

DEL TALLER DEL ARTISTA AL MERCADO DEL ARTE

TM

<< CURSO ONLINE >>

DEL TALLER DEL ARTISTA AL
MERCADO DEL ARTE

por MERICIA MORALES

Taller Multinacional

INFORMACIÓN GENERAL

IMPARTE: Mericia Morales

DURACIÓN: 25 horas de acción educativa.

INFORMES: info@tallermultinacional.org

HORARIO: Este curso es asincrónico, por lo que cada alumno elige los días y horarios que más le conviene para revisar materiales didácticos, participar en foros y realizar tareas, dedicando aproximadamente diez horas semanales.

LUGAR: Curso completamente online impartido en el Aula Virtual de Taller Multinacional, por lo que se puede tomar desde cualquier parte del mundo con conexión a internet.

CUPO LIMITADO

CANASTA DE PAGO (copia y pega el siguiente link):

<https://aula.tallermultinacional.org/>

COSTO: \$3,750.00 MXN.

**Becas y descuentos no son acumulables*

***Depósito o transferencia bancaria, únicamente en México.*

Escribe aulavirtual@tallermultinacional.org solicitando los datos bancarios

**Consulta la equivalencia aproximada en tu moneda local usando un convertidor de moneda :<https://www.google.com/finance/convert>*

**El tipo de cambio varía entre el dado por el convertidor y el de PayPal (medio por el cual se realiza el pago con tarjeta de crédito)*

****Precios sujetos a cambio sin previo aviso.*

DESCRIPCIÓN

Todos hablamos de la inmediatez de la información, de la importancia de estar difundiendo nuestro trabajo en las redes sociales y de estar listos para que llegue “la oportunidad”.

La fortuna de la venta pareciera ser privilegio y no práctica constante. La entrada de flujo de capital a través de la concesión de obra se vive lejana en nuestra práctica y solemos alimentarnos de la docencia, la investigación y las escasas becas. La obra descansa en el taller, en el disco duro, en unas impresiones sin enmarcar o en montajes mediocres. Seguimos esperando la gran oportunidad... las oportunidades no llegan, no se buscan: se crean.

A través del curso “Del Taller del Artista al Mercado del Arte”, nos apropiamos de términos y conceptos utilizados en contratos, legislaciones locales, nacionales e internacionales, así como en tratados y condiciones de la relación con los agentes en el sector y mercado del arte, caracterizado por pertenecer a políticas económicas no naturales. Por lo tanto, este curso nos prepara para enfrentarnos a relaciones profesionales, implementando la planificación por escenarios, estudiando casos reales.

DIRIGIDO A:

Creativos principiantes en las áreas de las artes visuales: fotografía, escultura, diseño gráfico, diseño de modas, street art, gráfica, performance, y arte efímero. Que estén en los primeros años de producción o que deseen refrescar su producción iniciando un nuevo plan de inserción en el mercado local, nacional e internacional.

OBJETIVO:

Al final del curso el alumno será capaz de:

- a. Identificar los niveles de mercado del arte.
- b. Identificar los agentes en el mercado a partir del estudio del sector privado, público y particular.
- c. Establecer los aspectos a negociar en la compra, venta, representación y renta de obra para y con galerías, ferias, bienales y las autoridades de aduanas en el extranjero.
- d. Diseñar sus propias herramientas de administración e inventario.
- e. Fijar y negociar los precios de obra, obra por encargo y proyecto.
- f. Conocer los lineamientos sobre autoría intelectual a nivel local, nacional e internacional para la protección de proyectos y obra producida.

TEMARIO DETALLADO:

Semana 1| Tema 1. La relación de consignación y la legislación que la vigila.

