

<b>Sector:</b> Artistas creativos e interpretativos	<b>Código CIUO 08:</b> 2659
<b>Subsector:</b> Comercialización e internacionalización de bienes y servicios culturales	<b>Fecha:</b> mayo 2025

## Proyección Internacional para Industrias Creativas

<b>Perfil de ingreso</b>	<p>El curso Proyección Internacional para Industrias Creativas (Curso 2) está dirigido a personas que hayan aprobado el Curso 1: Gestión de proyectos en Industrias Creativas o que cuenten con experiencia comprobable equivalente en la gestión de proyectos culturales, emprendimientos creativos o comercialización de productos culturales.</p> <p>Las personas que postulen deberán demostrar sus conocimientos mediante certificaciones previas, referencias laborales, portafolios de trabajo o participación en iniciativas del sector.</p> <p>También se espera que cuenten con experiencia en el sector cultural y creativo, capaces de acreditar su trayectoria mediante certificaciones laborales, referencias de proyectos, participación en iniciativas culturales o evidencia documentada de su práctica profesional.</p> <p>Se espera que las personas que postulen posean conocimientos básicos sobre herramientas digitales y la dinámica del mercado cultural. Se reconocerán aprendizajes adquiridos en entornos formales, no formales e informales, alineados con estándares internacionales de certificación de competencias ocupacionales.</p>
	<p>La persona que egresa del Curso 2 será capaz de producir y adaptar productos culturales innovadores para el mercado local, regional e internacional, además de desarrollar y gestionar una marca personal sólida en el sector creativo.</p>
	<p>Utilizará herramientas digitales para promover productos culturales en mercados globales, aplicando metodologías de pensamiento de diseño centradas en la persona usuaria.</p> <p>También dominará herramientas de investigación de mercado y análisis de tendencias en el ámbito cultural. Asimismo, fortalecerá su proactividad en la construcción de redes de contacto (networking) y en la gestión de oportunidades comerciales internacionales.</p>

<b>Resultados de aprendizaje esperados por nivel</b>	<p><b>Nivel 3-4:</b> Reconocen y previenen problemas de acuerdo con parámetros establecidos, identifican y aplican procedimientos y técnicas específicas, seleccionan y utilizan materiales, herramientas y equipamiento para responder a una necesidad propia de una actividad o función especializada en contextos conocidos. Previenen y diagnostican problemas complejos de acuerdo con parámetros, generan y aplican soluciones, planifican y administran los recursos, se desempeñan con autonomía en actividades y funciones especializadas y supervisan a otros.</p>
<b>Competencias transversales</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Creatividad e innovación Nivel 2</li><li>• Trabajo Colaborativo Nivel 2</li><li>• Comunicación Nivel 2</li></ul>
<b>Duración total curso:</b>	114 horas.

# Módulo 1: Diseño de propuestas culturales con enfoque en la innovación



**Duración del módulo:** 24 horas teórico prácticas.

Unidad didáctica	Objetivo de aprendizaje	Criterio de desempeño y/o evaluación	Contenido sugerido
<b>UD 1.1</b> Diseño orientado a las personas usuarias	El/la participante será capaz de aplicar metodologías de diseño para desarrollar productos culturales adaptables a distintos mercados.	Desarrolla prototipos funcionales ajustados a las necesidades y características de públicos objetivos.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Principios de diseño participativo,</li><li>• Empatía.</li><li>• Ideación.</li><li>• Elaboración de prototipos.</li><li>• Validación de propuestas.</li></ul>
<b>UD 1.2</b> Creatividad aplicada e innovación en contextos internacionales	Potenciar procesos creativos adaptados a entornos culturales diversos.	Formula propuestas innovadoras contextualizadas y viables.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Técnicas para la generación de ideas.</li><li>• Creatividad aplicada.</li><li>• Análisis cultural.</li><li>• Ejemplos internacionales.</li></ul>

# Módulo 1: Diseño de propuestas culturales con enfoque en la innovación



**Duración del módulo:** 24 horas teórico prácticas.

Unidad didáctica	Objetivo de aprendizaje	Criterio de desempeño y/o evaluación	Contenido sugerido
<b>UD 1.3</b> Mejora continua a partir de retroalimentación	Ajustar propuestas culturales según observaciones del público y criterios de mejora.	Mejora productos aplicando pruebas con retroalimentación sistemática.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Procesos iterativos.</li><li>• Encuestas.</li><li>• Entrevistas.</li><li>• Pruebas comparativas.</li><li>• Evaluación de respuestas del público.</li></ul>

# Módulo 2: Internacionalización de propuestas culturales

Duración del módulo: 32 horas teórico prácticas.

