



Orientación: **Gestión de las Organizaciones**

Taller Optativo: **Emprendedor digital**

Nivel: **6º año**

Duración del curso: **cuatrimestral -1er cuatrimestre-**

Carga horaria: **3 hs cátedra semanales**

Profesores a cargo: **Maximiliano Pérez y Sebastián Torre**

## **I. FUNDAMENTACIÓN**

El proyecto se basa en la certeza de que es posible encauzar el impulso creador y emprendedor en los jóvenes si se les brinda oportunidades para que desarrollen nuevas capacidades y conocimientos, siendo el ámbito educativo uno de los lugares más adecuados para lograr este objetivo y motivarlos a servir a la comunidad.

Teniendo en cuenta que en la actualidad los jóvenes utilizan Internet como un espacio de socialización, ocio y búsqueda de información, nuestra propuesta tiene como objetivo que conozcan y experimenten un nuevo uso: El comercio electrónico. Posiblemente utilicen la Web para comprar productos, pero esta vez, les propondremos estar "del otro lado del mostrador" mediante el diseño y puesta en marcha de una "Tienda Virtual". Se enfatiza que los alumnos podrán conocer y vivenciar el impacto del uso profesional de una herramienta (la tienda virtual) en el desarrollo comercial de un emprendimiento.

## **II. OBJETIVOS**

Promover el Emprendedorismo Digital, mostrando que Internet se puede utilizar como un espacio de formación profesional y desarrollo empresarial.

Que los alumnos realicen su primera experiencia como emprendedores en el mundo digital.

Comprender el aporte del sentido común, la experiencias y los modelos y teorías a los negocios.

Motivar y encauzar el impulso creador y emprendedor de los jóvenes a través de emprendimientos digitales para servir a la comunidad, desarrollando nuevas capacidades y conocimientos.

Que los alumnos puedan reconocer en sí mismos las cualidades de una persona emprendedora y estimularlas.

Que los alumnos aprendan a utilizar algunos modelos simples de negocios.

## **III. CONTENIDOS**

### Emprendedorismo - Enfoque del sentido común y la experiencia

El sentido común en los negocios

La cultura emprendedora en la Argentina

Los casos de éxito y los casos de fracaso

¿Por qué muchos emprendedores fracasan?

Factores claves del éxito y factores claves del fracaso

### Emprendedorismo - Enfoque académico y profesional

Modelos simples de negocios

Diagnóstico interno y externo

Objetivos

Estrategia

Implementación de la estrategia

¿Estudiar negocios garantiza el éxito?

### Sociedad de la Información e Internet

Definición

Brecha digital

Los servicios de internet.

Tendencias presentes y futuras.

### Creación de un sitio web comercial

Registro del dominio

La correcta selección del ISP

Diseño profesional de sitios web

Publicación y testeos

### Comercio electrónico

Definición

La relación entre el comercio electrónico y los negocios electrónicos

Modelos de negocio en la web

Ventajas y desventajas del comercio electrónico.

### Promoción de un sitio web

Cómo atraer más visitantes

Cómo retener usuarios en el sitio web

El momento zero de la verdad

### Medios de pago en comercio electrónico

Los medios de pago

Seguridad en las transacciones

### Logística en el comercio electrónico

Canales de distribución

La logística en el comercio electrónico

Problemáticas

Tecnología de identificación por radiofrecuencia.

## **IV. METODOLOGÍA DE TRABAJO**

Es necesario distinguir entre una parte teórica y una parte práctica.

### Parte teórica

El profesor utilizará las primeras clases para explicar los temas señalados. Asimismo, se aprovechará ese tiempo para resolver las dudas presentadas por los estudiantes.

### Parte práctica

Conocidos los temas, la segunda parte del taller se centra en la aplicación a un caso práctico. Con el diferencial que los alumnos trabajarán con **su propia tienda virtual**. Implica 3 puntos que se señalan a continuación:

Definición de los siguientes aspectos:

Presentación de la empresa.

Objeto.

