



PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN, MEDIANTE PROCEDIMIENTO ABIERTO ORDINARIO Y TRAMITACION ANTICIPADA DENOMINADO “IMPARTICIÓN DE CURSOS Y FORMACIÓN SOBRE TELETRABAJO Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL PARA EL EMPLEO EN EL SECTOR CULTURAL GRANCANARIO”.

1. INTRODUCCIÓN

El plan pretende transmitir el compromiso insular a todos los agentes que participan en el sector y que se encargan de la creación, producción, exhibición, distribución y difusión de estos servicios culturales esenciales y vitales. El objetivo principal es promover la formación hacia la transformación digital y el teletrabajo, mediante cursos para personas desempleadas y/o trabajadores/as y empresarios/as. Además de ayudar a las personas a perfeccionar su formación y capacidades mejorando sus expectativas laborales teletrabajo de manera idónea y ajustada a las necesidades actuales de la sociedad.

Las cláusulas recogidas en este Pliego de Prescripciones Técnicas serán de obligado cumplimiento para las empresas adjudicatarias que se comprometen a ejecutarlo con estricta sujeción al proyecto y a la oferta presentada. Tales documentos servirán de base para la ejecución del presente contrato.

Si por razones sanitarias derivadas del Covid u otras similares debidamente justificadas fuera preciso suspender este contrato, el Cabildo de Gran Canaria podrá decidir continuar su ejecución cuando mejorara la situación o en el próximo año 2022 previa valoración del informe emitido por los responsables del contrato (Cabildo-empresa) donde se abordarán los siguientes contenidos:

- Trabajos y servicios realizados hasta el momento de la suspensión y sus valoraciones económicas, detallando aquellos que deban repetirse en caso de postergar la celebración de la feria y aquellos que puedan conservarse.
- Trabajos y servicios que faltarían por desarrollar con su correspondiente coste económico, para el buen fin de la celebración de los cursos. (En ningún caso los costes de estos conceptos podrán superar los importes previstos para su celebración en 2021.

2. LOTES

El presente procedimiento de licitación está dividido en 10 lotes y con ello fomentar la participación de las pequeñas y medianas empresas con el fin de activar la economía tan dañada actualmente.

Los lotes se han dividido en áreas temáticas relacionadas con el audiovisual y el sector cultural.

| | | | |
|--------------------------------------|---|---------------|------------|
| Código Seguro De Verificación | jWzFiIGT3ilCi7DNnqnnFw== | Fecha | 17/02/2022 |
| Normativa | Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015). | | |
| Firmado Por | Ricardo Reyes Mendoza | | |
| Url De Verificación | https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/jWzFiIGT3ilCi7DNnqnnFw= | Página | 1/53 |



| LOTE 1: FINANCIACIÓN, CONTABILIDAD E INCENTIVOS | | | |
|--|-----------------------|------------------|---------------------------|
| TITULO | TIPO FORMACIÓN | Nº CURSOS | Nº HORAS POR CURSO |
| 1. Contabilidad avanzada para producciones audiovisuales. | Curso online | 1 | 50 |
| 2. El presupuesto en cine, como afrontar y realizar un presupuesto de un proyecto audiovisual. | Curso online | 2 | 30 |
| 3. La financiación audiovisual: retos actuales | Webinar | 1 | 2 |
| 4. Incentivos fiscales para las producciones audiovisuales en Canarias | Webinar | 2 | 2 |
| 5. Gestión de subvenciones en el sector cultural: presentación, tramitación y justificación. | Curso online | 2 | 20 |

| LOTE 2: DISTRIBUCIÓN Y DERECHOS AUDIOVISUALES | | | |
|---|-----------------------|------------------|---------------------------|
| TITULO | TIPO FORMACIÓN | Nº CURSOS | Nº HORAS POR CURSO |
| 1. Distribución de cine en mercados online y offline | Curso online | 1 | 20 |
| 2. Agentes de ventas en cine | Webinar | 1 | 2 |
| 3. Nuevos formatos digitales. El futuro del audiovisual | Webinar | 1 | 2 |
| 4. Derechos de autor/a de obra audiovisuales | Curso online | 1 | 15 |

| LOTE 3: CREACIÓN Y PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL | | | |
|---|-----------------------|------------------|---------------------------|
| TITULO | TIPO FORMACIÓN | Nº CURSOS | Nº HORAS POR CURSO |
| 1. Guion para cine y televisión y trabajo colaborativo online | Curso online | 2 | 60 |