Unidad didáctica	Objetivo de aprendizaje	Criterio de desempeño y/o evaluación	Contenido sugerido
<b>UD 2.1</b> Estudio de mercados culturales internacionales	El/la participante será capaz de investigar contextos y tendencias globales para orientar propuestas culturales.	Presenta diagnósticos de mercados con oportunidades concretas.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Análisis comparativo de mercados.</li><li>• Tendencias.</li><li>• Segmentos culturales.</li><li>• Mapeo de actores relevantes.</li></ul>
<b>UD 2.2</b> Marco jurídico internacional para bienes culturales (Cápsula integrada)	Gestionar contratos y derechos de propiedad intelectual en el comercio cultural global.	Elabora modelos contractuales adecuados al marco legal internacional.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Propiedad intelectual internacional.</li><li>• Acuerdos bilaterales.</li><li>• Tributación en comercio exterior.</li><li>• Regulaciones.</li></ul>

# Módulo 2: Internacionalización de propuestas culturales

**Duración del módulo:** 32 horas teórico prácticas.

Unidad didáctica	Objetivo de aprendizaje	Criterio de desempeño y/o evaluación	Contenido sugerido
<b>UD 2.3</b> Comercialización internacional y modelos de gestión	Diseñar estrategias sostenibles de comercialización cultural en el exterior.	<ul style="list-style-type: none"><li>Propone modelos de gestión viables y adaptables al entorno internacional.</li><li>Plan de internacionalización.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Canales de distribución.</li><li>Plataformas digitales.</li><li>Acuerdos comerciales.</li><li>Planificación estratégica.</li></ul>

# Módulo 3: Sostenibilidad económica y diversificación de ingresos



**Duración del módulo:** 34 horas teórico prácticas.

Unidad didáctica	Objetivo de aprendizaje	Criterio de desempeño y/o evaluación	Contenido sugerido
<b>UD 3.1</b> Fuentes de ingreso en economías creativas (Cápsula integrada)	El/la participante será capaz de identificar y aplicar estrategias para ampliar las fuentes de ingresos de proyectos culturales.	Diseña un modelo económico con múltiples vías de monetización adaptadas a su propuesta.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Consultoría.</li><li>• Productos culturales digitales.</li><li>• Licencias.</li><li>• Membresías.</li><li>• Alianzas estratégicas.</li></ul>
<b>UD 3.2</b> Modelos alternativos de financiamiento cultural	Explorar formas colaborativas y emergentes de financiamiento para el sector cultural.	Evalúa estrategias de sostenibilidad a través de modelos innovadores.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Economía colaborativa.</li><li>• Financiamiento colectivo.</li><li>• Coproducción.</li><li>• Tecnologías emergentes en la cultura.</li></ul>

# Módulo 3: Sostenibilidad económica y diversificación de ingresos



**Duración del módulo:** 34 horas teórico prácticas.

Unidad didáctica	Objetivo de aprendizaje	Criterio de desempeño y/o evaluación	Contenido sugerido
<b>UD 3.3</b> Gestión de Derechos, propiedad intelectual y monetización con perspectiva internacional	Evaluar opciones de gestión avanzada de derechos y monetización de bienes culturales en entornos digitales e internacionales.	Formula estrategias que integran aspectos jurídicos, tecnológicos y de mercado.	<ul style="list-style-type: none"><li>Propiedad intelectual digital.</li><li>Licencias abiertas y creativas.</li><li>Smart contracts.</li><li>Plataformas de distribución y cobro.</li><li>Uso de blockchain.</li><li>Casos de estudio (Spotify, Patreon, NFT culturales, etc.).</li></ul>

# Módulo 4: Posicionamiento cultural y comunicación intercultural



Duración del módulo: 24 horas teórico prácticas.

Unidad didáctica	Objetivo de aprendizaje	Criterio de desempeño y/o evaluación	Contenido sugerido
<b>UD 4.1</b> Inserción en circuitos culturales internacionales	El/la participante será capaz de analizar redes, actores e instancias clave de visibilidad para propuestas culturales.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Presenta un plan de vinculación con redes, circuitos y espacios de intercambio.</li><li>• Desarrolla el plan de internacionalización según su sector.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Redes profesionales.</li><li>• Convocatorias internacionales.</li><li>• Ferias, movilidad y cooperación cultural.</li></ul>
<b>UD 4.2</b> Narrativas culturales para públicos internacionales (Cápsula integrada)	Comunicar proyectos de manera efectiva en contextos culturales diversos.	Produce narrativas culturales adaptadas a entornos lingüísticos y socioculturales.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Construcción de relato de marca.</li><li>• Guiones.</li><li>• Adaptación lingüística y cultural.</li><li>• Estrategias audiovisuales.</li></ul>

# Módulo 4: Posicionamiento cultural y comunicación intercultural



**Duración del módulo:** 24 horas teórico prácticas.

Unidad didáctica	Objetivo de aprendizaje	Criterio de desempeño y/o evaluación	Contenido sugerido
<b>UD 4.3</b> Comunicación profesional y redes de colaboración global	Desarrollar habilidades para la vinculación intercultural y la gestión de redes internacionales.	Participa activamente en espacios de colaboración con una comunicación eficaz y estratégica.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Habilidades interpersonales.</li><li>• Comunicación intercultural.</li><li>• Herramientas digitales para redes profesionales.</li></ul>