Descripción de la cartera de productos o servicios.

Descripción de aspectos diferenciales del negocio.

Fuentes de ingresos.

Análisis de mercado

Armado de la tienda virtual: La plataforma utilizada para desarrollar las tiendas será [www.tiendanube.com.ar](http://www.tiendanube.com.ar).

Exponer la tienda frente a sus compañeros.

## **V. EVALUACIÓN**

Criterios y formas de evaluación y propuesta para los alumnos que no logren aprobar el Taller libres o desaprobados

La evaluación se realizará a través de la corrección de las actividades que se realicen en clase como las que se les pedirá para hacer en el hogar.

Se evaluará la participación y compromiso con el trabajo en clase en forma de un concepto general de cada alumno.

Se les pedirá la entrega de un trabajo final de realización grupal que consistirá en el diseño y puesta en marcha de una tienda virtual.

En caso de no aprobar, se debatirán los puntos deficientes encontrados en el trabajo y podrán volver a presentar el trabajo para una corrección final.

## **VI. RECURSOS AUXILIARES**

Se utilizarán:

Tecnología de Tienda Nube - Casos de Éxito y Fracaso

Material bibliográfico digital, libros digitales y artículos de revistas especializadas y diarios, todo disponible en una carpeta web compartida con los alumnos.

Recursos audiovisuales: videos y presentaciones con diapositivas.

Para el dictado del taller será necesario contar con:

Aula multimedia (computadoras y cañón para proyectar) que cuente con acceso a Internet.

Mesas para trabajo grupal.

## **VII. BIBLIOGRAFÍA**

### Del alumno

Torre, Sebastián y Codner, Dario (2013), Fundamentos de Comercio Electrónico, Universidad Virtual de Quilmes. (EXTRACTOS ADAPTADOS)

Juan José Gilli y Amanda Mirta Tartabini (2010), Dirección Estratégica, Universidad Virtual de Quilmes. (EXTRACTOS ADAPTADOS)

Ariel Arrieta (2015), Aprender a emprender, Editorial Atlántida.

Jim Lecinski (2012), Ganando el momento cero de la verdad, Google Inc. Disponible en [www.google.com.ar/intl/es-419/think/research-studies/2012-zmot-handbook.html](http://www.google.com.ar/intl/es-419/think/research-studies/2012-zmot-handbook.html)

### Del profesor

Fernando Tria de Bes (2007), El libro negro del emprendedor, Editorial Empresa Activa.

Torre, Sebastián y Codner, Dario (2013), Fundamentos de Comercio Electrónico, Universidad Virtual de Quilmes.

Juan José Gilli y Amanda Mirta Tartabini (2010), Dirección Estratégica, Universidad Virtual de Quilmes.



Orientación: **Gestión de las Organizaciones**

Taller Optativo: **Gestión de proyectos culturales**

Nivel: **6º año**

Duración del curso: **cuatrimestral -1er cuatrimestre-**

Carga horaria: **3 hs cátedra semanales**

Profesor a cargo: **Martín Aníbal Zúccaro**

## I. FUNDAMENTACIÓN

¿Para qué sirve la cultura?, se preguntaba el especialista catalán en gestión cultural Toni Puig Picart en el *Seminario Ciudad y Cultura en el Siglo XXI (La gestión cultural y el patrimonio)*, organizado por la Secretaría de Cultura de la Municipalidad de La Plata; y su respuesta era contundente: "para que la gente se pregunte cómo puede mejorar su calidad de vida".