| | | | |
|--------------------------------------|---|---------------|------------|
| Código Seguro De Verificación | jWzFiIGT3ilCi7DNnqnnFw== | Fecha | 17/02/2022 |
| Normativa | Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015). | | |
| Firmado Por | Ricardo Reyes Mendoza | | |
| Url De Verificación | https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/jWzFiIGT3ilCi7DNnqnnFw= | Página | 2/53 |



| | | | | |
|----|---|--------------|---|----|
| 2. | Taller teórico de dirección cinematográfica | Curso online | 1 | 40 |
| 3. | Ecomanager | Webinar | 1 | 2 |
| 4. | Taller de creación de webseries | Curso online | 2 | 20 |
| 5. | Taller de guion para documental | Curso online | 1 | 30 |

| LOTE 4: SONIDO, EFECTOS Y STREAMING | | | | |
|--|---|------------------|---------------------------|-----|
| TITULO | TIPO FORMACIÓN | Nº CURSOS | Nº HORAS POR CURSO | |
| 1. | Postproducción de sonido | Curso online | 1 | 60 |
| 2. | Efectos visuales FX, escenografía virtual 3D | Curso online | 2 | 120 |
| 3. | Rodajes en streaming | Webinar | 1 | 2 |
| 4. | Realización y difusión de eventos en streaming a través de redes sociales | Curso online | 2 | 20 |
| 5. | Gestión de localizaciones online | Curso online | 1 | 50 |

| LOTE 5: MARKETING AUDIOVISUAL | | | | |
|--------------------------------------|---|------------------|---------------------------|----|
| TITULO | TIPO FORMACIÓN | Nº CURSOS | Nº HORAS POR CURSO | |
| 1. | Elaboración de un plan de marketing de un producto audiovisual | Curso online | 1 | 25 |
| 2. | Marketing digital y plataformas de audio y video en el entorno de la explotación de productos audiovisuales | Webinar | 2 | 2 |
| 3. | Marketing en contenidos digitales para profesionales de archivos y bibliotecas, museos e instituciones culturales | Curso online | 1 | 20 |

| | | | |
|--------------------------------------|---|---------------|------------|
| Código Seguro De Verificación | jWzFiIGT3ilCi7DNnqnnFw== | Fecha | 17/02/2022 |
| Normativa | Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015). | | |
| Firmado Por | Ricardo Reyes Mendoza | | |
| Url De Verificación | https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/jWzFiIGT3ilCi7DNnqnnFw= | Página | 3/53 |



| LOTE 6: ARCHIVOS, MEDIATECA Y DIFUSIÓN CULTURAL | | | |
|--|-----------------------|------------------|---------------------------|
| TÍTULO | TIPO FORMACIÓN | Nº CURSOS | Nº HORAS POR CURSO |
| 1. Gamificación en bibliotecas y mediatecas | Curso online | 1 | 20 |
| 2. Gestión, difusión y preservación de colecciones multimedia de archivo | Webinar | 1 | 2 |
| 3. Big data: De los datos al conocimiento en las empresas culturales | Webinar | 2 | 2 |
| 4. Archivos filmicos y Film Research | Curso online | 2 | 60 |

| LOTE 7: REDES SOCIALES | | | |
|---|-----------------------|------------------|---------------------------|
| TÍTULO | TIPO FORMACIÓN | Nº CURSOS | Nº HORAS POR CURSO |
| 1. Gestión de reuniones, videoconferencias y videollamadas en entornos online | Curso online | 1 | 10 |
| 2. Gestión de redes sociales. Nivel Avanzado | Curso online | 2 | 20 |
| 3. Comunity Manager en redes | Curso online | 1 | 50 |

| LOTE 8: TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y TELETRABAJO | | | |
|--|-----------------------|------------------|---------------------------|
| TÍTULO | TIPO FORMACIÓN | Nº CURSOS | Nº HORAS POR CURSO |
| 1. Transformación digital, gestión empresarial y emprendimiento en las empresas culturales y creativas | Curso online | 1 | 40 |
| 2. Herramientas de transformación digital en la gestión cultural | Curso online | 2 | 30 |
| 3. Transformación digital y teletrabajo en la sector cultural | Webinar | 2 | 2 |

