

ARTE & E-COMMERCE :

¿LAS GALERÍAS DE
ARTE SOBREVIVIRÁN?



INICIA 19 DE NOVIEMBRE

IMPARTE :

MARIEL FÁVILA (MÉXICO)

5 SESIONES. MARTES Y JUEVES

7 : 00 - 9 : 00 PM

\$ 1125

VÍA ZOOM



A background image showing a pair of hands holding a clear glass spray bottle with a white pump dispenser. The hands are positioned as if about to spray. The image is slightly blurred, focusing on the hands and the bottle. A white rectangular box with a thin black border is overlaid on the top right of the image, containing the title text.

ARTE & E-COMMERCE : ¿LAS GALERÍAS DE ARTE SOBREVIVIRÁN?

Haciendo un planteamiento de la era post COVID-19, es claro que el eje central del que partirán las prácticas de los negocios de arte estará directamente relacionada a su capacidad para abordar el canal online como su principal medio de comunicación, venta y operación.

La actualización profesional en los medios digitales está en boga para todas las industrias y sectores. La particularidad del sector de arte requiere una guía a la medida. ¿Cómo utilizar las herramientas del mundo digital adecuadamente para el manejo de bienes de arte?

El objetivo de este curso es ofrecer el marco de planeación de mercadotecnia como una herramienta estructurada que permita visualizar el negocio de arte como un sistema adaptable a las prácticas digitales.

La era post-COVID-19 en México y la esencia del arte son los conceptos rectores del curso. ¿Cómo ser reactivos ante la situación e innovadores y creativos para prosperar?

El resultado final que busca el curso es que el alumno cree un documento de planeación con objetivos claros y reales para aplicar en su negocio de arte en el 2021.



TEMARIO

ARTE & E-COMMERCE: ¿LAS GALERÍAS DE ARTE SOBREVIVIRÁN?

1.Producto

A) Marca en línea.

- 1.Esfera económica a la que pertenece el arte
- 2.Básicos del branding

B)Contenido

- 1.Contenido en redes sociales como productos
- 2.Monetización

2.Precio

A) Estrategias de precio de arte 2020

- 1.Precios públicos, por subasta y descuentos.
- 2.Ventas de pánico

B) Sensibilidad del precio de bienes de arte

- 1.Macroeconomía y Microeconomía
- 2.Finanzas

3.Plaza

A) Espacio intangible de venta

- 1.Esencia de la WEB
- 2.Plataformas y alcances

B) Espacio tangible de venta

- 1.CDI.
- 2.Exhibiciones en vivo seguras

C) México

- 1.Políticas estructurales ante crisis.
- 2.Proceso del permiso de venta en línea por el SAT

D) Plazas innovadoras

- 1.Modelos únicos de venta de arte
- 2.Características, oportunidades y riesgos

TEMARIO

ARTE & E-COMMERCE: ¿LAS GALERÍAS DE ARTE SOBREVIVIRÁN?

4.Promoción

- A) Principios no comerciales de los bienes de arte
 - 1.Naturaleza esencialmente desinteresada en relación al mercado
 - 2. Reconsideración de la industria cultural
- B) Principios del Mix Promocional
 - 1.RRPP
 - 2.Publicidad
 - 3.Venta Personal
 - 4.Marketing Directo
 - 5.Promoción de Ventas
- C) Tendencias
 - 1.Difusión de bienes , artistas y galerías de arte en el 2020
 - 2.Espacio para la innovación

5.(Packaging) Evidencia física

- A) Oportunidad de contacto
 - 1.Empáque
 - 2.Garantía de seguridad y sanidad
- B) Comunicación física
 - 1.Experiencia vivencial
 - 2.Esfuerzos físicos de posicionamiento

6.Personas

- A) Prevención de la Salud
 - 1.Política de sanidad COVID-19
 - 2.Salud mental en tiempos de crisis
- B) Comportamiento del consumidor
 - 1.Business Intelligence y los perfiles demográficos y psicográficos
 - 2.Miedo como un estado de ánimo emergente
- C) Contratación de profesionales
 - 1.Posiciones profesionales especializadas
 - 2.KPI's y tareas específicas de las posiciones

TEMARIO

ARTE & E-COMMERCE: ¿LAS GALERÍAS DE ARTE SOBREVIVIRÁN?

7.Procesos

A) Planeación

- 1.Dirección General
- 2.Metodología

B) Sistematización de procesos comerciales y no comerciales

- 1.Competitividad como un sistema integral de operación
- 2.Eficiencia y Eficacia



RECURSOS EXTRAS

ARTE & E-COMMERCE: ¿LAS GALERÍAS DE ARTE SOBREVIVIRÁN?

Manual “Estrategia Integral de Mercadotecnia para Bienes de Arte POST COVID en México”, **Mariel Favila** (2020).

Bibliografía:

“A History of the Western Art Market”, **Hulst**. University of California Press. (2017)

“Capon’s Maerketing Framework”, **Capon**. Wessex (2009)

“México frente a la crisis”, **Guzmán**. Biblioteca IXE (2009)

“Macroeconomía”, **Dornbusch, Fischer, Startz**. Mc Graw Hill (2009)

Textos en línea:

Reporte del Impacto en las galerías por COVID-19, **Art Economics, UBS con Art Basel** <https://www.artbasel.com/about/initiatives/the-art-market> (2020)

Links:

Organización para la Cooperación y el Desarrollo <https://www.oecd.org/>

Art Basel, <https://www.artbasel.com/>

Deloitte, empresa de asesoría financiera para compañías nacionales e internacionales, <https://www2.deloitte.com/mx/es.html>

Art Tactic, ofrece información de análisis del mercado para galerías de arte <https://arttactic.com/>

Art Logic, ofrece herramientas digitales para la gestión de galerías de arte <https://artlogic.net/>

WGSN, compañía con reportes de macro-tendencias comerciales para industrias creativas <https://www.wgsn.com/es/>

Nielsen, empresa de medición de consumo. Ofrece información de mercados y tendencias del comportamiento del consumidor <https://www.nielsen.com/es/es/insights/>

KEA, European Affairs es un centro de investigación de diseño de políticas internacionales especializado en la cultura y las industrias creativas, en el se puede investigar acerca de las acciones políticas que han implementado en otros países para afrontar la crisis. <https://keanet.eu/>

RECURSOS EXTRAS

ARTE & E-COMMERCE: ¿LAS GALERÍAS DE ARTE SOBREVIVIRÁN?

Clases en línea como cursos complementarios:

CLIMSS es la página oficial de clases en línea por parte del IMSS, con información actualizada en temas de prevención del COVID-19, retorno seguro al trabajo, cuidados especiales para población vulnerable, etc

<https://climss.imss.gob.mx/>



ARTE & E-COMMERCE: ¿LAS GALERÍAS DE ARTE SOBREVIVIRÁN?