En el mismo sentido, la UNESCO, en su Declaración de México de 1982 delinea una definición del término:

*"...la cultura da al hombre la capacidad de reflexionar sobre sí mismo. Es ella la que hace de nosotros seres específicamente humanos, racionales, críticos y éticamente comprometidos. A través de ella discernimos los valores y efectuamos opciones. A través de ella el hombre se expresa, toma conciencia de sí mismo, se reconoce como un proyecto inacabado, pone en cuestión sus propias realizaciones, busca incansablemente nuevas significaciones, y crea obras que lo trascienden".*

Sin entrar en una extensa discusión sobre el significado de la palabra cultura, y entendiéndola como ámbito especializado de la creación artística o como espacio más amplio en el que diversos agrupamientos humanos producen y reelaboran los sentidos que circulan en la vida social, puede decirse que la cultura constituye un sector de creciente importancia social, económica y política en las sociedades contemporáneas. Las indagaciones artísticas e intelectuales se incorporan progresivamente al mundo de la producción de bienes y servicios; y se ha vuelto evidente el gran potencial de las actividades culturales en la generación de valor agregado, en la creación de empleo y su importancia para el turismo y el desarrollo. Asimismo, la actividad cultural dinamiza y moviliza industrias y servicios vinculados. Por ejemplo, la puesta en escena de una obra de teatro, no solo genera empleo para los actores y directores, sino también para iluminadores, sonidistas, diseñadores gráficos, publicistas, medios de comunicación, imprentas, porteros, cajeros, seguridad, administradores, medios de transporte; además de dar vida a la zona donde se encuentra ubicada la sala, estimulando la actividad gastronómica y el comercio en general.

Tradicionalmente el campo de la acción cultural se ha construido y a veces sistematizado a partir de la práctica, y nadie creía que era necesario capacitarse en gestión cultural; de hecho esta disciplina se ha venido desarrollando con fuerza desde hace dos o tres décadas. La forma de intervenir, a partir de las urgencias, supone que quienes llevan adelante procesos de producción o gestión de cultura, tienen alta intensidad presencial, planificación a corto plazo y poca articulación con quienes toman decisiones en el ámbito de las políticas culturales.

Para revertir esta situación es necesario capacitar, instrumentar, y permitir que las prácticas vayan adquiriendo una metodología que permita prever, anticiparse, y crear cultura también desde la forma de gestionarla.

El impulso de la gestión cultural exige una adecuación permanente del saber hacer de los profesionales que trabajan en este sector, desarrollando proyectos culturales de lo más diversos. De este modo, desde los años 80, se vienen introduciendo en este campo técnicas y herramientas de gestión adoptadas del mundo empresarial y, en ocasiones, también anticipadas a los nuevos modelos organizativos emergentes.

Los directivos de estas organizaciones asumen, en muchos casos personalmente, las tareas de gestión operativa diarias y se enfrentan a un amplio elenco de quehaceres que se pueden concretar en: definición, organización y gestión de equipos y tareas; definición de estrategias y orientación hacia el mercado; planificación y programación operativa; evaluación de los resultados de la actividad y de la gestión; gestión con criterios de calidad; etc.

La capacitación en gestión cultural en general, y en el desarrollo de proyectos culturales en particular, debe generar entonces, un aporte para el conocimiento por parte de los alumnos, de las tendencias,

técnicas y herramientas de gestión que, teniendo en cuenta la especificidad de la gestión cultural, hagan crecer y mejorar el sector.

El taller brindará además un panorama del sector cultural, y propiciará la construcción de mapas e inventarios por parte de los alumnos, de manera que logren identificar las principales instituciones, organizaciones y eventos culturales locales, regionales, nacionales e internacionales, de manera que puedan conocer las posibles áreas para la inserción de proyectos culturales.

La propuesta que aquí se presenta, se elabora teniendo en cuenta el lugar que ocupa el Taller en el diseño curricular de la Educación Secundaria, a un paso de la finalización de los estudios y el ingreso de los alumnos al nivel de educación Terciario, Universitario, y/o la incorporación al mundo del trabajo.

Por último se procura que la misma se adapte a los lineamientos que se establezcan desde el Proyecto Institucional, esperando ser un aporte singular a la formación de los bachilleres con orientación en la Gestión de las Organizaciones, desde una disciplina relativamente nueva pero cada vez más desarrollada, como resulta la Gestión Cultural. Entendiendo la misma como lo hace Susana Velleggia en su prólogo al libro de Toni Puig *Ciudad y Cultura en el siglo XXI*, donde nos propone que *“la gestión cultural es la que se dedica a construir sentidos que transformen, dignifiquen, mejoren, humanicen continuamente la vida de los ciudadanos y las ciudades”*.