| LOTE 9: GESTIÓN PRODUCTIVA Y DE EQUIPOS | | | |
|---|-----------------------|------------------|---------------------------|
| TÍTULO | TIPO FORMACIÓN | Nº CURSOS | Nº HORAS POR CURSO |
| 1. Taller de LAYCOS. Herramienta de comunicación y gestión productiva del teletrabajo | Curso online | 1 | 20 |
| 2. Gestión de equipos online. Claves para liderar equipos remotos y personas que trabajan a distancia | Curso online | 1 | 20 |
| 3. Creación de contenidos y gestión de recursos digitales | Curso online | 2 | 140 |
| 4. Como realizar y desarrollar focus group online | Webinar | 1 | 2 |

| LOTE 10: ADMINISTRACION ELECTRONICA | | | |
|--|-----------------------|------------------|---------------------------|
| TÍTULO | TIPO FORMACIÓN | Nº CURSOS | Nº HORAS POR CURSO |
| 1. Administración electrónica y Certificado digital. | Curso online | 3 | 20 |

3. REQUISITOS TÉCNICOS

En los apartados siguientes se detallan los trabajos que conforman el objeto de los contratos del presente procedimiento de licitación que los adjudicatarios deberán realizar. Los adjudicatarios deberán garantizar la prestación y el cumplimiento de todas y cada una de las funciones que se describen en el presente pliego.

El licitador debe disponer de los equipos técnicos y herramientas necesarias para desarrollar los trabajos relacionados en este contrato.

4. CONTENIDOS Y DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

La actividad objeto de licitación consiste en la ejecución de determinadas acciones formativas incluidas dentro del Plan de Emergencia Cultura COVID-19 para 2021 que ha presentado la Consejería de Cultura del Cabildo de Gran Canaria. El órgano de Contratación del Cabildo de Gran Canaria resolverá la adjudicación de las acciones formativas, pudiendo quedar sin adjudicar aquellas que por limitaciones presupuestarias o cualquier otro motivo, no sean incluidas en la

| | | | |
|--------------------------------------|---|---------------|------------|
| Código Seguro De Verificación | jWzFiIGT3ilCi7DNnqnnFw== | Fecha | 17/02/2022 |
| Normativa | Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015). | | |
| Firmado Por | Ricardo Reyes Mendoza | | |
| Url De Verificación | https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/jWzFiIGT3ilCi7DNnqnnFw= | Página | 5/53 |





adaptación definitiva de dicho Plan para 2021 o no cubren las ofertas recibidas los parámetros mínimos exigidos. La ejecución de las acciones formativas se realizará conforme a toda la legislación aplicable a esta actividad y conforme a la modalidad de impartición, procedimientos, lugares y horarios previstos por la Consejería de Cultura del Cabildo de Gran Canaria.

4.1 Los Contenidos Formativos.

La relación de los cursos de formación, así como la información relativa a cada uno de ellos de cada acción formativa por lotes están previstos en el **Anexo I** de este Pliego denominado:

“Listado de Lotes para el contrato de Impartición de cursos de Formación obre teletrabajo y transformación digital para el empleo en el sector cultural grancanario”.

Este listado está incluido como documentos adjuntos a este Pliego de Prescripciones Técnicas. No obstante, los contenidos orientativos de la formación pueden ser mejorados y/o ampliados a sugerencia de la entidad ofertante. En este caso, deberán ser incluidos y justificados en las propuestas de ofertas.

En todos los casos, el Material Didáctico empleado en las Acciones Formativas, ha de estar disponible en versión online y descargable por parte del alumnado en todo el proceso formativo. Así mismo, se tendrán en cuenta la adaptación y la accesibilidad a las personas con discapacidad incluyendo material sonoro o cualquier otro tipo de adaptación necesaria.

La entidad adjudicataria garantizará que ostentan la propiedad intelectual de los contenidos de las acciones a impartir, haciéndose responsable de las indemnizaciones que procedan respecto de los autores y de la indemnización correspondiente si las hubiere de las actividades contratadas con la Consejería de Cultura en concepto de daño a su imagen. Asimismo, la adjudicación conlleva la autorización de que la Consejería de Cultura pueda usar con plenitud de derecho los contenidos de los cursos en cualquier actividad ejecutada por la misma. Durante la fase de adjudicación, la Consejería de Cultura podrá solicitar a las empresas ofertantes las aclaraciones oportunas que pudieran surgir tras el estudio de las ofertas.

