lo que hay que CORREGIR, AFRONTAR, MANTENER y EXPLOTAR. Cuadro CAME

Tercera parte. Planificación estratégica o marketing de museos

Definición de la MISIÓN

Definición de VISIÓN

La segmentación de los públicos

- Previo:

- marketing de masas
- nichos
- Segmentación por
 - edad
 - área geográfica
 - variable demográficas
- Segmentación psicográfica
 - clase social
 - estilo de vida
 - personalidad
- Segmentación de comportamiento
 - Ocasión
 - Beneficios buscados
- Segmentación geodemográfica
- Segmentación organizativa
- Mensurabilidad, representatividad y accesibilidad de los segmentos

Posicionamiento

- La toma de partido por los principales contenidos a divulgar
- La imagen del museo
- El museo como corporación

Cuarta parte. Imagen, comunicación y recursos

Comunicación y promoción

- Creación de la imagen y la marca. Imagen corporativa de los museos
- Comunicaciones en diferentes soportes y formatos
- Relacionamiento con distintos actores (museos, autoridades públicas, instituciones privadas, etcétera)
- Herramientas para el contacto y trato con los medios de comunicación

Captación de fondos. Planificación y estructura de la organización museo

- Patrocinio
- Fondos concursables del Ministerio de Educación y Cultura
- Fondos de incentivo fiscal Ministerio de Educación y Cultura
- Donaciones

- Otros

Quinta parte

Sistema de información y evaluación cuantitativo y cualitativo

- Estadísticas de públicos
- Perfiles de los públicos

Los roles del personal en el museo y el organigrama. Relaciones laborales

Presentación sintética de elementos básicos de contabilidad

Presentación sintética de las normas jurídicas que atañen a los museos en Uruguay

La planificación y su proceso

Presupuestación y control del gasto

La evaluación y su proceso

Bibliografía básica: (incluir únicamente diez entradas)

1. BALLART HERNÁNDEZ, Josep, y Jordi JUAN I TRESERRAS, *Gestión del patrimonio cultural*, Barcelona: Ariel, 2001.
2. COTAS, Pere, *Técnicas de patrocinio y de captación de recursos externos*, Barcelona: Universidad de Barcelona, Ficha de Maestría en Gestión Cultural, 2002.
3. FREY, Bruno, *La economía del arte*, Barcelona: La Caixa, 2000 (capítulos 3, 4 y 10 disponibles en <http://www.ppge.ufrgs.br/GIACOMO/arquivos/econ-cultura/frey-2000.pdf>).
4. KOTLER, Neil, y Phillip KOTLER, *Estrategia y marketing de museos*, Barcelona: Ariel 2001. Libro fundamental.
5. LLUÍS, Eduardo, y Juliá VELLIDA, *Gestión de recursos humanos*, Barcelona: Universidad de Barcelona, Ficha de Maestría en Gestión Cultural, 2002.
6. LORD, Barry, y Gail DEXTER LORD, *Manual de gestión de museos*, Barcelona: Ariel, 1998.
7. MORE, Kevin, y otros, *La gestión del museo*, Gijón: Trea, 1999.
8. PUIG, Toni, *Técnicas de imagen y comunicación*, Barcelona: Universidad de Barcelona, Ficha de Maestría en Gestión Cultural, 2002.

9. VARIOS AUTORES, *Lo público y lo privado en la gestión de museos*, Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 1999.

Año 2012