

C NECTA EMPRENDE

Bases

**CONVOCATORIA
PARA EL CURSO
“MARKETING Y
COMUNICACIÓN
PARA INICIATIVAS
CULTURALES”
EN EL MARCO DEL
SERVICIO CONECTA**

Setiembre - Octubre 2021

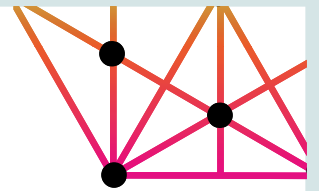


PERÚ

Ministerio de Cultura



ANTONIO
RUIZ
DE MONTOYA
UNIVERSIDAD JESUITA



BASES

CONVOCATORIA PARA EL CURSO “MARKETING Y COMUNICACIÓN PARA INICIATIVAS CULTURALES” EN EL MARCO DEL SERVICIO CONECTA

Setiembre - Octubre 2021

1. Sobre la convocatoria

CONECTA es un servicio de capacitación dirigido a artistas, gestores y emprendedores de las industrias culturales y las artes del Perú. La estrategia para el año 2021 toma en cuenta el lineamiento 1 del objetivo 3 de la Política Nacional de Cultura, referido al fortalecimiento de las capacidades de los agentes del sector cultural y artístico, así como el producto 1 del Programa Presupuestal por Resultados 140, y las necesidades de reactivación para el sector de las industrias culturales y artes debido a los impactos socioeconómicos generados por el COVID - 19.

En ese sentido, el Ministerio de Cultura, con la colaboración de la Universidad Antonio Ruiz de Montoya - UARM, abre la convocatoria para el curso de formación “Marketing y comunicación para iniciativas culturales”, el cual se desarrollará, mediante modalidad virtual, el 22 y 29 de setiembre; y el 6 y 13 de octubre del 2021.

Este espacio está dirigido a fortalecer las capacidades de los artistas, emprendedores y gestores culturales del Perú, brindando herramientas y recursos que apunten al fortalecimiento de sus iniciativas o proyectos culturales, respondiendo también a la necesidad de adaptación y reactivación frente al contexto de pandemia. Este curso abordará los conceptos básicos del marketing cultural, identificación del público al que nos dirigimos y las estrategias específicas para alcanzarlos. También se abordará cómo identificar a nuestros posibles aliados con la finalidad de garantizar los resultados del proyecto y así posibilitar su sostenibilidad.

2. Finalidad de la convocatoria

Fortalecer las capacidades de artistas, gestores y emprendedores culturales que buscan comunicar y promocionar sus iniciativas y/o propuestas culturales para llegar a más públicos y de manera más efectiva.

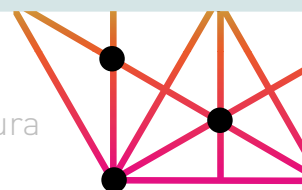
Seleccionar a 50 participantes, quienes accederán a 4 sesiones, incluidas las sesiones de aprendizaje y tutoría grupal, para la retroalimentación de sus proyectos culturales por parte de un docente.

3. Objetivos del curso

- a. Brindar a los artistas, gestores y emprendedores culturales independientes conceptos y herramientas de comunicación y marketing cultural que respondan a la necesidad de adaptación y reactivación frente a los cambios generados por el contexto de pandemia.
- b. Elaborar conjuntamente estrategias de comunicación y marketing cultural, hechas a medida para cada grupo de trabajo.
- c. Impulsar redes de colaboración entre artistas, gestores y emprendedores culturales.

