

|  |           |
|--|-----------|
| <b>PRESENTACIÓN</b>  | 11        |
| <b>INTRODUCCIÓN</b>  | 13        |
| <br>   |           |
| <b>PARTE I</b>   | <b>17</b> |
| <b>1 ANÁLISIS DE LAS ORGANIZACIONES TEATRALES</b>          | <b>19</b> |
| ¿Cómo funcionan interiormente este tipo de organizaciones? | 21        |
| <b>2 ORGANIGRAMAS</b>                                      | <b>27</b> |
| <b>3 ENTORNO Y ANATOMÍA DE LAS ORGANIZACIONES</b>          | <b>35</b> |
| <b>4 POSICIÓN DE LA ORGANIZACIÓN Y ESTRATEGIAS</b>         | <b>39</b> |
| Estrategia organizativa                                    | 42        |
| <b>5 PROCESO DE TOMA DE DECISIONES</b>                     | <b>45</b> |
| <br>   |           |
| <b>PARTE II</b>  | <b>51</b> |
| <b>6 UNA IDEA DE GESTIÓN</b>                               | <b>53</b> |
| Una definición de gestión                                  | 56        |
| ¿Otras definiciones de gestión?                            | 58        |
| <b>7 ESTRUCTURA DE LA ORGANIZACIÓN TEATRAL</b>             | <b>63</b> |
| Retrato robot del equipo teatral                           | 67        |
| <b>8 PUESTA EN MARCHA DE LA COMPAÑÍA TEATRAL</b>           | <b>71</b> |
| El proceso de producción teatral                           | 71        |
| ¿Por qué debemos tanto dinero?                             | 74        |
| Diagramas de actividades y cálculo de costes y tiempo      | 82        |
| Control económico y financiación                           | 87        |
| Estimación de los costes de un montaje teatral             | 88        |
| Estimación de los ingresos de una producción               | 93        |
| Métodos de elaboración de los diagramas de actividades     | 99        |
| Elaboración del cash-flow                                  | 108       |
| Análisis de un caso práctico                               | 110       |
| Realización del cash-flow                                  | 114       |

|  |            |
|--|------------|
| PARTE III  | 119        |
| 9 EXPLOTACIÓN, COMERCIALIZACIÓN, ¿MARKETING?                     | 121        |
| Marketing aplicado a las Artes Escénicas: definición y elementos | 124        |
| Una definición de marketing                                      | 129        |
| Segmentación del mercado   | 134        |
| Plan de marketing  | 135        |
| Objetivos del plan de marketing                                  | 136        |
| Asignación de un presupuesto                                     | 141        |
| Elaboración del Plan de Publicidad                               | 144        |
| 10 PRODUCCIÓN, GESTIÓN Y TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN           | 149        |
| <b>BIBLIOGRAFÍA Y WEBS DE INTERÉS</b>                            | <b>153</b> |