## **II. OBJETIVOS**

### Generales:

- Introducir a los alumnos en la disciplina de la Gestión Cultural, y la caracterización del rol de un gestor cultural.
- Prepararlos para la formulación y gestión de sus propios proyectos culturales, en el marco de las necesidades manifiestas dentro de sus posibles ámbitos de actuación.
- Brindar elementos que habiliten a los estudiantes a obrar como multiplicadores de su experiencia: enseñar a enseñar y a aprender.

### Específicos:

- Ejercitar en la construcción de mapas e inventarios sobre los eventos, proyectos, e instituciones culturales vinculadas a la realidad local.
- Reconocer y aplicar algunas herramientas y técnicas administrativas y de gestión, de utilidad para su uso en organizaciones, instituciones y proyectos culturales.
- Identificar las relaciones entre economía y cultura.
- Analizar alternativas de financiación para proyectos culturales.
- Brindar algunas herramientas de comunicación para proyectos culturales, y el trabajo en red entre las organizaciones, colectivos e instituciones que forman parte del sector.

## **III. CONTENIDOS**

### Módulo 1

La gestión cultural, una nueva disciplina.

El perfil y los roles de un gestor cultural.

La cultura desde los ámbitos estatales, privados y de la sociedad civil.

Dimensión económica de la cultura.

Panorama del sector cultural local, nacional, e internacional.

Cómo obtener información sobre el sector.

Redes culturales.

### Módulo 2

Análisis del contexto mediato e inmediato en organizaciones y proyectos culturales.

La planificación estratégica.

El análisis interno y externo. Matriz de diagnóstico FODA.

Creatividad en la gestión. Tipos y técnicas de creatividad.

Las particularidades de la gestión en el ámbito cultural.

Análisis de casos emblemáticos y proyectos innovadores.

### Módulo 3

Gestión por proyectos.

Dónde y cómo presentar proyectos.

Fuentes de financiamiento para proyectos culturales.  
Patrocinio y mecenazgo.  
Responsabilidad social empresaria.  
Elaboración de presupuestos.  
Comunicación de proyectos culturales.

#### **IV. METODOLOGÍA DE TRABAJO**

A lo largo de los encuentros se irán desarrollando los diferentes contenidos propuestos en cada módulo. Se trabajará con la lectura previa de textos y/o materiales de multimedia para luego trabajarlos en el espacio áulico colectivamente.

Asimismo, se propondrá la realización de trabajos prácticos, tanto en el aula como de desarrollo domiciliario, para ejercitar las herramientas compartidas en las diferentes clases.

Para el desarrollo de los trabajos prácticos, se propiciará la formación de equipos de un máximo de cinco miembros, para la discusión de las actividades planteadas y la ejecución de su resolución. Los mismos consistirán en un planteo base donde obtendrán información, (preferentemente extraída de fuentes bibliográficas, medios periodísticos, y otra elaborada ad-hoc) que los coloque en una situación similar a la que podría darse en la realidad, el que se complementará con la información y aclaraciones brindadas por el docente, incentivando la discusión grupal, y actuando de moderador y consultor, para luego, una vez suficientemente elaborado el tema, plantear un modelo de resolución que deberá evidenciar las expectativas del docente respecto a los objetivos de aprendizaje buscados.

Se analizarán casos emblemáticos y proyectos innovadores del ámbito nacional e internacional, para extraer conclusiones de los éxitos y los fracasos.

En el mismo sentido, se utilizará como recurso la visita a instituciones y organizaciones culturales locales; y la invitación y entrevista a directores o responsables de la gestión de organizaciones y proyectos culturales, y otros actores del sector; así como profesores especialistas en determinados contenidos del taller.

Se promoverá la puesta en común e intercambio de experiencias y proyectos entre los alumnos, por cuanto el aprendizaje entre pares es un proceso pedagógico sumamente enriquecedor.

