

# SAGRADO

Universidad del Sagrado Corazón

## PRONTUARIO

**TÍTULO:** Gerencia de empresas de arte y entretenimiento

**CODIFICACIÓN:** ENT 205

**PREREQUISITO:** ENT 105

**CRÉDITOS:** 3 créditos | 45 horas contacto | 1 término

### DESCRIPCIÓN

En este curso se estudian los distintos aspectos gerenciales que intervienen en la administración de una empresa en las artes y el entretenimiento. Se presentan las principales funciones de la actividad gerencial, así como sus áreas funcionales de producción, finanzas, recursos humanos, contabilidad, mercadeo y cumplimiento. Se discuten aspectos relacionados a liderazgo organizacional y planificación empresarial para proyectos en la industria y sus sectores. El curso contempla la discusión de los principales retos gerenciales de estas empresas en el contexto local e internacional.

### JUSTIFICACIÓN

El talento creativo y el emprendimiento deben ir acompañados de destrezas gerenciales para la toma de decisiones en las empresas. El ejercicio gerencial, que combina planificación, organización, dirección y control, requiere un conocimiento de cada una de las áreas funcionales de la empresa. Esto incluye las finanzas, el mercadeo, los recursos humanos, las operaciones y la contabilidad, entre otras. De igual forma, el gerente o líder empresarial debe tener la capacidad de integrar todas estas áreas en un enfoque de pensamiento estratégico holístico. Las artes y el entretenimiento, incluyendo todos sus sectores, requiere también adaptar las prácticas gerenciales cuando se trata de bienes públicos o actividades que además de su valor funcional tienen valor simbólico.

### COMPETENCIAS

El curso desarrolla en el o la estudiante las siguientes competencias:

**Competencia transversal**

- 1. Cuestionamiento crítico**
- 2. Sentido ético y justicia social**

## **OBJETIVOS**

Al finalizar el curso el o la estudiante será capaz de:

1. Conocer los elementos principales de la planificación estratégicas en sectores de artes y entretenimiento
2. Identificar metodologías y fuentes de información para mantener un análisis de mercado actualizado
3. Entender los distintos estilos de liderazgo y los retos de su ejecución
4. Interpretar información financiera básica para apoyar la toma de decisiones
5. Reconocer las distintas herramientas promocionales para comunicar un proyecto o empresa
6. Conocer los fundamentos de la formulación de proyectos o propuestas
7. Entender los principales recursos de infraestructura y tecnología que utiliza la industria
8. Establecer indicadores de evaluación e impacto para un proyecto

## **CONTENIDO**

- I. La planificación para el sector de las artes y el entretenimiento
  - A. Misión, visión y valores
  - B. Definición de objetivos
  - C. Planes de trabajo
- II. El análisis de mercados para la toma de decisiones
  - A. Fuentes de información disponibles
  - B. Metodologías de investigación
- III. Liderazgo y desarrollo organizacional
  - A. Roles de liderazgo
  - B. Inteligencia emocional
  - C. Manejo de equipos
- IV. Administración financiera
  - A. Desarrollo de propuestas para empresas y proyectos
  - B. Proyecciones financieras
  - C. Análisis de punto de empate
  - D. Fuentes de financiamiento
- V. Mercadeo y promoción
  - A. Identidad de marca
  - B. Estructuras de precios

- C. Campañas promocionales
  - D. Relaciones públicas
  - E. Canales de distribución
- VI. Gerencia de proyectos
- A. Redacción de propuestas
  - B. Marco lógico para proyectos creativos
  - C. Calendarios de trabajo
- VII. Tecnología e infraestructura
- A. Manejo de espacios culturales
  - B. Aspectos técnicos
  - C. Plataformas digitales y “software”
- VIII. Evaluación y control
- A. Indicadores de impacto
  - B. Evaluación de proyectos
  - C. Manejo de riesgos y análisis de sustentabilidad

## **METODOLOGÍA**

Se recomiendan las siguientes estrategias de la metodología de aprendizaje activo:

## **METODOLOGÍA**

Se recomiendan las siguientes estrategias de la metodología de aprendizaje activo:

- Flipped classroom
- Discusión de publicaciones especializadas, artículos de periódicos y documentos oficiales
- *Challenge Based Learning*
- Trabajo de investigación en grupo
- *Design Thinking*
- Aprendizaje colaborativo
- Recursos electrónicos y páginas Web
- Presentaciones
- Realización de proyecto
- Diseño participativo

## **EVALUACIÓN**

Presentaciones orales	10%
Composiciones	20%

Trabajos parciales	40%
Proyecto final	<u>30%</u>
<b>Total</b>	<b>100%</b>

## AVALÚO DEL APRENDIZAJE

Se aplica la rúbrica de avalúo institucional a la actividad central del curso.

