

IESIDE

BUSINESS INSTITUTE

Afundación Obra Social ABANCA

INSTITUTO DE
EDUCACIÓN SUPERIOR
INTERCONTINENTAL
DE LA EMPRESA



**FESTIVAIS
DE GALICIA**



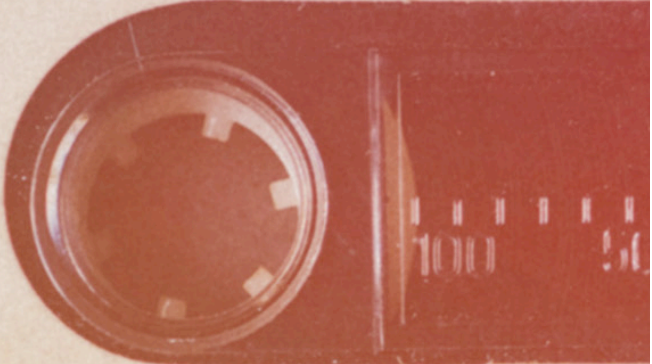
PROGRAMA ESPECIALIZADO EN GESTIÓN DE FESTIVALES

ieside.edu

GESTIÓN DE I

STEREO MONO
SLP

1001



FESTIVALES

SIDE 1

ÍNDICE

¿Por qué este programa?	05
Estructura del programa	06
Programa de formación detallado	09
Profesorado	15
Fechas, horarios y lugar de celebración	18
Precio e inscripciones	19



¿Por qué este programa?

El crecimiento de los festivales de música en nuestro país y su importancia cultural, social y económica no tiene parangón en los últimos años. El Anuario de Estadísticas Culturales del Ministerio de Educación arroja una cifra de más de 970 festivales realizados en España durante el año 2015, y según datos del último informe de Ticketea publicado en 2017, los 50 festivales más grandes de España han superado los 3,5 millones de espectadores en 2016, con un crecimiento de más del 15 % respecto al año anterior.

El peso de Galicia es todavía pequeño frente a comunidades en las que esta actividad está más asentada, como Andalucía, Cataluña o Madrid, pero sigue una senda creciente (alcanza ya los 33 festivales) y sobre todo proyectando una imagen de calidad y diferenciación clara en su oferta. El potencial de crecimiento tanto en número de festivales como en asistentes es enorme, y así lo han entendido los principales promotores de festivales en Galicia, constituyendo una agrupación como Festivais de Galicia, un proyecto colaborativo que busca promover y poner en valor el sector musical y de los festivales en nuestra comunidad.

Desde Festivais de Galicia se es muy consciente de que uno de los pilares en los que debe descansar el futuro de sector es en la profesionalización del mismo a todos los niveles, y especialmente en el ámbito de la gestión. Se trata no solo de mejorar las capacidades y el desempeño de los profesionales actualmente en activo si no también de atraer a nuevos talentos ajenos al sector que pasen a formar parte de los equipos de dirección y gestión.

Para ello, y en colaboración con IESIDE, se ha diseñado el Programa Especializado En Gestión de Festivales, un programa formativo que tiene como fin principal la mejora de la gestión, organización y resultados de los festivales de música a través de:

- ▶ La mejora de conocimientos y habilidades de dirección y gestión de los profesionales del sector, en especial de los directivos y responsables de primer nivel dependientes de los promotores (directores de producción, directores técnicos)
- ▶ La captación de nuevos talentos que puedan incorporarse al sector y desarrollarse profesionalmente

Estructura del programa

El programa que presentamos se estructura en dos grandes bloques de conocimientos, que se corresponden con dos perspectivas de análisis, ambas necesarias y complementarias:

▶ CONOCIMIENTOS ESPECÍFICOS

Un festival de música consiste en una actividad con características muy especiales desde el punto de vista conceptual, logístico, económico y legal que lo hacen diferente a otros tipos de proyectos y/o eventos. Por tanto, es necesario analizar dichas particularidades para obtener una comprensión clara de los factores críticos que componen la cadena de valor de un festival, desde su génesis y diseño hasta su gestión operativa.