Como cierre del curso se propondrá como trabajo final del taller, el desarrollo de un proyecto cultural, de carácter grupal, que deberá ser ideado para su efectiva puesta en práctica.

#### **V. EVALUACIÓN**

La evaluación es un mecanismo de aprendizaje y un medio para obtener información y construir un saber acerca de los estudiantes y cuál ha sido el proceso de aprehensión de conocimientos por parte de estos. No debemos pensar la evaluación como un corte temporal, sino como un proceso donde el alumno va sorteando obstáculos que le permitirán enriquecer el conocimiento final. Es así que tendrá diferentes instancias o momentos dentro del mismo, se evaluará inicialmente para recabar información, durante el proceso para retroalimentarlo, y al finalizar para determinar logros, aciertos y desaciertos, del alumnado y del docente.

Es importante aclarar que la evaluación general del taller comprende una doble dimensión: por un lado los aspectos individuales de cada alumno y por otro, la dimensión grupal, entendiendo que el aprendizaje es un hecho esencialmente social, que se da dentro de un grupo y por lo tanto no puede descontextualizarse de él. La evaluación del proceso del grupo y la autoevaluación serán aspectos que no se dejará de considerar.

Como factores a tener en cuenta en los procesos de evaluación puede puntualizarse: asistencia, niveles de participación en clase, compromiso con la tarea, resolución de trabajos prácticos, etc.

Los elementos que integrarán la calificación final serán: cumplimiento con el porcentaje de asistencia obligatoria; notas de los trabajos prácticos realizados, tanto los de resolución grupal como los individuales; apreciación conceptual del alumno por parte del docente; cumplimiento con el proyecto final de desarrollo cultural.

Por último y como forma de evaluación de la actividad del docente se establecerán un mecanismo de consulta permanente a los alumnos sobre la comprensión de los textos y trabajos prácticos, y la pertinencia de la metodología de trabajo y el material de estudio en general.

Para los alumnos que no logren aprobar el taller se considerará la realización de un examen escrito, para evaluar la comprensión de los principales contenidos del mismo.

## VI. RECURSOS AUXILIARES

El desarrollo de los contenidos previstos para el taller será acompañado y dinamizado con diversos recursos: textuales, gráficos, multimediales, para los que eventualmente se gestionará el equipamiento necesario (notebook, cañón proyector, etc.).

Como se ha señalado, se utilizará también como recurso las visitas educativas a instituciones y organizaciones culturales locales; y la invitación y entrevista a directores o responsables de la gestión de organizaciones y proyectos culturales.

## VII. BIBLIOGRAFÍA

### Del alumno

#### Módulo 1

-Bonet, Lluís (2003) **Introducción a la gestión cultural. Marco económico y análisis de los sectores culturales**. Extracto "Marco general de la intervención cultural". Universidad de Barcelona Virtual, Barcelona.

-Casacuberta, David y Mestres, Ángel (2006) **Redes culturales. Una introducción**. Artículo cedido por los autores al Portal Iberoamericano de Gestión Cultural para su publicación en el Boletín GC: Gestión Cultural Nº 14: Redes culturales.

-Gómez de la Iglesia, Roberto. **Gestores culturales: nuevos profesionales y nuevas organizaciones para la complejidad social**. Artículo publicado en la página web del Grupo Xabide.

-Laboratorio de Industrias Culturales (2007) **La gestión pública cultural**. Click Nº 5. Boletín Informativo del Laboratorio de Industrias Culturales AÑO 2 Nº 5, Buenos Aires.

-Laboratorio de Industrias Culturales (2005) **Una aproximación a las industrias culturales**. Secretaría de Cultura de la Nación, Buenos Aires.

-Navarro Ceardi, Arturo. **¿Es la gestión cultural una profesión?** Artículo publicado en el Portal Iberoamericano de Gestión Cultural.

