

## Boletín de inscripción

Apellidos  
Nombre  
DNI  
Fecha de nacimiento  
Lugar de nacimiento  
Nacionalidad  
Domicilio  
Población CP  
Provincia  
Teléfono  
Profesión. Si se es estudiante, especificar la titulación

Correo-e

### INSCRIPCIÓN: 30 Euros\*

Código del curso GR3

\* Ingreso o transferencia bancaria indicando código del curso y nombre completo de la persona que se matricula a:  
Cursos Centro Mediterráneo. Universidad de Granada.  
Banco Mare Nostrum (CajaGranada),  
C/C: ES78-0487-3000-72-2000071392  
Nota: Remitir a Secretaría del Centro Mediterráneo el resguardo del ingreso/transferencia junto con el boletín debidamente cumplimentado y una copia del DNI.

En \_\_\_\_\_ a \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2016

Firma

Los datos personales recogidos serán incorporados y tratados en el fichero "Alumnos", cuya finalidad es la Gestión de los cursos impartidos por el Centro Mediterráneo, inscrito en el Registro General de Protección de Datos, con las cesiones previstas en la Ley. El órgano responsable del fichero es el Centro Mediterráneo de la UGR y la dirección donde la persona interesada podrá ejercer los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición es Complejo Administrativo Triunfo, Cuesta del Hospicio s/n 18071 Granada, de todo lo cual se informa en cumplimiento del artículo 5 de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal.

No deseo recibir información del Centro Mediterráneo

Este taller se enmarca en una serie de actividades emprendidas por el Vicedecanato de Extensión Cultural de la Facultad de Bellas Artes de Granada y la Asociación Cultural y Universitaria OnGoing.

OnGoing es un proyecto formativo y de extensión cultural concebido para potenciar la escena del arte emergente en Granada a través de actuaciones que favorezcan la profesionalización de estudiantes y la creación de empleo en el sector cultural.

OnGoing se concibe como un espacio de formación complementario dentro del contexto de la Universidad de Granada orientado específicamente a servir de plataforma donde se favorezcan sinergias entre los ámbitos académico y profesional.

Líneas de formación activadas por el proyecto OnGoing:

**Línea A. Comisariado y gestión de proyectos expositivos.** Orientada a aquellas personas interesadas en la gestión integral de proyectos expositivos (recepción de obras, diseño y montaje expositivo, museografía, etc.)

**Línea B. Identidad visual, diseño y comunicación gráfica de proyectos culturales.** Orientada a aquellas personas interesadas en el diseño gráfico, branding, comunicación visual, edición y desarrollo visual de materiales y soportes de difusión.

**Línea C. Difusión y mediación de proyectos culturales.** Orientada a aquellas personas interesadas en desarrollar estrategias de mediación cultural: actividades didácticas, creación de materiales didácticos, actividades de visitas y divulgación con grupos, generación de textos y otros materiales de divulgación, etc.

### Información e inscripción:

Centro Mediterráneo  
Complejo Administrativo Triunfo  
Cuesta del Hospicio s/n, 18071 Granada  
Tel. 958242922 / 958246201 Fax 958242886  
cemed@ugr.es  
www.centromediterraneo.com  
Vicerrectorado de Extensión Universitaria

### DIRECCIÓN DEL CURSO

María Regina Pérez Castillo

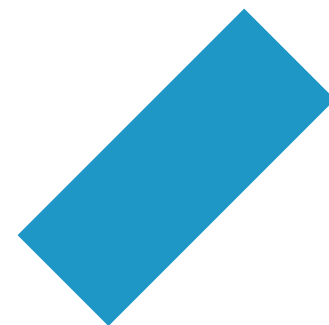


# COMISARIADO Y GESTIÓN DE PROYECTOS EXPOSITIVOS

23 / 24 / 25 / 26 / 27 / 30 / 31 DE ENERO  
1 / 2 / 3 DE FEBRERO DE 2017

### IMPARTE

María Regina Pérez Castillo y Gema Rueda Meléndez



30 HORAS / 30 EUROS / 20 PLAZAS

Organiza: Centro Mediterráneo y On Going-BBAA

## BREVE DESCRIPCIÓN DEL CURSO

Este monográfico está diseñado como un curso de especialización profesional con el objetivo de dotar al alumnado de las competencias necesarias para gestionar proyectos expositivos, desde el diseño de la idea hasta el montaje de la exposición.

Llevar a cabo la gestión de un proyecto expositivo abarca un gran número de actividades y responsabilidades. En él se entrecruzan profesiones diversas que van del comisariado a la crítica de arte, el diseño, la historia del arte, la publicidad y la gestión administrativa. En este curso ofreceremos una visión transversal de las múltiples dimensiones técnicas que requiere la gestión de un proyecto expositivo.

## COMPETENCIAS DE LOS ALUMNOS

1. El alumno conocerá/comprenderá:
  - Presentación, exploración y definición del área de trabajo del gestor cultural. Familiarizar y conocer los entresijos de esta práctica profesional en todas sus fases y sectores.
  - Aprendizaje de los procesos que componen la gestión cultural, con especial atención al proceso creativo del proyecto expositivo y la “venta” del mismo.
  - Conocimiento del valor que tiene hoy la gestión cultural en todas sus dimensiones.
2. El alumno será capaz de:
  - Adquirir una metodología de trabajo, para aprender a desarrollar de forma integral un proyecto expositivo.
  - Diseñar un proyecto expositivo de interés que esté relacionado con la actualidad y que sea de interés social.
  - Desarrollar estrategias de comunicación y marketing con el objetivo de vender el proyecto expositivo a una institución pública o privada.
  - Llevar a cabo labores de montaje y desmontaje de una exposición. Desarrollar estrategias museográficas que enganchen al espectador.