▶ CONOCIMIENTOS TRANSVERSALES

Además –sin entrar en contradicción con lo anterior–, un festival es en último término, un proyecto empresarial, que comparte por tanto herramientas y enfoques de dirección y gestión con cualquier otro tipo de actividad empresarial. En este segundo bloque temático tocaremos algunas de las principales áreas de gestión, desde el punto de vista estratégico más global hasta la triple perspectiva de orientación a las personas, el mercado y los resultados.



Las materias correspondientes a cada una de estas áreas de conocimiento no se agrupan temporalmente; es decir, se irán intercalando sesiones de cada uno de ellas, con el fin de enriquecer e interrelacionar conceptos generales y específicos. Los bloques y temáticas concretas que compondrán el programa serán:

BLOQUE 1. LAS NECESARIAS HABILIDADES DEL DIRECTIVO

- ▶ Análisis de problemas y toma de decisiones 4 horas
- ▶ Liderazgo y dirección de equipos 4 horas

BLOQUE 2. LA PERSPECTIVA ESTRATÉGICA EN LA CONCEPCIÓN DE UN FESTIVAL

- ▶ El proceso estratégico: de la definición al control de la estrategia y el modelo de negocio 8 horas
- ▶ La dirección estratégica de un festival: concepto, misión, visión y valores, objetivos 8 horas

BLOQUE 3. EL DISEÑO DEL FESTIVAL

- ▶ El diseño conceptual 8 horas
- ▶ Herramientas de gestión de proyectos 8 horas

BLOQUE 4. LA ORIENTACIÓN AL MERCADO

- ▶ Cómo construir la propuesta de valor: fundamentos y herramientas de marketing 8 horas
- ▶ Estrategia de comunicación: publicidad, relación con medios y marketing digital 16 horas

BLOQUE 5. GESTIÓN OPERATIVA DEL FESTIVAL

- ▶ El soporte legal: procedimientos administrativos, contratos, etc. 8 horas
- ▶ La producción ejecutiva: el rol del director de producción 16 horas

BLOQUE 6. EL SOPORTE ECONÓMICO-FINANCIERO

- ▶ La viabilidad económica y financiera de un festival de música I: Conceptos financieros básicos y diseño del *business plan* 8 horas

BLOQUE 7. FESTIVALES SOSTENIBLES

- ▶ Desde el concepto hasta la comunicación: cómo hacer un festival responsable con el entorno 8 horas

JORNADAS Y MESAS REDONDAS.

- ▶ La realidad del negocio musical y sus perspectivas futuras.
- ▶ Enfoques legales: problemática de la propiedad intelectual y aspectos fiscales.
- ▶ La tecnología y su impacto en el diseño y gestión de festivales.
- ▶ La figura del patrocinador. ¿Qué buscan las marcas al asociarse a un festival?

PROYECTO FINAL: DISEÑO Y PUESTA EN MARCHA DE UN FESTIVAL



Programa de formación detallado

BLOQUE 1. LAS NECESARIAS HABILIDADES DEL DIRECTIVO

- ▶ Análisis de problemas y toma de decisiones
 - ¿Qué es un Problema? problema vs. hecho
 - Diagrama de flujo y diagrama causa-efecto en la resolución del problema.
 - La toma de decisiones en los problemas importantes
 - Técnicas de generación de soluciones: *brainstorming*; metaplán y diagramas de afinidad; pensamiento lateral; seis sombreros para pensar; método 645; mi bloc creativo; el para qué Infinito; la biónica; la técnica de los cinco porqués
 - La comunicación efectiva de las decisiones. El valor de compartir