## REFERENCIAS

- Antchak, V. Ramsbottom, O. (2020). The Fundamentals of Event Design. Routledge.  
<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=2324599&lang=es&site=eds-live&scope=site&custid=s5316525>
- Bryman, A. (Ed.). (2013). Leadership and organizations (rie: Organizations). Routledge Library Editions: Organizations Ser.  
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/sagrado-ebooks/detail.action?docID=1186428#>
- Flew. (2012). The Creative Industries: Culture and Policy. SAGE Publications Ltd.  
<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=699708&lang=es&site=eds-live&scope=site&custid=s5316525>
- Kerrigan, F. (Ed.). (2010). Marketing the arts: A fresh approach. Taylor & Francis Group.  
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/sagrado-ebooks/detail.action?docID=517089>
- Kerzner, H., & Kerzner, H. R. (2013). Project management: A systems approach to planning, scheduling, and controlling. John Wiley & Sons, Incorporated.  
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/sagrado-ebooks/detail.action?docID=1113482>
- Marugan, A. P., & Garcia, M. F. P. (2017). Decision-making management: A tutorial and applications. Elsevier Science & Technology.  
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/sagrado-ebooks/detail.action?docID=4921460#>
- Matthews, D. (2016). Special event production: The process. Routledge  
<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=1057365&authtype=sso&custid=s5316525&lang=es&site=eds-live&scope=site&custid=s5316525>

Olivas-Lujan, M. R., & Bondarouk, T. (2013). Social media in strategic management. Emerald Publishing Limited. <https://ebookcentral.proquest.com/lib/sagrado-ebooks/detail.action?docID=1341908>

Popkova, E. G., Chesnokova, A. V., & Morozova, I. A. (Eds.). (2019). Specifics of decision making in modern business systems: Regularities and tendencies. Emerald Publishing Limited. <https://ebookcentral.proquest.com/lib/sagrado-ebooks/detail.action?docID=5836719#>

Springer, M. L. (2019). Project and program management: A competency-based approach. Purdue University Press. <https://ebookcentral.proquest.com/lib/sagrado-ebooks/detail.action?docID=5731403>

Tonks, A. (2020). The a to z of arts management: Reflections on theory and reality. Taylor & Francis Group. <https://ebookcentral.proquest.com/lib/sagrado-ebooks/detail.action?docID=6121566>

Varbanova, L. (2012). Strategic management in the arts. Taylor & Francis Group. <https://ebookcentral.proquest.com/lib/sagrado-ebooks/detail.action?docID=1104757>

## Revistas

### *Arts and the Market*

<https://search.proquest.com/publication/956333?accountid=39118>

Puede encontrar más recursos de información relacionados a los temas del curso en la página de la biblioteca <http://biblioteca.sagrado.edu/>

## **ACOMODO RAZONABLE**

Para obtener información detallada del proceso y la documentación requerida, debe visitar la oficina correspondiente. Para garantizar igualdad de condiciones, en cumplimiento de la Ley ADA (1990) y el Acta de Rehabilitación (1973), según enmendada, todo estudiante que necesite servicios de acomodo razonable o asistencia especial deberá completar el proceso establecido por la Vicepresidencia de Asuntos Académicos.

## **INTEGRIDAD ACADÉMICA**

Esta política aplica a todo estudiante matriculado en la Universidad del Sagrado Corazón para tomar cursos con o sin crédito académico. Una falta de integridad académica es todo acto u omisión que no demuestre la honestidad, transparencia y responsabilidad que debe caracterizar toda actividad académica. Todo estudiante que falte a la política de honradez, fraude y plagio se expone a las siguientes sanciones: recibirá nota de cero en la evaluación y/o repetición del trabajo en el seminario, nota de F(\*) en el seminario: suspensión o expulsión según se establece en el documento de Política de Integridad Académica con fecha de efectividad de noviembre 2022.

Derechos reservados | Noviembre, 2022