- 1.1** Introducción a la economía internacional del arte
- 1.2** Del taller a la galería
- 1.3** Agencias, Galerías, Museos, Ferias, Bienales y concursos con jurado
- 1.4** Acuerdos internacionales
 - 1.4.1** NAFTAIGATT
 - 1.4.2** Trade-Related to aspects of Intellectual Property Rights (TRIPS)

Semana 2| Tema 2. Estrategias de fijación de precios y contratos.Tasación y peritaje

- 2.1** Fijación de precios para artistas jóvenes
- 2.2** Cambios y actualización de precios
- 2.3** Los puntos básicos para un acuerdo de consignación en el extranjero
 - 2.3.1** Contrato de representación
 - 2.3.2** Contrato de consignación
 - 2.3.3** Contrato de compra venta

Semana 3| Tema 3. Plataformas de promoción y estrategia para los tres niveles de mercado

- 3.1** Las redes sociales para el arte
- 3.2** Página web personal y servicios requeridos
- 3.3** Las estadísticas del mercadeo en línea
- 3.4** La práctica real
 - 3.4.1** Estudio de tres casos reales, análisis, debate y propuestas por parte del grupo
- 3.5** Portafolio
 - 3.5.1** Planificación estratégica aplicada al portafolio
 - 3.5.2** La importancia de la calidad en impresión, presentación, montaje, embalaje y certificados de autenticidad
 - 3.5.3** Construcción de recursos propios
 - 3.5.4** Inventarios perpetuos

Semana 4 | Tema 4: Becas, fellowships, internship y trust found

- 4.1** Formato de presentación de proyectos para becas en el sector público
- 4.2** Machotes de cartas de presentación para el sector privado
- 4.3** Estrategias para la construcción de relaciones profesionales comerciales.

METODOLOGÍA:

El alumno tendrá a la mano una serie de lecturas, presentaciones interactivas y videos de soporte, que le permitirán formular preguntas sobre los principales tópicos del mercado del arte actual. Con base en la información semanal, se propondrá un trabajo (tarea semanal) dónde el tutor evaluará: la comprensión del tema y las formas en las que el alumno pondría en práctica los conocimientos adquiridos.

EVALUACIÓN:

El curso consta de 4 semanas, las primeras 2 semanas el alumno tendrá que formular, reportes de lectura y mapas mentales. En el tema 3 – semana 3 elaborará un glosario de terminos importantes, y en la semana 4 diseñará una estrategia de comunicación, diseñará acuerdos, certificados de autenticidad, y evaluará la viabilidad de un sitio web para consultar su dossier de artista. La evaluación del curso se hará con base en la suma del porcentaje alcanzado en cada tarea.

BIBLIOGRAFÍA:

Cada uno de los cursos cuenta con una bibliografía diferente y variada que enriquece el aprendizaje. Esta bibliografía será proporcionada al alumno a través de la plataforma del Aula Virtual del Taller Multinacional.



MERCIA MORALES

Estudió Negocios para el Arte en el Instituto de Arte de Pennsylvania y cursó Principios de Negocios en Harcum College en Bryn Mawr Pennsylvania; es Maestra en Gestión del Patrimonio Cultural por la Universidad Iberoamericana de Puebla y es Licenciada en Comunicación con especialidad en Publicidad y Relaciones Públicas por la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla; tiene práctica en el desarrollo de proyectos culturales; en su haber profesional ha asistido a diversos cursos sobre teoría y crítica de arte en México, Argentina y E.U.

Mericia es profesora en distintas universidades de México en el área de la economía cultural y ha participado como capacitadora del personal del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, en el área de economía y mercadotecnia cultural. Es fundadora del Proyecto Mecenas, oficina de información sobre becas y oportunidades de exposición para artistas, espacios y productores de manera global y está certificada dentro del subsistema nacional de capacitación y

profesionalización para promotores y gestores culturales por parte del CONACULTA. Ha participado como jurado en diferentes becas y apoyos a nivel local y nacional.

Diseñó y coordinó el Diplomado en Gestión Cultural en la antes Facultad de Artes y Diseño de la UNAM.

Actualmente coordina el diplomado en Gerencia y Administración para negocios del Arte en la Facultad de Artes y Diseño de la UNAM, y el Diplomado en Gestión Cultural, modalidad en línea, a través de e- lamm de Casa Lamm.