

Sector: Artistas creativos e interpretativos

Código CIUO 08: 2659

Subsector: Comercialización e internacionalización de bienes y servicios culturales

Fecha aprobación CD: setiembre 2026

Proyección Internacional para Industrias Creativas

Perfil de ingreso

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.

Las personas que postulen deberán demostrar sus conocimientos mediante certificaciones previas, referencias laborales, portafolios de trabajo o participación en iniciativas del sector.

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.

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.

Perfil de egreso

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.

Utilizará herramientas digitales para promover productos culturales en mercados globales, aplicando metodologías de pensamiento de diseño centradas en la persona usuaria.

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.

Resultados de aprendizaje esperados por nivel	Nivel 3-4: 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.
Competencias transversales	• Creatividad e innovación Nivel 2 • Trabajo Colaborativo Nivel 2 • Comunicación Nivel 2
Duración total curso:	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
UD 1.1 Diseño orientado a las personas usuarias	Él/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.	• Principios de diseño participativo, • Empatía. • Ideación. • Elaboración de prototipos. • Validación de propuestas.
UD 1.2 Creatividad aplicada e innovación en contextos internacionales	Potenciar procesos creativos adaptados a entornos culturales diversos.	Formula propuestas innovadoras contextualizadas y viables.	• Técnicas para la generación de ideas. • Creatividad aplicada. • Análisis cultural. • Ejemplos internacionales.

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
UD 1.3 Mejora continua a partir de retroalimentación	Ajustar propuestas culturales según observaciones del público y criterios de mejora.	Mejora productos aplicando pruebas con retroalimentación sistemática.	• Procesos iterativos. • Encuestas. • Entrevistas. • Pruebas comparativas. • Evaluación de respuestas del público.

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
UD 2.1 Estudio de mercados culturales internacionales	Él/la participante será capaz de investigar contextos y tendencias globales para orientar propuestas culturales.	Presenta diagnósticos de mercados con oportunidades concretas.	• Análisis comparativo de mercados. • Tendencias. • Segmentos culturales. • Mapeo de actores relevantes.
UD 2.2 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.	• Propiedad intelectual internacional. • Acuerdos bilaterales. • Tributación en comercio exterior. • Regulaciones.

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
UD 2.3 Comercialización internacional y modelos de gestión	Diseñar estrategias sostenibles de comercialización cultural en el exterior.	• Propone modelos de gestión viables y adaptables al entorno internacional. • Plan de internacionalización.	• Canales de distribución. • Plataformas digitales. • Acuerdos comerciales. • Planificación estratégica.

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
UD 3.1 Fuentes de ingreso en economías creativas (Cápsula integrada)	Él/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.	• Consultoría. • Productos culturales digitales. • Licencias. • Membresías. • Alianzas estratégicas.
UD 3.2 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.	• Economía colaborativa. • Financiamiento colectivo. • Coproducción. • Tecnologías emergentes en la cultura.

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
UD 3.3 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.	• Propiedad intelectual digital. • Licencias abiertas y creativas. • Smart contracts. • Plataformas de distribución y cobro. • Uso de blockchain. • Casos de estudio (Spotify, Patreon, NFT culturales, etc.).

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
UD 4.1 Inserción en circuitos culturales internacionales	Él/la participante será capaz de analizar redes, actores e instancias clave de visibilidad para propuestas culturales.	• Presenta un plan de vinculación con redes, circuitos y espacios de intercambio. • Desarrolla el plan de internacionalización según su sector.	• Redes profesionales. • Convocatorias internacionales. • Ferias, movilidad y cooperación cultural.
UD 4.2 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.	• Construcción de relato de marca. • Guiones. • Adaptación lingüística y cultural. • Estrategias audiovisuales.

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
UD 4.3 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.	• Habilidades interpersonales. • Comunicación intercultural. • Herramientas digitales para redes profesionales.