4. Sobre los y las postulantes

- a. Pueden postular ciudadanas y ciudadanos peruanos, y extranjeros residentes en el Perú. Los postulantes deben ser trabajadores culturales dependientes e independientes que desarrollen y/o participen en iniciativas, actividades y/o proyectos dentro del sector de las industrias culturales y las artes en el país.
- b. No pueden inscribirse en la convocatoria:
 - i. Quienes a la fecha de lanzamiento de la convocatoria no tengan cumplidos dieciocho (18) años de edad.
 - ii. Trabajadores y prestadores de servicios del Ministerio de Cultura, bajo cualquier modalidad.
 - iii. Miembros del Comité de Selección (encargados del proceso de selección), ni sus parientes, hasta el tercer grado de consanguinidad o el segundo de afinidad.



5. Criterios de selección

- a. Experiencia: Como mínimo dos años de experiencia demostrables en el sector de las industrias culturales y artes. Se tomará en cuenta la experiencia específica del postulante en temas relacionados al curso.
- b. Motivación y aporte a las industrias culturales y creativas en el Perú: Razones por las cuales el postulante desea participar y el aporte que busca realizar para el desarrollo de las industrias culturales y creativas en el Perú.

Cuota de regiones: Se contempla una cuota mínima de 50% para los postulantes domiciliados en regiones diferentes a Lima, y/o autoidentificados como indígenas y/o afroperuanos. El Comité de Selección evaluará la aplicación del % de este criterio al momento de la evaluación, según el número de postulaciones provenientes de regiones, en regiones diferentes a Lima, y/o autoidentificados como indígenas y/o afroperuanos.

6. Revisión de las postulaciones

- a. Solo pasarán a evaluación las postulaciones que cumplan con lo establecido en las presentes Bases. Las postulaciones incompletas o que no cumplan con lo dispuesto en las Bases serán descalificadas. El proceso no contempla etapa de subsanaciones.
- b. La evaluación de las postulaciones estará a cargo de un Comité de Selección conformado por tres (3) representantes de la Dirección General de Industrias Culturales y Artes del Ministerio de Cultura, quienes suscribirán un acta única de evaluación. El fallo del Comité de Selección es inapelable.
- c. El Comité de Selección deberá seleccionar a 50 participantes para la presente convocatoria, así como 5 accesitarios.
- d. La Dirección General de Industrias Culturales y Artes del Ministerio de Cultura se comunicará con los participantes seleccionados del curso mediante correo electrónico.

7. Sobre el curso

En un contexto de cambios permanentes y de una sobreoferta de actividades e iniciativas culturales nacionales e internacionales, destacar para llegar a los públicos con nuestras propuestas es un gran reto que se puede superar a través de una buena gestión de la comunicación y del marketing cultural.

El marketing cultural forma parte de la comunicación y de la gestión proyectos. Su objetivo es crear relaciones sólidas con los públicos para garantizar la sostenibilidad de los proyectos.

El marketing cultural permite identificar los valores de nuestra iniciativa cultural, al público al que nos dirigimos y las estrategias para alcanzarlos, así como a nuestros posibles aliados con la finalidad de garantizar los resultados del proyecto y así posibilitar su sostenibilidad.

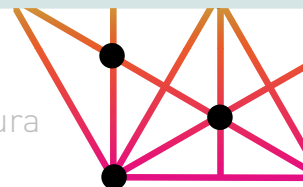
Por ello, este curso está dirigido a todos los artistas, gestores y emprendedores culturales que buscan aprender los conceptos y herramientas básicas de la comunicación y el marketing cultural para poder tomar decisiones basadas en datos reales e implementar estrategias que les permitan destacar y conseguir los resultados esperados.

Los y las participantes seleccionados para llevar el curso podrán acceder a:

- 4 sesiones planificadas para los días 22 y 29 de setiembre; y 6 y 13 de octubre de 18:00 h a 20:30 h, que resultan en un total de 16 horas pedagógicas de formación, distribuidas en cuatro sesiones pedagógicas y trabajos grupales, de acuerdo a lo estipulado en el Anexo 1 de la presente convocatoria.
- Plana docente de la Universidad Antonio Ruiz de Montoya - UARM, con experiencia en temas de comunicación y marketing cultural en el sector cultural.
- Tutoría grupal para la retroalimentación de sus proyectos culturales por parte de un docente.
- Presentación de proyectos en la última sesión del curso.
- Constancia de participación a quienes hayan asistido a todas las sesiones.