## NOTA

En cada sesión se reservará media hora para tratar dudas y tutorizar los proyectos que los alumnos trabajarán de manera autónoma e independiente. De este modo se subsanarán las sesiones de tutorías que no aparecen registradas en el esquema temporal.

## PROGRAMA DEL CURSO

**Día 1: 23 de enero**  
**9:00-12:00, Facultad de Bellas Artes**  
María Regina Pérez Castillo

Presentación y breve recorrido histórico del campo profesional  
Toma de contacto con la profesión, circunscribir el campo profesional y paradigma actual.  
Sesión teórica sobre cómo adquirir una metodología proyectual.  
Primer ejercicio de investigación y análisis de ejemplos.  
Puesta en común y el análisis de los resultados del día, lo cual nos ayudará a conocernos y valorar en positivo el trabajo de cada alumno/a.

**Día 2: 24 de enero**  
**9:00-12:00, Facultad de Bellas Artes**  
María Regina Pérez Castillo

Procesos de trabajo y acercamiento al proceso creativo  
Antes de comenzar el proyecto: idea, finalidad y objetivos  
1. El proyecto expositivo  
1.1. Otras consideraciones generales sobre el proyecto expositivo  
2. La idea  
2.1. Idea vs. Originalidad  
2.2. Cómo comenzar a desarrollar la idea  
3. Orígenes y antecedentes  
4. Finalidad  
5. Objetivos  
5.1. Fórmula para expresar la finalidad y objetivos

**Día 3: 25 de enero**  
**9:00-12:00, Facultad de Bellas Artes**  
María Regina Pérez Castillo

El equipo y sus necesidades técnicas  
1. El equipo de trabajo  
1.1. Reparto de tareas  
2. Aspectos técnicos  
2.1. Los proveedores  
3. Timing. La planificación del tiempo

**Día 4: 26 de enero**  
**9:00-12:00, Facultad de Bellas Artes**  
María Regina Pérez Castillo

Presupuesto y Patrocinadores  
1. El presupuesto  
1.1. Tres modelos de relación económica entre la institución y el gestor  
1.2. Cómo presentar el presupuesto a la institución  
1.3. ¿Cuánto cobra un comisario?  
2. Los patrocinadores  
2.1. ¿Qué nos va a exigir el patrocinador?  
2.2. ¿Qué le interesa al patrocinador de nuestro proyecto?  
2.3. ¿Cuándo solemos cobrar lo pactado con los patrocinadores?

**Día 5: 27 de enero**  
**9:00-12:00, Facultad de Bellas Artes**  
María Regina Pérez Castillo

La dinámica territorial y las particularidades de los destinatarios  
1. La dinámica territorial  
2. Los destinatarios

**Día 6: 30 de enero**  
**9:00-12:00, Facultad de Bellas Artes**  
María Regina Pérez Castillo

Presentación del proyecto  
Apartados del proyecto  
1. El proyecto en lo formal  
2. Diferenciación de proyectos

2.1. La dirección de la institución  
2.2. Los medios de comunicación  
2.3. Los patrocinadores  
2.4. Los artistas participantes  
3. La selección de la institución  
4. El contacto con la institución  
5. Perder el miedo a la institución  
6. La entrevista  
6.1. Antes de la entrevista  
6.2. Durante la entrevista  
6.3. ¿Qué soportes podemos utilizar durante la entrevista?  
6.4. Temas recurrentes durante la entrevista  
6.5. Después la entrevista  
6.6. Prepararnos para el ‘no’ de la institución  
7. El contrato con la institución

**Día 7: 31 de enero**  
**9:00-12:00, Facultad de Bellas Artes**  
María Regina Pérez Castillo

Difusión y comunicación: medios tradicionales  
1. La difusión del proyecto  
1.1. La importancia de la imagen/marca  
1.2. El plan de medios  
1.3. Canales de difusión  
2. Herramientas tradicionales de comunicación  
2.1. La nota de prensa  
2.2. Dossier de prensa  
2.3. Rueda de prensa  
2.4. Merchandising  
3. Relación con los periodistas

**Día 8: 1 de febrero**  
**9:00-12:00, Facultad de Bellas Artes**  
María Regina Pérez Castillo

Difusión y comunicación: nuevos medios. Marketing Cultural.  
1. Nuevas herramientas de comunicación  
1.1. El correo electrónico  
1.2. Redes sociales  
1.2.1. Facebook  
1.2.2. Twitter  
1.2.3. Precauciones con redes sociales  
2. Marketing Cultural  
2.1. La comunicación  
2.2. El producto cultural  
2.3. El precio  
2.4. La distribución  
2.5. Las personas  
2.6. El entorno físico  
3. Estrategias de Marketing Cultural

**Día 9: 2 de febrero**  
**9:00-12:00, Facultad de Bellas Artes**  
Gema Rueda Meléndez

Del espacio sensitivo al espacio colaborativo I  
1. Almacenamiento de la obra de arte  
2. Manipulación de la obra de arte

**Día 10: 3 de febrero**  
**9:00-12:00, Facultad de Bellas Artes**  
Gema Rueda Meléndez

Del espacio sensitivo al espacio colaborativo II  
1. Embalaje y transporte de la obra de arte  
2. Técnicas y recursos de un montaje expositivo hoy