- ▶ Liderazgo y dirección de equipos
 - Análisis de la situación actual: ¿cómo estamos dirigiendo a nuestros colaboradores?
 - El perfil deseable del líder
 - Los éxitos y los fracasos
 - Conocerse y conocer a los demás
 - ¿Para qué liderar? Los problemas más habituales
 - Las competencias necesarias para dirigir personas
 - Las necesidades y motivaciones de las personas. La satisfacción en el trabajo: el equilibrio y el desarrollo personal
 - Los estilos de dirección. La flexibilidad de estilos
 - La dirección de equipos de trabajo y el trabajo en equipo
 - Delegación y responsabilización
 - Motivación de los colaboradores

BLOQUE 2. LA PERSPECTIVA ESTRATÉGICA EN LA CONCEPCIÓN DE UN FESTIVAL

- ▶ El proceso estratégico: de la definición al control de la estrategia y el modelo de negocio
 - Estrategia y competitividad
 - El proceso estratégico: de la reflexión a la acción. Modelos alternativos
 - La visión como punto de arranque del proceso. Concepto, contenidos y metodología de elaboración
 - El análisis de los factores relacionados con la visión y el diseño de acciones para cubrir el gap estratégico: palancas y frenos en el entorno e internos
 - El plan director: contenido y utilidad
 - El cuadro de mando (CMI) como herramienta de control: proceso de construcción y seguimiento a través del CMI

- ▶ La dirección estratégica de un festival: concepto, misión, valores y objetivos
 - La planificación estratégica de un festival a través de un modelo CANVAS. Preguntas estratégicas: ¿Cómo? ¿Qué? ¿Quién? ¿Cuánto?
 - Misión de un festival: impacto sobre el territorio
 - Generando alianzas: los festivales como factores de desarrollo local
 - Mejorando la propuesta de valor: el sistema de innovación en los festivales y eventos culturales

BLOQUE 3. EL DISEÑO DEL FESTIVAL

- ▶ El diseño conceptual del festival
 - La idea, el concepto. La singularidad y originalidad del proyecto, los factores diferenciales que harán destacar nuestro proyecto en el ecosistema de los festivales ya existentes. Diferenciación, personalidad
 - Breve mapeado de los festivales en España. Análisis de la competencia
 - ¿Por dónde empiezo? Creatividad, *brainstorming*, trabajo de equipo, traslación de ideas a un documento atractivo para instituciones, *management* de artistas, patrocinadores, etc.
 - Plan de negocio, plan de marketing, plan de comunicación, plan de medios. Propuesta de patrocinio
- ▶ Herramientas de gestión de proyectos
 - Contexto y aspectos fundamentales en la gestión de proyectos: organización y entorno, estrategia de selección, rol del director, ciclo de vida, etc.
 - Fases de un proyecto: iniciación, planificación, ejecución, seguimiento y control, cierre
 - Procesos y herramientas de gestión de proyectos. Integración, alcance, tiempo, costes, calidad, recursos humanos, comunicaciones, riesgos
 - Aplicación de la metodología de gestión de proyectos al diseño de un festival

BLOQUE 4. LA ORIENTACIÓN AL MERCADO

- ▶ Cómo construir la propuesta de valor: fundamentos y herramientas de marketing
 - ¿Qué puede aportar el marketing a un festival de música? La orientación del festival al mercado. Por qué satisfacción y fidelización de clientes no son lo mismo
 - Primer principio estratégico del marketing: el mercado no es homogéneo. Segmentación y conocimiento del cliente de valor. El cliente que viene: nuevos comportamientos y pautas de consumo. La segmentación como una oportunidad para ampliar el mercado objetivo