Asimismo, el curso contempla la tutoría grupal a todos los participantes, quienes formarán 10 equipos de trabajo colaborativos y multidisciplinarios, conformados por 5 personas cada uno.

- Las tutorías grupales se ofrecerán durante las 3 sesiones de trabajo, durante los últimos 30 minutos de cada sesión. En la cuarta, la retroalimentación se hará después de cada presentación.
- En la cuarta sesión se hará una presentación pública de los proyectos realizados con la finalidad de compartir con el público los conocimientos adquiridos y las herramientas aplicadas.
- El plan académico, las lecturas de apoyo, los materiales audiovisuales de consulta y los proyectos elaborados durante el curso serán de libre acceso



mediante la plataforma web de Conecta, un mes después de haber finalizado el curso.

- En el supuesto en el que el participante no haya cumplido con la asistencia establecida, no podrá figurar en los créditos de trabajo del proyecto.
- La totalidad de los participantes podrán compartir sus proyectos a través de la plataforma virtual que ofrece el Ministerio de Cultura. De esta manera, podrán recibir comentarios y sugerencias del resto de participantes, lo que contribuirá a seguir potenciando el aprendizaje colaborativo.

8. Metodología

Se utilizará la metodología “Aprender haciendo” (Learning by doing). Esta busca que los participantes apliquen de inmediato lo aprendido.

La dinámica será la siguiente: sesiones sincrónicas impartidas de manera virtual a través de la plataforma virtual Zoom y de la plataforma virtual que ofrece el Ministerio de Cultura.

9. Sobre las sesiones

Los contenidos del curso serán impartidos a través de 4 sesiones virtuales en la plataforma Zoom. Después de realizarse cada sesión, se pondrá a disposición de los y las participantes el video de la clase para que puedan visualizarlo las veces que lo requieran, mientras dure el periodo del curso. También se facilitará el material complementario y de refuerzo.

10. Sobre la constancia de participación

La constancia de participación que se entregará a las personas participantes del curso Marketing y Comunicación para Iniciativas Culturales tendrá validez académica oficial. Será emitido y otorgado por la Universidad Antonio Ruiz de Montoya - UARM.

Este tipo de estudios permiten obtener constancias de participación y acreditar horas de formación, contribuyen al crecimiento personal y pueden ser valorados positivamente por los empleadores en procesos de selección.

11. Cronograma

Proceso	Fecha
Apertura de convocatoria	27 de agosto
Cierre de convocatoria	12 de setiembre - 11:59 p.m
Revisión de postulaciones	13, 14, 15 de setiembre
Publicación de resultados	16 de setiembre
Fechas de sesiones	22 de setiembre - De 6:00 p.m. a 8:30 p.m. 29 de setiembre - De 6:00 p.m. a 8:30 p.m. 6 de octubre - De 6:00 p.m. a 8:30 p.m. 13 de octubre - De 6:00 p.m. a 8:30 p.m.

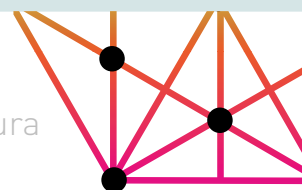
12. Presentación de postulaciones

La postulación es gratuita y se realizará mediante el envío del formulario en línea correspondiente. Debe completarse en su totalidad (sin excepción). Los formularios incompletos se descartarán automáticamente. La presentación de postulaciones podrá realizarse desde del 27 de agosto hasta el 12 de setiembre (11:59 p.m.) a través del siguiente enlace: <https://forms.gle/J3zggcAN5rK1pfKq9>

13. Acciones administrativas y judiciales respecto de la presentación y declaración de información falsa

En caso de comprobarse fraude o falsedad en la declaración, información o en la documentación presentada por algún participante, el Ministerio de Cultura considerará no satisfechas las obligaciones antes descritas para todos sus efectos. En caso la postulación hubiera sido seleccionada, el Ministerio de Cultura retirará el merecimiento otorgado, debiendo el postulante reintegrar cualquier gasto en el que haya incurrido el Ministerio de Cultura para la ejecución del merecimiento correspondiente. En dicho caso, se procede a comunicar el hecho a la autoridad competente.

