



**UNIVERSIDAD DE COSTA RICA  
SEDE DE OCCIDENTE  
CIUDAD UNIVERSITARIA "CARLOS MONGE ALFARO"  
DEPARTAMENTO DE FILOSOFÍA, ARTES Y LETRAS  
SECCIÓN DE ARTES PLÁSTICAS  
PROPUESTA PROGRAMÁTICA**

**AP-8004 Administración de las Artes**

**Grupo: 01**

**Requisito: Taller Especializado 1**

**Créditos: 2**

**Ciclo lectivo: II 2013**

**Horas contacto: 4 semanales**

**Miércoles: 8:00 a 11:50 am**

**Horas de estudio independiente: 2 semanales**

**Profesor: Magíster Daniel Soto Morúa**

**Horas de consulta: martes 8-11:50 am, Sala de Profesores, Museo Regional de San Ramón**

**E-mail: daniel.soto\_m@ucr.ac.cr**

## **DESCRIPCIÓN DEL CURSO**

---

El estudiante somete los proyectos a las condiciones del mercado mientras adquiere destrezas y conocimientos que le permiten elaborar propuestas competitivas y acordes con las condiciones imperantes. Cuando la naturaleza del proyecto no permita este tipo de vinculación es necesario trabajar un proyecto alternativo que permita aplicar los conocimientos

## **OBJETIVO GENERAL**

---

- Otorgar al estudiante de conceptos básicos de administración empresarial para que pueda defenderse en el mercado laboral de manera competitiva y autónoma.

## **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

---

1. Dotar al estudiante con conocimientos básicos sobre administración.
2. Motivar al estudiante al emprendedurismo y liderazgo para que sea un profesional competitivo en el mercado laboral.
3. Analizar los procesos de trabajo en diseño mediante el *brief* y evaluarlo con herramientas de gestión y medición.



4. Adquirir mediante el estudio teórico y ejercicios prácticos conocimientos básicos de estrategias de *marketing*, planeación, cobro y puesta en marcha de lineamientos específicos, creados a partir de herramientas especializadas de administración,
5. Comprender la importancia del trabajo del *community manager* para la correcta implementación de estrategias de *marketing*.
6. Acercar al estudiante al mundo laboral mediante experiencias, ejercicios y estudios de caso, con el fin de prepararlo a enfrentarse competitivamente en el mercado.

## CONTENIDOS

### MÓDULO 1: administración.

- Principios básicos de administración.
  - Funciones administrativas: planeación, organización, integración de personal, dirección y control.
- Teorías de la organización.
  - Organigrama: contenido y ventajas.
  - Proceso administrativo: eficacia, eficiencia, calidad total, *benchmarking*, servicio al cliente, reingeniería.
  - Macroambiente, ambiente competitivo, ventaja competitiva, incertidumbre ambiental.
- Estrategia empresarial.
- Marco estratégico: misión, visión, valores (institucionales y personales) y objetivos.
- Políticas de la organización.
- Centralización y descentralización (producción autogestionada y tercerización de servicios).

### MÓDULO 2: emprendedurismo.

- Liderazgo, emprendedurismo y gestión del conocimiento.
- Toma de decisiones.
- Especialización, habilidades interpersonales (capacidad de escucha, trabajo en equipo), aptitudes, actitudes y diversificación del trabajo.
- Comunicación oral y escrita.

### MÓDULO 3: gestión de proyectos.

- El *brief*.
- Herramientas de gestión, medición y evaluación: cuadro de mando integral.

### MÓDULO 4: *marketing*.

- Comunicación interna y externa.
- *Community Manager*.
- DAFO.
- Mapas perceptuales o *Perceptual Mapping*.



- Segmentación de mercado: público meta.
- Servicios de valor añadido.
- *Marketing mix*: producto, precio, plaza y promoción.
- *E-marketing*.

#### MÓDULO 5: perspectivas laborales.

- Museos, galerías, bienales, ferias de arte y diseño.
  - Convocatorias.
  - Patrocinios.
  - Exposiciones.
- Contratos, licitaciones, concursos, planilla y servicios profesionales.
- Estructura general de costos de proyectos.
  - Cotización y presupuesto.
  - Orden de compra.
- Currículum Vitae.
- *Book* o carpeta de trabajo.
- Entrevista de trabajo.
- Compensación laboral.
- Becas de estudio en el exterior.

#### **PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO**

Este curso se estructura mediante cinco módulos generales, los cuales se irán desarrollando de manera articulada y lógica, para que los estudiantes comprendan de la manera más adecuada el vínculo que existe entre la administración y el diseño plástico. La metodología es participativa, lo que significa un trabajo compartido entre docente y estudiantes, en la cual el aporte del alumnado se considera fundamental para lograr el desarrollo de la temática escogida. Aquí juegan un papel especial el análisis, la discusión y la crítica, tanto dentro como fuera del aula.

