



Instituto
de arte
contemporáneo

Juan Curto. Creación y dirección de galerías de arte. Octubre 2016

Publicado 03-10-2016

Horario: Del 10 al 11 de octubre, L y M 10:30h – 14:30h

PVP: 120€

Docente : Juan Curto

Organizador: Factoría Cultural y Cámara Oscura

Requisitos: No son necesarios estudios previos sobre las materias tratadas

Contacto: escuela@factoriaculturalmadrid.es

Área : Artes Visuales

Si estás pensando en montar una galería o si ya la tienes y quieres saber más, este es tu curso. Daremos las claves, desde dentro y empezando desde cero, para crear una galería de arte con éxito. Hoy día el mercado del arte es uno de los más complejos y de los más sujetos a cambios en el contexto económico y tecnológico actual.

Con este curso evitaremos el aprendizaje mediante prueba y error, tan difícil y costoso, aportando nuestra experiencia de más de dieciocho años en el sector, tanto desde el punto de vista estratégico como desde la operativa del día a día. Siempre desde el punto de vista de la pequeña y mediana empresa, con los pies en el suelo, y con el sentido común y la optimización de recursos como bandera.

Los destinatarios del curso son todos los emprendedores que quieran introducirse en este mercado y desarrollar su carrera profesional con éxito, así como los profesionales de galerías, artistas, o gestores culturales que quieran mejorar, reciclarse, y saber más. Una vez finalizado el curso los alumnos dispondrán de las herramientas para posicionarse en el mercado, sobrevivir en tiempos de crisis, y ser competitivos.

1. Qué es y qué no es una galería de arte
2. Introducción al mercado del arte: primario/secundario, geográfico, y tipología distributiva
3. El complejo ecosistema del mercado del arte
4. Búsqueda y selección de artistas
5. Diseño de la línea y el programa artístico
6. El espacio expositivo: físico o virtual
7. El plan de negocio:
 - Misión, visión, y valores corporativos

- Análisis de mercado y diagnóstico de situación
 - Comercial y marketing
 - Personas
 - Económico-financiero
 - Jurídico-mercantil
8. La propuesta de valor de la galería
 9. El ciclo de reconocimiento y el ciclo de vida de la galería
 10. Posicionamiento y posición competitiva relativa
 11. Marketing para galerías. Las 4 Ps:
 1. Producto y desarrollo de nuevos productos
 2. Canales de distribución: casas de subastas y nuevas ideas
 3. Promoción: Internet y medios tradicionales, RRPP, networking
 4. Fijación de precios para artistas y obras: estrategias y práctica
 12. Operativa de la galería:
 - Relaciones con clientes: gestión comercial, tipologías de coleccionistas y sus pautas de comportamiento
 - Relaciones con proveedores: producción, transporte, publicaciones, aseguradoras
 - Relaciones con artistas: gestión, contratos, coordinación, dossiers
 - Planificación, diseño, comisariado, y montaje de exposiciones
 - Relaciones con medios de comunicación y gestión de redes sociales
 - Relaciones institucionales: museos y centros de arte
 - Herramientas informáticas: página web, bases de datos, contabilidad, inventario, almacenaje
 13. El papel predominante de las ferias de arte
 - Bienalización, burbuja, y globalización
 - Búsqueda y selección de ferias: quién es quién
 - Criterios de las ferias para seleccionar galerías
 - Estrategias de ubicación: el stand
 14. Agentes en auge: comisarios, asesores de arte, y gestores culturales
 15. Recomendaciones y conclusiones
 16. Visitas a profesionales (galería de arte en Madrid)

Durante el curso, los alumnos deberán desarrollar un plan de negocio, un plan de marketing, o una solicitud de participación en una feria, además de otros ejercicios prácticos.

Juan Curto es propietario y director de cámara oscura galería de arte, especializada en fotografía contemporánea y vídeo. La galería comenzó su andadura en 2007 y expone y promociona el trabajo de artistas emergentes internacionales. cámara oscura se ha convertido rápidamente en una galería de éxito y que marca tendencias, participando en multitud de ferias internacionales de arte. Juan Curto es Bachelor of Arts European Business Studies por la Universidad de HumberSide (Reino Unido), Titulado Superior en Administración de Empresas Europeas con especialidad en Marketing por la Cámara de Comercio e Industria de Madrid, y PDD por el IESE Business School de Madrid. En la actualidad desarrolla su actividad docente como profesor de marketing y mercado del arte. Habitualmente participa como jurado y visionador en premios y festivales. Por último, colecciona fotografía contemporánea desde 1996.