Además, si la conducta se adecúa a los supuestos previstos en el Título XIX, Delitos contra la Fe Pública, del Código Penal, esta debe ser comunicada a la Procuraduría Pública del Ministerio de Cultura a fin de que que interponga la acción penal correspondiente, tal y como lo establece el numeral 33.3 del Artículo 33° del T.U.O. de la Ley N° 27444.



14. Compromisos de los seleccionados

- a. Asistir de manera puntual a toda la programación del curso, respetando y teniendo en cuenta el número máximo de inasistencias permitidas, así como los criterios establecidos para aquellos participantes recibirán tutorías individualizadas.
- b. Contar con la implementación tecnológica adecuada para realizar con normalidad y sin ninguna dificultad las sesiones virtuales del curso.
- c. No grabar y/o difundir las clases bajo ninguna circunstancia. El incumplimiento de este compromiso podría configurar una conducta pasible de sanción por derechos de autor y/o derechos de imagen.
- d. Luego de la finalización del curso, cada participante deberá enviar en un plazo de una semana la encuesta virtual de evaluación, de acuerdo al formato remitido por el Ministerio de Cultura.
- e. Socializar su experiencia y aprendizajes con los miembros del sector sobre su participación como beneficiario del servicio CONECTA.
- f. Dar cumplimiento a las normas de protección de los derechos de autor y derechos conexos en relación con todos y cada uno de los bienes, obras literarias y artísticas, interpretaciones o ejecuciones artísticas y/o fonogramas, que hagan parte de los proyectos presentados.
- g. De no cumplir todos los compromisos detallados en las Bases, no podrá participar en las convocatorias del siguiente año impulsadas por el Ministerio de Cultura bajo el programa.

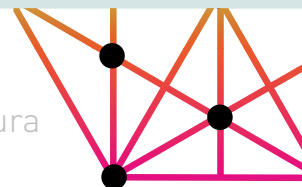
15. Consultas e informes

Correo electrónico: conecta@cultura.gob.pe

CLÁUSULA LEGAL:

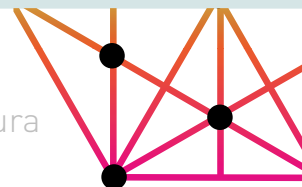
El Ministerio de Cultura podrá hacer cualquier cambio de fecha, convocatoria, condiciones y requisitos. La participación en la convocatoria por parte de los postulantes, es una tácita aceptación a estos posibles cambios, sin que haya lugar a controversias legales, ni indemnizaciones.

Anexo 1 Contenido de sesiones del curso “Marketing y Comunicación para Iniciativas Culturales”		
Sesiones	Descripción	Productos a desarrollar
Sesión 1: Breve introducción a la comunicación y al marketing cultural.	Se compartirán conceptos básicos de comunicación y marketing para iniciativas culturales. Los temas teóricos a abordar son: <ul style="list-style-type: none"> • Fundamentos del marketing cultural. • Características de los productos culturales. Logro: Identificar el valor diferencial de mi iniciativa cultural. Tiempo: <ul style="list-style-type: none"> • Bloque 1: Presentación de la agenda y teorías (1:15 minutos). • Bloque 2: Sesión de trabajo práctico para el uso de herramientas (40 minutos). • Bloque 3: Presentaciones de los trabajos desarrollados durante las clases y retroalimentación (35 minutos). 	- Análisis FODA. - Determinación de las características del producto o iniciativa cultural de uno de los participantes del grupo de trabajo.
Sesión 2: Identificación del público objetivo y canales de comunicación segmentados.	Los temas teóricos a abordar son: <ul style="list-style-type: none"> • Tipologías de públicos. • Identificación de los canales de comunicación de acuerdo al público objetivo al cual nos dirigimos. Logro: Identificar a los diferentes públicos de su iniciativa cultural. Tiempo: <ul style="list-style-type: none"> • Bloque 1: Presentación de la agenda y teorías (1:15 minutos). • Bloque 2: Sesión de trabajo práctico para el uso de herramientas (40 minutos). • Bloque 3: Presentaciones de los trabajos desarrollados durante las clases y retroalimentación (35 minutos). 	- Desarrollo de la identificación del público a través de la metodología usuario-persona. - De acuerdo al tipo de público se identificarán los canales para llegar a él.