- Segundo principio estratégico del marketing: posicionamiento. Una variable estratégica responsabilidad de toda la empresa: construcción del mapa de posicionamiento de los festivales y ubicación propia
 - Definición de la propuesta y generación de valor a través de la comunicación: *value proposition* (producto y precio) y *value network* (distribución y comunicación)
 - El neuromarketing y el marketing emocional
- ▶ Estrategia de comunicación: publicidad, relación con medios y marketing digital
- Diseño y ejecución de un plan de comunicación cultural: diagnóstico, objetivos, públicos, soportes, estrategias y tácticas, acciones y materiales, cronograma y presupuestos
 - Dudas habituales, nuevas tendencias, herramientas y líneas de trabajo dentro de la comunicación cultural: relación con los medios de comunicación (periodismo, *publicity* y publicidad convencional); web y redes sociales; cartelería, guerrilla, acciones promocionales y comunicación en el cuerpo a cuerpo; *crowdfunding* y otros patrocinios y colaboraciones
 - Comunicación en situaciones de crisis: *must and must not*
 - Visión. Escapando de la comunicación tradicional
 - Contenidos y formatos: qué y cómo lo comunico
 - Creación de historias: el contenido es el rey
 - Co-creación / *branded content*: comunicar junto a *partners*
 - *Storytelling*
 - *Think outside the box*
 - Ejemplos de campañas creativas / impactantes

BLOQUE 5. GESTIÓN OPERATIVA DEL FESTIVAL.

- ▶ El soporte legal: procedimientos administrativos, contratos...
- Deslinde de las figuras jurídicas intervinientes en la producción de festivales: artista, empresario (organizador, productor o promotor), mánager y agente
 - Los contratos para la producción de un festival: teoría general de los contratos. Perfeccionamiento del contrato. Contrato de actuación y cláusulas particulares (suspensión / cancelación, exclusiva, cesiones de derechos, responsabilidades, anexos técnicos / *rider*). Contratos para la cesión de uso del espacio (alquiler y otros). Contratos de servicios y suministros. Contrato de seguro. Contratos para el uso de repertorio autoral
 - Legislación sobre espectáculos: introducción a la normativa de aplicación. La solicitud de autorización para la realización de un espectáculo: contenido. Proceso de autorización y plazos. Las potestades municipales de supervisión y control de espectáculos

- Cuestiones laborales relativas a la contratación de artistas. Movilidad internacional de artistas: introducción a la normativa que regula la prestación de artistas. Validez de las cláusulas que niegan el carácter laboral de la relación entre el organizador del festival y los artistas. Voluntariado. Contratación de artistas internacionales: visados y fiscalidad
- ▶ La producción ejecutiva de un festival: el rol del director de producción.
 - La memoria técnica del festival: elementos que la integran y cómo se cumplimentan
 - Camino de un manual de calidad del festival: control de los procesos, medidas, análisis y evaluación. Gestión de no conformidades y medidas correctoras. Aspecto particular del control de seguridad alimentaria en los servicios de alimentación y bebidas
 - Certificación de instalaciones y actividades
 - Seguridad en espectáculos: introducción. Plan de seguridad específico de un evento: contenido mínimo (características, estudio de riesgos, medidas y medios de protección, implantación, aplicación y control, plan de emergencia y evacuación, informe de incidencias y evolución de resultados). Normativa de aplicación específica estatal y autonómica. Documentación de seguridad para la organización de espectáculos. Factores a tener en cuenta en la planificación de las medidas de seguridad de un espectáculo. Coordinación de actividades cuando en la producción de un festival intervienen varias empresas
 - Prevención de riesgos laborales en la producción de espectáculos: conceptos básicos; festival: obligaciones del organizador y de los trabajadores; riesgos específicos más comunes; gestión de las emergencias. Ergonomía, higiene y riesgos psicosociales en el trabajo: riesgos, medidas preventivas, medidas correctoras
 - Práctico sobre el rol del director de producción: el diseño de los procesos de un festival en la práctica; dirección de la producción, dirección de personal. La decisión de la cancelación de un festival desde el punto de vista de la dirección: cuándo tomar la decisión y ejemplos prácticos

BLOQUE 6. EL SOPORTE ECONÓMICO-FINANCIERO.