5. METODOLOGIA

Todas las acciones previstas serán en la modalidad de teleformación-elearning, la entidad propondrá la plataforma que ha de utilizarse y los contenidos han de adaptarse a las características de dicha plataforma. La Plataforma estará disponible una vez finalizada la acción formativa, el tiempo necesario para atender las incidencias que pudieran plantearse por el alumnado o por la Consejería de Cultura y siempre como mínimo durante un periodo de 30 días desde la finalización de la acción formativa en concreto.

Teleformación-elearning: modalidad de formación a distancia en la que se utilizan dispositivos electrónicos basados en las TICs para el diseño y el desarrollo de la formación. El aprendizaje se realiza utilizando las potencialidades de internet, y el alumnado puede aprender interaccionando

| | | | |
|-------------------------------|---|--------|------------|
| Código Seguro De Verificación | jWzFiIGT3ilCi7DNnqnnFw== | Fecha | 17/02/2022 |
| Normativa | Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015). | | |
| Firmado Por | Ricardo Reyes Mendoza | | |
| Url De Verificación | https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/jWzFiIGT3ilCi7DNnqnnFw= | Página | 6/53 |





con los materiales digitales, con lo/as compañero/as, así como con sus tutores/as a través de las herramientas síncronas (chat, videoconferencia) o asíncronas (correo electrónico, foros).

Para aclarar las horas de las acciones formativas y su impartición por parte de el/la docente se especifica que las horas del curso online se refieren a las horas hábiles de clase que el/la docente realiza a través de comunicación síncrona con los alumnos/as del curso.

Los webinar recogidos en los lotes se refieren a la impartición en directo vía streaming del contenido propuesto abierto y dirigido a cualquier público sin ninguna limitación y cuya finalidad es educativa y cultural.

La Consejería de Cultura dispondrá de un acceso a cada curso que se imparta para un seguimiento del mismo o cualquier otra circunstancia que crea oportuno.

Todos los cursos del presente pliego se realizarán en días hábiles. La empresa adjudicataria deberá informar a la Consejería de Cultura del horario de los webinar a celebrar sobre el horario elegido dentro de la franja propuesta para su realización (17 a 20 horas.).

5.1. Con respecto a las herramientas.

La plataforma de teleformación deberá contar como mínimo, con las siguientes herramientas básicas:

- Herramientas de comunicación síncronas y asíncronas.
- Herramientas de evaluación.
- Herramientas de recursos que permitan integrar diversos formatos.
- Herramientas de colaboración.
- Herramientas de gestión.
- Herramientas de personalización.
- Deberá ser compatible con los estándares SCORM
- Deberá contar con un perfil específico de usuario/a de control.
- M-learning: Posibilidad del alumando de acceder a los contenidos en cualquier lugar, y no solo a través del ordenador. La "M" significa la movilidad que ofrecen los dispositivos como son tablets y/o Smartphone, ya sean IOS o Android. Los contenidos han de ser 100% compatibles HTML5 RWD y/o CCS3, de navegación sencilla y formatos compatibles con navegadores de internet (Chrome, Mozilla, Safari e Internet explorer 8 o superior).

5.2. Respecto a los contenidos.

Los contenidos deben estar estructurados en unidades formativas. Cada unidad debe tener la siguiente estructura:

- Introducción
- objetivos
- Contenidos y cronograma de las actividades propuestas (temporarización y recursos)
- Bibliografía o consultas realizadas en la web.

| | | | |
|--------------------------------------|---|---------------|------------|
| Código Seguro De Verificación | jWzFiIGT3ilCi7DNnqnnFw== | Fecha | 17/02/2022 |
| Normativa | Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015). | | |
| Firmado Por | Ricardo Reyes Mendoza | | |
| Url De Verificación | https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/jWzFiIGT3ilCi7DNnqnnFw= | Página | 7/53 |





- Evaluación: adecuada al perfil de los alumnos y objetivos del curso.
- Anexos: materiales complementarios (videos, enlaces a lecturas, etc.)

5.3. Respecto a la tele tutorización.

En el proceso de tele tutorización participarán al menos 2 profesionales: uno será el docente experto/a en la materia propia de la acción formativa; el otro será el encargado de controlar la parte técnica de la plataforma, tareas de gestión administrativa, coordinación y comunicación de la formación y de hacer el seguimiento al alumnado de los cursos previstos en el lote. La persona que tutorice la acción formativa debe responder a las dudas planteadas por el alumnado en un tiempo máximo de 48 horas, y corregir las actividades que se realicen en un plazo máximo de 5 días. Respecto a las herramientas de comunicación, deberá contar con correo, chat, skype, etc.