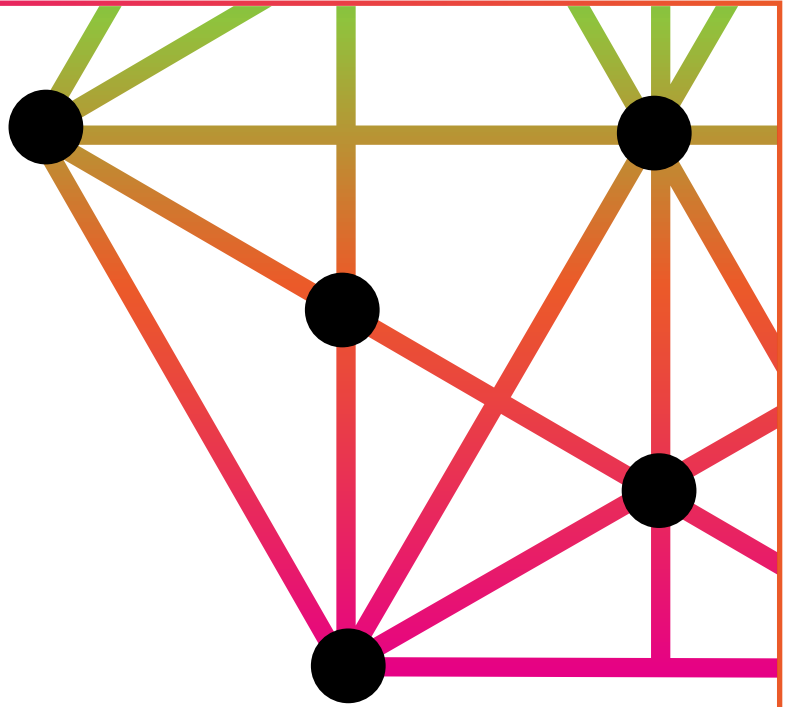
<p>Sesión 3:</p> <p>Elaboración de mensajes claves e identificación de socios estratégicos.</p>	<p>Los temas teóricos a abordar son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Determinación de mensajes para comunicar mi iniciativa. • Las 7 relaciones: Identificación de socios e instituciones colaboradoras. <p>Logro: Desarrollo del mensaje e identificación de posibles socios.</p> <p>Herramienta: Las 7 relaciones del Marketing Relacional.</p> <p>Tiempo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bloque 1: Presentación de la agenda y teorías (1:15 minutos). • Bloque 2: Sesión de trabajo práctico para el uso de herramientas (40 minutos). • Bloque 3: Presentaciones de los trabajos desarrollados durante las clases y retroalimentación (35 minutos). 	<p>- Determinación de los mensajes adecuados para comunicar nuestra iniciativa al público.</p> <p>- Determinación de los socios estratégicos a través del formato de las 7 relaciones del Marketing Relacional.</p>
<p>Sesión 4:</p> <p>Socialización interna de los trabajos desarrollados durante el curso y de las herramientas utilizadas para la mejora de las presentaciones.</p>	<p>Presentación de los 10 trabajos realizados a cargo de sus participantes. Cada grupo tendrá 10 minutos para presentar su trabajo.</p> <p>Luego de cada presentación, tanto la tallerista, como los otros participantes, pueden aportar al trabajo presentado.</p> <p>Tiempo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bloque 1: Presentación de los trabajos y retroalimentación (2:00 horas). • Bloque 2: Debate con todos los participantes para cerrar dudas y preguntas (20 minutos). • Bloque 3: Cierre a cargo de la tallerista (10 minutos). 	<p>Puesta en común de los trabajos para retroalimentación de la tallerista y aportes de los participantes.</p>