- ▶ La viabilidad económica y financiera de un festival de música: conceptos financieros básicos y diseño del *business plan*
 - Los ciclos de actividad de las empresas
 - La riqueza de una compañía: el patrimonio
 - La variación del patrimonio en el tiempo: el resultado
 - El ciclo de liquidez
 - Rentabilidad y riesgo
 - La planificación económico-financiera a corto plazo
 - Entornos generales y específicos
 - La fijación de objetivos
 - Los planes de ejecución
 - La definición del plan económico-financiero
 - Simulaciones de entornos y sensibilidades

BLOQUE 7. FESTIVALES SOSTENIBLES.

- ▶ Desde el concepto hasta la comunicación: cómo hacer un festival responsable con el entorno.
 - Introducción a los criterios de sostenibilidad en eventos.
 - Introducción a los impactos ambientales e indicadores de sostenibilidad. Huella de carbono
 - Impactos socioeconómicos
 - Sensibilización y comunicación en materia de sostenibilidad
 - Certificaciones de sostenibilidad en eventos
 - Grandes ejemplos inspiradores

JORNADAS Y MESAS REDONDAS.

Se celebrarán a lo largo del programa cuatro jornadas y mesas redondas. Se busca, con este formato, dar cabida a aportaciones, ideas y tendencias por parte de agentes de distinto tipo vinculados al mundo musical en general y de los festivales en particular, desde expertos a empresas patrocinadoras.

Se contempla la realización de cuatro jornadas, con una duración aproximada de dos horas cada una y que giran alrededor de la siguientes temáticas:

- ▶ **La realidad del negocio musical y sus perspectivas futuras**
- ▶ **Enfoques legales: problemática de la propiedad intelectual y aspectos fiscales**
- ▶ **La tecnología y su impacto en el diseño y gestión de festivales**
- ▶ **La figura del patrocinador. ¿Qué buscan las marcas al asociarse con un festival?**

PROYECTO FINAL: DISEÑO Y PUESTA EN MARCHA DE UN FESTIVAL

A lo largo del programa y de las distintas sesiones se desarrollará un proyecto final que consistirá en el diseño de un festival. A partir del encargo de un cliente interesado en promover esta acción, los estudiantes deberán redactar una propuesta integral que incluya todos los aspectos necesarios para la conceptualización y producción de dicho festival conforme a las indicaciones del cliente. A lo largo de las sesiones se irán trabajando aspectos relacionados con los mismos y se aplicarán los conocimientos adquiridos de un modo práctico, con el objetivo de preparar a los estudiantes para redactar y defender un proyecto en un entorno profesional.

El trabajo se organizará en grupos de 4-5 personas, será tutorizado por los profesores participantes en el programa y será expuesto y defendido ante un tribunal a la finalización del mismo. Si el proyecto resulta viable, podría llegar a convertirse en un festival real en el que trabajasen los estudiantes seleccionados.



Profesorado

Francisco Javier Alonso González

Licenciado en Derecho y abogado por el Ilustre Colegio de Vigo. Profesor en el Máster sobre Propiedad Intelectual y Nuevas Tecnologías de la Universidad Autónoma de Madrid, del módulo producción de espectáculos. Fue gerente y actual secretario de la Asociación Galega de Empresas Musicáis. Gerente de la AIE Festivais de Galicia. Anteriormente fue productor ejecutivo de espectáculos y director-gerente de Nordesia Produccións S.L. y de la Fundación Illa de San Simón.

Fernando Álvarez Blanco

Diplomado en Ciencias Empresariales por la Universidade de Santiago de Compostela. Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidade de Vigo. PDGE por IESIDE. Ha trabajado en los departamentos financieros de Vego Supermercados (actual Vegalsa) y de Forbo España, y ha sido director económico-financiero del Grupo Gonzacoca, Eurogramco y Grupo Granitatis. Actualmente es socio director en el área de finanzas corporativas de Auren Consultores y profesor colaborador en el área de finanzas en IESIDE.