#### Módulo 2

-Hermida, Jorge y Serra, Roberto (1989) **Administración y estrategia. Un enfoque competitivo y emprendedor**. Cap. 11. Macchi, Buenos Aires.

-Margheritis, Maria L. y Santangelo, María A. (2000) **Las técnicas de creatividad. Un enfoque sobre su utilidad**. Artículo de cátedra elaborado para la asignatura Administración II. Facultad de Cs. Económicas. U.N.L.P., La Plata.

-Rapetti, Sandra (2001) **Pasión por la cultura. Una investigación sobre la gestión, el financiamiento y la problemática de las organizaciones culturales de Montevideo**. Abstract correspondiente a la ponencia presentada en la 5º International Conference of the International Society for Third Sector Research. Editorial Trilce y Fundación Rockefeller, Montevideo.

-Sallenave, Jean-Paul (1995) **Gerencia y planeación estratégica**. Cap. 3. Norma, Bogotá.

-Serra, Roberto y Kastika, Eduardo (1994) **Re-estructurando empresas**. Cap. 3. Ediciones Macchi, Buenos Aires.

-Zúccaro, Martín Aníbal (2010) **Con-Gestión Cultural. Las organizaciones culturales sin fines de lucro de la ciudad de La Plata. Análisis de su gestión y problemática**. Ponencia publicada en el CD "Aportes para la discusión" del Tercer Congreso Argentino de Cultura celebrado en la ciudad de San Juan.

#### Modulo 3

-Cerdeza Gutiérrez, Patricio (2001) **Orientaciones a Gestión de Proyectos Culturales**. Ministerio de Educación de Chile, Santiago de Chile.

-Clotas, Pere (2003) **Técnicas de patrocinio y de captación de recursos externos**. Extracto. Máster en Gestión de Instituciones y Empresas Culturales. Universitat de Barcelona Virtual, Barcelona.

-Fernández, Lurdes y Vendrell, Ignasi (2009) **Cultura. Guía para comunicar y financiar proyectos**. Off Limits, Madrid.

-Roselló, David (2004) **Diseño y evaluación de proyectos culturales**. Barcelona: Ariel.

### Del profesor

-Benhamou, Françoise (1996) **La economía de la cultura**. Editorial Trilce, Montevideo.

-Bonet, Lluís (2003) **Marco Económico y Análisis de los Sectores Culturales**. Máster en Gestión de Instituciones y Empresas Culturales. Universitat de Barcelona Virtual, Barcelona.