Anexo 2	
Formulario de postulación	
I. PERFIL GENERAL DEL POSTULANTE	
Preguntas	Opciones de respuesta
1. Ámbito de las industrias culturales y creativas al que pertenece:	(1) Cine y audiovisual: productores, distribuidores y proveedores de cine y video, videojuegos, animación, televisión, entre otros. (2) Música: músicos y bandas de todos los géneros, producción en vivo (promotor), productor, post producción, gestión/reserva, distribuidores, sello discográfico. (3) Artes escénicas: compañías y/o colectivos de teatro, danza, circo, títeres, clown, narración oral, multidisciplinarios, mimos, productores de artes escénicas y asociaciones teatrales. (4) Artes visuales: galerías y/o artistas de pintura, escultura, grabado, ilustración, arte tradicional, entre otros. (5) Diseño: productores y/o diseñadores en el ámbito del diseño gráfico, diseño de modas, diseño industrial. (6) Editorial: editoriales de libros en papel y/o libros digitales, librerías, distribuidores, autores-editores.
3. Nombres y apellidos:	
4. N° de DNI:	
5. Correo electrónico:	
6. Teléfono o celular:	
7. Edad:	
8. Género:	(1) Femenino (2) Masculino (3) Otro
9. Región:	
10. Provincia:	
11. Distrito:	
12. Por sus costumbres y sus antepasados, usted se siente o considera (marque sólo una opción):	(1) Quechua (2) Aimara (3) Nativo o indígena de la amazonía (4) Perteneciente o parte de otro pueblo indígena u originario (especifique): _____ (5) Afroperuano (6) Blanco (7) Mestizo (8) Nikkei Otros (especifique): _____
13. ¿Cómo se enteró de esta convocatoria?	(1) Redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, otros) (2) Mailing (3) Amigos (4) Centro de estudios (5) Radio Otros: _____



II. EVALUACIÓN DE LA POSTULACIÓN

<p>Experiencia:</p> <p>Descripción de las actividades que ha desarrollado en el ámbito de las industrias culturales y creativas. La información podrá detallar proyectos en los que ha participado, los reconocimientos y/o premios recibidos, subsidios obtenidos, experiencia específica en actividades de comunicación y marketing cultural.</p>	
<p>Motivación:</p> <p>(1) Indique el sector en el que se presenta. (2) Justifique su intención y objetivo de participación en el curso. (3) Aporte del postulante a las industrias culturales y creativas en el Perú.</p>	
<p>¿Desde hace cuántos años se dedica a la actividad cultural/ creativa?</p>	
<p>¿Ha participado en el desarrollo de estrategias de comunicación y/o marketing para proyectos en las industrias culturales y creativas?</p>	<p>(1) Si (2) No</p>
<p>En caso la respuesta sea sí, describa brevemente el nombre de los proyectos y el rol que tuvo.</p>	
<p>*Mediante mi postulación y de resultar seleccionado me comprometo a cumplir los "Compromisos de los seleccionados" de la presente convocatoria.</p>	



C NECTA EMPRENDE



PERÚ

Ministerio de Cultura

www.gob.pe/cultura

Av. Javier Prado Este 2465, San Borja
Lima - Perú



BICENTENARIO
PERÚ 2021