Carmen Blanco Teijeiro

Licenciada en Psicología Social y del Trabajo por la Universidade de Santiago. MBA y Curso Superior en Dirección de RR. HH. por IESIDE. Técnico superior en Prevención de Riesgos Laborales por el Colegio Oficial de Ingenieros de Minas de Asturias. Ha sido consultora en desarrollo organizacional y profesora en el área de RR. HH. y habilidades directivas en diversas instituciones y empresas. Actualmente es socia consultora en Equaltecnia, directora de RR. HH. de AmsLab y profesora de IESIDE.

José Luis Cabarcos Corral

Licenciado en CC. Económicas y Empresariales por la Universidade da Coruña. MBA por IESIDE. Certificado PMP por el Project Management Institute y certificado Lean Six Sigma por LSSI. Entre otros puestos, ha sido director de operaciones del Grupo Aluman, director general de IFFE Business School, y socio de Zona Padel y Squash. Actualmente es director general de CEO Solutions y responsable del programa Executive MBA de IESIDE.

Antonio Cañas Rojas

Ingeniero industrial, con una vasta formación y experiencia en economías circulares, ecodiseño y análisis de ciclo de vida, eficiencia energética, energías renovables y certificación. Desde 2014 es embajador y representante en España de EE MUSIC, plataforma de referencia a nivel europeo en sostenibilidad en eventos musicales. Jurado de los Premios Fest como experto en festivales sostenibles. Desde hace unos años dirige Greenize, ingeniería que ofrece servicios para la cuantificación de impactos de sostenibilidad e implementación de proyectos de eficiencia energética y energías renovables en entornos urbanos y grandes eventos. Co-fundador del Festival Somos Estrellas.

Pablo Castejón Ruíz

Licenciado en Geografía e Historia por la Universidad Autónoma de Madrid. Máster en Organización y Dirección de Recursos Humanos por ICADE. Programa de Alta Dirección por IESIDE. Programa Superior de Coaching Ejecutivo y Programa de Coaching Sistémico de Equipos por IESIDE. Ha sido director del área de ciencias sociales de la Editorial Santillana, responsable de programas de formación para directivos en el Grupo Eulen, socio director de AVAN Consultores (Madrid), socio consultor de EOSA (Vigo) y director de relaciones con clientes y director académico de IESIDE. Actualmente es profesor y director de desarrollo profesional de IESIDE.

Sonia Díaz Pereiro

Licenciada en periodismo pola Universidade de Santiago de Compostela y BACH en Estudios Culturales por la University of Glamorgan, Reino Unido. Asesora ICEX en Internacionalización Empresarial, fue responsable de comunicación de Nordesía Producións, Editorial Galaxia y Cultural. En la actualidad, coordina la comunicación de la Academia Galega do Audiovisual, Carballo Interplay, Festival SonRías Baixas y Festival Agrocuir da Ulloa. Técnica de proyectos para la Asociación Galega de Reporteiros Solidarios. Docente en el Curso de Experto Universitario en Gestión Cultural de la USC desde su creación.

Ángel Dieste Aboy

Gerente y fundador del MK Norte, empresa de servicios de seguridad, y director de seguridad de los festivales O Marisquiño y Resurrection Fest. Ha coordinado la seguridad de festivales como Bilbao BBK Live, Mad Cool, Azkena Rock o Portamérica y de giras de artistas como Iron Maiden, Vetusta Morla, Fito & Fitipaldis, Kiss, entre otros muchos. Es el coordinador de seguridad en los partidos locales del Monbus Obradoiro (Liga ACB).

Gerardo Estévez Suárez

Licenciado en Ciencias Empresariales y Diplomado en Auditoría por la Universidade de Vigo. Entre otros puestos, ha sido director de control de gestión y director de operaciones de Conservas Antonio Alonso, director gerente del Grupo Esypro y director general de DPI Consultores. Ha sido director del Executive MBA de IESIDE, donde actualmente es profesor colaborador, y socio director de Elige Plus Consultores de Dirección.

