

INTRODUCCIÓN: ¡Contra la teoría de los contenedores!	11
PARTE I	
1 ESPACIOS ESCÉNICOS, MODOS Y MODELOS	17
2 MISIÓN Y ÁMBITO DE ACTIVIDAD: EL PROYECTO CULTURAL	23
3 UNA IDEA DE GESTIÓN PARA TEATROS Y SALAS	31
4 PLAN DE GESTIÓN: FASES FUNDAMENTALES	37
5 PRINCIPALES RATIOS DE GESTIÓN APLICABLES	41
6 ANÁLISIS DAFO: PUNTOS FUERTES Y DÉBILES, PROBLEMAS Y OPORTUNIDADES	45
7 AUTOANÁLISIS DE LA ESTRATEGIA	53
PARTE II	
8 FASES Y ACTIVIDADES DE UNA PRODUCCIÓN	57
9 PRODUCCIÓN EN SALAS Y TEATROS: VARIANTES	61
10 ESTUDIO DE COSTES DE UN ESPECTÁCULO	69
11 ESTUDIO DE INGRESOS DE UN ESPECTÁCULO	75
12 CONTROL DE TESORERÍA	79
PARTE III	
13 EL PUNTO DE PARTIDA	89
14 MARKETING MIX: LOS SERVICIOS	91
15 EL CLIENTE INTERNO	99
16 SEGMENTACIÓN DE MERCADO: EL PÚBLICO OBJETIVO	103
PARTE IV	
17 PLAN DE VIABILIDAD: UN MÉTODO	109
14 ASPECTOS TÉCNICOS DE LA GESTIÓN: LA DIRECCIÓN TÉCNICA	119
BIBLIOGRAFÍA Y REFERENCIAS	133