

Noticias y Comentarios

Conclusiones del III Curso superior de gestión de empresas y organizaciones culturales

1. Gestionar Cultura es gestionar valores, expresiones y relaciones entre personas (concretadas en acciones en el ámbito de una sociedad compleja).

2. Estas acciones responden a la interrelación (visión global) entre los ejes de la gestión cultural: cultura, artes, educación-acción pedagógica, comunicación, economía, territorio y ciencia.

3. La sociedad cambiante implica modificaciones en el concepto de planificación en clave de reflexión estratégica (misión, visión, definición de negocio...)

4. La organización cultural se orienta al cliente, interno y externo, bajo una filosofía de intercambio.

5. Este intercambio requiere operativizar la relación entre la oferta y la demanda gestionando ocho políticas: producto, servicio o ideas; precios y costes; distribución; comunicación; comunicación en la prestación; personal en contacto; sistema organizativo y soportes físicos en la prestación.

6. Este Marketing Mix requiere que las políticas sean cohesionadas y coherentes con la segmentación y el posicionamiento comunicativo.

7. La capacidad comunicativa y el entendimiento de la comunicación global es la base para una buena gestión del patrocinio empresarial.

8. A esto hay que unir la capacidad general de gestión de la organización (condicionada también por su marco jurídico).

9. La realización de una buena gestión está basada en información que oriente las decisiones. En este sentido, la contabilidad, además de una obligación legal, es ante todo un reflejo de nuestra realidad que indica, junto a otras funciones, la eficiencia, la eficacia, la rentabilidad, la innovación y el crecimiento.



El III Curso superior de gestión de empresas y organizaciones culturales tuvo lugar en Vitoria, entre el 1 y el 6 de julio de 2002. Los contenidos se estructuraron en torno a las siguientes grandes líneas:

- La especificidad de la gestión de las organizaciones culturales
- Dirección y planificación de organizaciones culturales. De la planificación estratégica a la operativa
- Dirección avanzada de equipos y personas
- Marketing de servicios culturales
- Financiación, patrocinio y mecenazgo
- Análisis económico financiero
- Propiedad intelectual y derechos de autor
- Fórmulas jurídicas para organizaciones culturales

Más información:
 José Ramón Sobrón
 Xabide, Gestión Cultural y Comunicación
 Mondragón, 11
 01013-Vitoria
 Tel. : 902 25 35 00; 945 25 35 00
 Fax: 945 25 38 74
 Web: www.xabide.es