Víctor Flores

Licenciado en Ciencias de la Información por la Universidade de Santiago de Compostela. Profesor de postgrado en la Universidad Camilo José Cela: Máster en Dirección de Protocolo, Producción, Organización y Diseño de eventos. Comisario y programador eventos culturales. Ex-director de marketing cultural de Red Bull España. DJ.

Julio Gómez Alonso

Director del Festival Sinsal Son Estrella Galicia, festival que ha recibido numerosos premios internacionales y nacionales por la calidad de su producción. Licenciado en Geografía. Técnico Superior en Prevención de Riesgos Laborales. Entre sus trabajos destaca la coordinación de riesgos laborales en el festival que dirige y el desempeño como técnico de prevención en Montelnor S.C.G. y filiales, teniendo bajo su responsabilidad la prevención de riesgos de una plantilla de más de un millar de trabajadores. Gestor cultural de dilatada trayectoria, ha sido responsable de numerosos proyectos como European Acoustic Heritage, en colaboración con universidades y centros de investigación de varios países europeos; Espazos Sonoros, Xunta de Galicia; Balcón de las Músicas, Expo de Zaragoza; Zemos98 Festival, Sevilla; Festival Sala Marte, Salamanca; Festival Posidonia Estrella Galicia, Formentera, Illes Balears; entre otros.

Jordi Lauren

Director de Play Plan Cultural, empresa promotora del Festival SonRías Baixas; gerente y fundador de la Fundación Emerxe Morrazo y de la Galería Sargadelos de Vigo. Socio de la Asociación Galega de Empresas Musicais y de la Asociación y AIE Festivals de Galicia. Licenciado en Historia del Arte Contemporánea y Máster en Gestión Cultural. Experto en planificación, programación, financiación cultural y *booking* de artistas, desempeñando sus habilidades durante los últimos quince años.

Jesús Negreira del Río

Doctor en Farmacia por la Universidade de Santiago de Compostela y Máster en Dirección Comercial y Marketing por IESIDE. Acreditado como profesor de universidad privada por ACSUG. Comenzó su carrera profesional en la multinacional farmacéutica Novartis, donde fue delegado de ventas y *product manager*. En la actualidad es profesor de IESIDE y director de su Máster en Gestión Comercial y Marketing.