El curso integra, tanto dentro como fuera del aula, clases magistrales, exposiciones grupales e individuales, ensayos, ponencias, visitas y giras, discusiones, el trabajo final de investigación y demás actividades del curso, las cuales favorecerán una educación constructivista que ayude a los estudiantes a crecer en el campo de la formación académica.

La función del docente es servir de guía dentro del contexto integral de las investigaciones que llevarán a cabo los estudiantes. Para apoyo a estas, las lecciones contarán con exposiciones realizadas por el profesor y los estudiantes acerca de temas relacionados con la administración de las artes visuales.



## EVALUACIÓN

Trabajo en clase (participación, motivación, esfuerzo, dedicación)	20%
Trabajo extraclase (exposiciones, reportes, lecturas, ensayos)	25%
Exposiciones	15%
Qüices	10%
Proyecto 1	15%
Proyecto 2	15%
TOTAL	100%

## CRONOGRAMA

MES	CONTENIDO TEMÁTICO
Agosto	Módulo 1
Setiembre	Módulo 2, Módulo 3 y Módulo 4
Octubre	Módulo 4 y Módulo 5
Noviembre	Módulo 5

## NOTAS ACLARATORIAS

- La fecha y hora de inicio de la evaluación, examen o entrega de proyectos será anunciada con al menos una semana de anticipación. La evaluación da inicio a la hora exacta convenida (período de gracia 15 minutos). La presentación tardía de proyectos para evaluación afecta la nota en -2% del porcentaje total a evaluar. No se reciben proyectos con más de una hora de atraso. Las asignaciones y proyectos que no sean entregados durante el período lectivo correspondiente (fecha única) reciben una calificación de cero, sin excepción alguna, en caso de alguna situación especial debidamente justificada. No obstante, si son presentadas posteriormente son objeto de revisión y crítica, si el estudiante así lo desea.



- Cuando un estudiante no pueda asistir personalmente a una clase o presentación de proyectos, debe hacer llegar sus trabajos en la fecha y horas establecidas para su entrega y comunicarlo con anticipación al profesor.
- Cuando un estudiante goce de una incapacidad médica o enfrente una situación personal que amerite ser considerada, debe comunicarlo al profesor a la mayor brevedad posible.
- No se aceptarán para evaluación trabajos desconocidos por el profesor y que no hayan sido elaborados, revisados y corregidos durante el semestre.

## MATERIALES Y EQUIPO

---

El estudiante es responsable por los archivos digitales que se utilizan en la clase o que deben ser presentados para calificación, por lo que debe tomar las medidas necesarias para proteger y respaldar dichos archivos en su transporte, envío y almacenamiento.

Las horas de trabajo en el laboratorio son exclusivas para los proyectos y tareas del curso, los estudiantes que usen este tiempo y el equipo del laboratorio para asuntos personales o ajenos al curso se les descontarán puntos del trabajo en clase. En los talleres se deben contemplar las medidas de seguridad cuando se utilicen equipos, maquinarias, herramientas y químicos.

## BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

---

- Andreu, E. y Martínez-Vilanova, R. (2007). *Cómo gestionar una PYME mediante el cuadro de mando*. Madrid, España: ESIC Editorial.
- Baack, D. & Clow, K. (2010). *Publicidad, promoción y comunicación integral en marketing*. México: Pearson Educación.
- Brenes, Lizette. (2008) *Dirección estratégica para organizaciones inteligentes*. Primera edición. Segunda reimpresión. San José, Costa Rica: Editorial Universidad Estatal a Distancia.
- Granés, C. (2011). *El puño invisible. Arte, revolución y un siglo de cambios culturales*. México: Editorial Taurus.
- Hernández Garnica, C. y Maubert, C. (2009). *Fundamentos de marketing*. México: Pearson Educación.
- Jiménez, J. (2011). *Una teoría del arte desde América Latina*. España: Museo Extremeño e Iberoamericano de Arte Contemporáneo & Turner.
- Kerin, R., Hartley, S. y otros. (2009). *Marketing*. 9ª edición. México: Editorial Mc Graw Hill.
- Kotler, P. & Keller, K. (2012). *Dirección de Marketing*. 14a edición. México: México: Pearson Educación.
- Robbins, S. (2004). *Comportamiento organizacional*. Décima edición. México: Pearson Educación.
- Russel, J.T., Lane, W.R. & Withehill, K. (2005). *Kleppner publicidad*. México: Pearson Educación.
- Varela, R. (2006). *Administración de la compensación. Sueldos, salarios y prestaciones*. México: Pearson Educación.
- Viladés, X. (2008). *Diseño rentable. Diez temas a debate*. Barcelona, España: Index Books.