- Bonet, Lluís, Castañar, Xavier y Font, Josep (editores) (2001) **Gestión de proyectos culturales. Análisis de casos.** Editorial Ariel, Barcelona.
- Brun, Javier (director) (2008) **Redes culturales. Claves para sobrevivir en la globalización.** Agencia Española de Cooperación Internacional, Madrid.
- De Gregorio Prieto, Albert (2003) **Análisis de proyectos y organizaciones culturales.** Máster en Gestión de Instituciones y Empresas Culturales. Universitat de Barcelona Virtual, Barcelona.
- De Gregorio Prieto, Albert (2003) **Gestión presupuestaria y financiera.** Máster en Gestión de Instituciones y Empresas Culturales. Universitat de Barcelona Virtual, Barcelona.
- Fantini, Julieta (Comp.) (2009) **Imágenes paganas. Relatos sobre buenas prácticas desde los márgenes de la gestión cultural.** Abaco Cultura Contemporánea, Córdoba.
- Fassio, A., De Mendonça, A. y Cavanagh. (2004) **El saber administrativo en las organizaciones de la sociedad civil.** Instituto de Investigaciones Administrativas. Facultad de Ciencias Económicas. Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.
- Hermida, Jorge y Serra, Roberto (1989) **Administración y estrategia. Un enfoque competitivo y emprendedor.** Cap. 11. Macchi, Buenos Aires.
- Huarte, Cecilia (2005) **Centros culturales independientes de La Plata: una mirada comunicacional.** Tesis de grado de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la U.N.L.P., La Plata.
- Ings, Richard (editor) **Call it a Tenner. The Role of Pricing in the Arts.** Arts Council, Londres.
- Kastika, Eduardo (1995) **Desorganización creativa. Organización Innovadora.** Cap. 2. Macchi, Buenos Aires
- Lacarrière, Mónica y Alvarez, Marcelo (Comp.) (2008) **La (Indi)gestión cultural. Una cartografía de los procesos culturales contemporáneos.** Ediciones La Crujía, Buenos Aires.
- Martinell Sempere, Alfons (2001) **La gestión cultural: Singularidad profesional y perspectivas de futuro (Recopilación de textos).** Págs. 1 a 28. Cátedra UNESCO de Políticas Culturales y Cooperación.
- Mestres Vila, Angel (2003) **La gestión cultural en el ámbito mercantil.** Universidad de Barcelona Virtual, Barcelona.
- Pérez Martín, Miguel Angel (1996) **Técnicas de organización y gestión aplicadas al teatro y al espectáculo.** Salamanca.
- Puig Picart, Toni (2000) **Ciudad y cultura en el siglo XXI. Un paseo por el bosque de la gestión. 605 ideas y un método,** Ediciones Ciccus, Buenos Aires.
- Puig Picart, Toni (2004) **Se acabó la diversión. Ideas y gestión para la cultura que crea y sostiene ciudadanía.** Editorial Paidós, Buenos Aires.
- Rapetti, Sandra (2002) **Buscando caminos. Gestión, financiamiento y perspectivas de las organizaciones culturales del interior del Uruguay.** Investigación realizada en Salto, Colonia y Maldonado con el apoyo de la División de Políticas Culturales y del Diálogo Intercultural de la Unesco, Montevideo.
- Rivas Herrera, Patricio (2008) **El desarrollo en el vértice de la gestión cultural.** Area de Cultura del Convenio Andrés Bello, Quito.
- Roselló, David (2004) **Diseño y evaluación de proyectos culturales.** Barcelona: Ariel.
- Roselló, David y Colombo, Alba (2008) **Gestión cultural. Estudios de casos.** Editorial Ariel, Barcelona.
- Sallenave, Jean-Paul (1995) **Gerencia y planeación estratégica.** Cap. 3. Norma, Bogotá.
- Santillán Güemes R. y Olmos, Hector A. (comp.) (2004) **El gestor cultural: ideas y experiencias para su capacitación.** Ediciones Ciccus, Buenos Aires.
- Serra, Roberto y Kastika, Eduardo (1994) **Re-estructurando empresas.** Cap. 3. Ediciones Macchi, Buenos Aires.
- Tono Martínez, José (2007) **Conceptos y experiencias de la gestión cultural.** Ministerio de Cultura España, Madrid.
- UNESCO (1998) **Informe mundial de la cultura 1998: Cultura, creatividad y mercado.** Ediciones Unesco.
- Varios Autores (2003) **Arte, Empresa y Sociedad: Mas Allá del Patrocinio de la Cultura.** Grupo Xabide, Vitoria.
- Varios autores (2006) **La medición de la economía cultural en la Argentina.** Laboratorio de Industrias Culturales. Secretaría de Cultura de la Nación, Buenos Aires.
- Varios autores (2006) **Observatorio Industrias Culturales GCBA. Anuario Industrias Culturales Ciudad de Buenos Aires 2005.** Gobierno de la Ciudad de Bs.As., Buenos Aires.



Páginas web de consulta

Ministerio de Cultura de la Nación Argentina

<http://www.cultura.gov.ar>

Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI)

<http://www.oei.es>

Portal Iberoamericano de Gestión Cultural

<http://www.gestioncultural.org>

Que Gestionamos

<http://que-gestionamos.blogspot.com>

Recursos Culturales

<http://www.recursosculturales.com.ar>

Red Iberoamericana de Formación en Gestión Cultural (Iberformat)

<http://www.iberformat.org>

SINCA. Sistema de Información Cultural de la Argentina

<http://sinca.cultura.gob.ar/>