Adolfo Neira Lamas

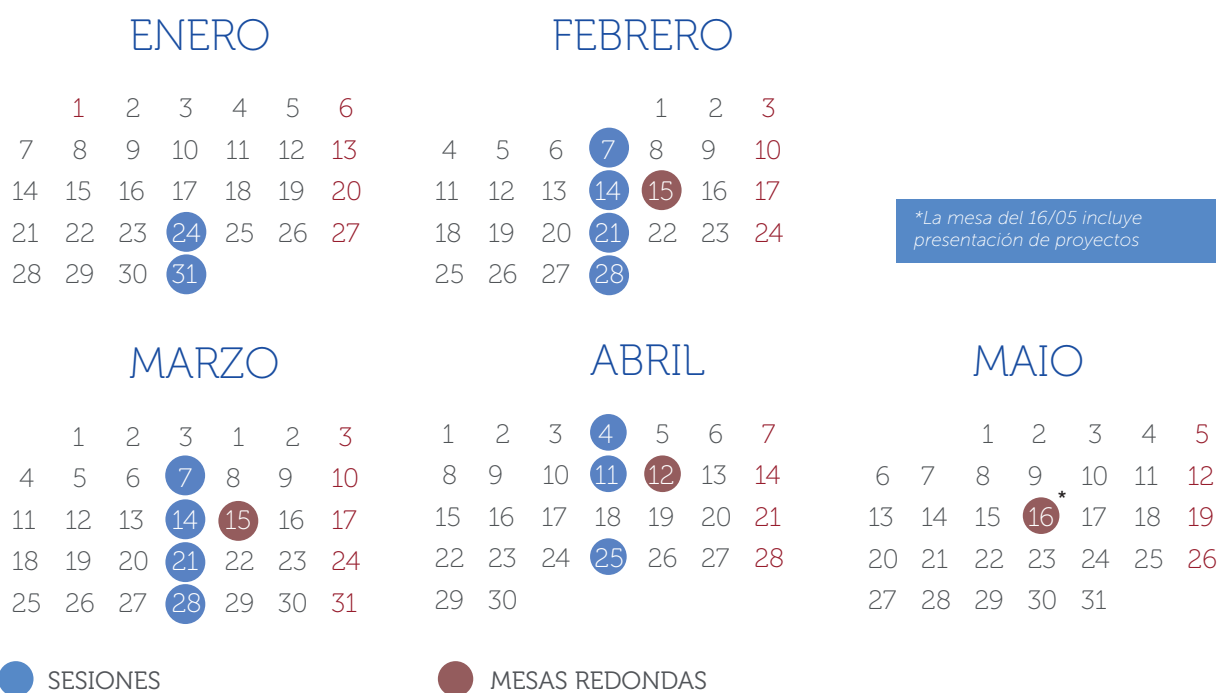
Socio consultor de EOSA, especializado en desarrollo local, cultura y turismo. Licenciado en Ciencias Físicas, por la Universidade de Santiago de Compostela. Diplomado en Administración e Dirección de Empresas y Curso Superior en Dirección Comercial y Marketing por IESIDE. Curso Superior en Gerencia Pública en la Administración Local. Instituto Nacional de Administración Pública (INAP). Director técnico del *Plan de Turismo de Galicia 2016-2020* para el Clúster de Turismo de Galicia. Experto en planificación y gestión de proyectos financiados con fondos europeos. Ha desarrollado numerosos proyectos relacionados con la industria cultural, entre otros el *Estudio de las industrias culturales y creativas en Galicia y Norte de Portugal 2012* (Agrupación Europea de Cooperación Territorial AECT Galicia Norte de Portugal), la integración y elaboración final del *Plan estratégico de la Cidade da Cultura de Galicia*, el estudio *Nuevas competencias y ocupaciones profesionales en el sector de las industrias culturales* (Consellería de Traballo), o el informe *Las cifras de la industria cultural en Galicia* (Agadic).

Fechas, horarios y lugar de celebración

El programa tiene una duración total de 120 horas, correspondientes a:

- ▶ 13 sesiones formativas, de 8 horas cada una. Las sesiones se celebrarán un día a la semana, en horario de 9:30 a 14:30 y 16:00 a 19:00 h, incluyendo comida de grupo de 14:30 a 16:00 h.
- ▶ 4 jornadas/mesas redondas, de una duración aproximada de 2 horas cada una.

Las fechas previstas de celebración serán las siguientes:



Las sesiones se desarrollarán en las instalaciones del Centro Obra Social ABANCA, en Santiago de Compostela (praza de Cervantes)

De cara a un mejor aprovechamiento del programa, el número de asistentes se limita a un máximo de 25 personas.

Precio e inscripciones

Dadas las estrechas relaciones entre Festivais de Galicia e IESIDE, se plantea un esquema de precios bonificados para los profesionales de sus empresas asociadas, del siguiente modo:

	Miembros de Festivais de Galicia	Resto de asistentes
Precio del programa	2.900 €	4.000 €

El importe se desembolsará del siguiente modo:

- ▶ 1^{er} pago: 1.500 € en el momento de la matrícula.
- ▶ 2^o pago: 1.400 € (miembros de Festivais de Galicia) o 2.900 € (resto de asistentes) en el mes de abril de 2019 .



IESIDE

BUSINESS INSTITUTE

INSTITUTO DE
EDUCACIÓN SUPERIOR
INTERCONTINENTAL
DE LA EMPRESA

Afundación Obra Social **ABANCA**

ieside.edu