5.4. Tutorización presencial.

La empresa tendrá la obligación de ofrecer al menos una tutoría presencial a la que tendrán derecho los alumnos inscritos en cada uno de los cursos. La tutoría la deberá realizar el docente que imparte el curso. Se establece una tutoría presencial por cada 20 horas de curso.

La Consejería de Cultura determinará el horario y la fecha de la tutoría acuerdo a las necesidades de los alumnos/as. La duración de la tutoría no será superior a 2 horas.

En caso de que no se realice la correspondiente tutoría presencial la empresa incurrirá en una infracción grave con su correspondiente penalización.

5.5. Imagen corporativa.

En la pantalla de presentación de los cursos ha de quedar de manifiesto clara e indubitadamente el logo del Cabildo de Gran Canaria y de CCA Gran Canaria, Centro Cultura Audiovisual, así como cualquier otra indicación que la Consejería de Cultura comunique a la empresa adjudicataria.

5.6 Encuestas.

Se realizará dos encuestas a los alumnos, una de seguimiento a mitad del curso y otra a la finalización del mismo. Ambas encuestas deben valorar al menos los siguientes contenidos:

- El curso: idoneidad de los contenidos.
- Organización del curso: unidades temáticas, prácticas, etc.
- Tutorización del curso: donde se incluyan entre otros aspectos el tiempo empleado por los tutores en la resolución de dudas y en la corrección de actividades.
- El Portal de Teleformación: usabilidad de la plataforma, etc.

5.7. Personas beneficiadas.

Los cursos van dirigidos a estudiantes y profesionales del sector cultural y audiovisual que quieran aprender, actualizar y mejorar sus conocimientos dentro del sector, y residentes empadronados en la isla de Gran Canaria. De conformidad con los objetivos del presente pliego, todas las acciones formativas serán gratuitas para el alumnado. En consecuencia, queda expresamente

| | | | |
|--------------------------------------|---|---------------|------------|
| Código Seguro De Verificación | jWzFiIGT3ilCi7DNnqnnFw== | Fecha | 17/02/2022 |
| Normativa | Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015). | | |
| Firmado Por | Ricardo Reyes Mendoza | | |
| Url De Verificación | https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/jWzFiIGT3ilCi7DNnqnnFw= | Página | 8/53 |





prohibido al adjudicatario el cobro, al alumnado de los cursos, de cantidad alguna por los servicios prestados en la ejecución del contrato.

5.8 Captación y selección del alumnado.

El proceso de captación y selección del alumnado lo realizará la empresa adjudicataria, en base a los criterios y requisitos establecidos por la Consejería de Cultura. La Consejería aportará a la empresa adjudicataria relación del procedimiento para la selección del alumnado, la lista de reserva para los cursos, así como aquellas cuestiones relativas que afecten al alumnado en relación a los cursos que se impartan.

La empresa adjudicataria procederá a publicar los cursos ofertados en el lote a través de varios medios de comunicación tanto online como offline de la isla de Gran Canaria: Internet, prensa, radio, folletos, carteles. En la promoción de los cursos se dejarán claros los requisitos para poder optar a los mismos, las fechas, horario, formas y plazos de inscripción. Además, la publicidad deberá contar con el logotipo del Cabildo de Gran Canaria y CCA Gran Canaria bien de forma gráfica, textual o hablada según los casos.

Todos los cursos presentes en los distintos lotes tendrán un máximo de 20 alumnos y un mínimo de 5 alumnos, exceptuando los webinar que serán sin límite de alumnos.

6. EQUIPO DOCENTE Y/O EXPERTOS/AS

Las entidades ofertantes deberán indicar específicamente en cada una de las propuestas a las que opten (y no de forma genérica) el perfil curricular de los/as expertos/as que impartirán la acción formativa de cada curso online o webinar. De forma concreta se indicará la cualificación académica, la experiencia profesional, y la capacitación docente. No se tendrá en cuenta a efectos de evaluación las referencias curriculares aportadas de un modo general para todas las acciones formativas a las que se optan.

Además, la impartición de las acciones formativas por un profesorado que no se ajuste a lo estipulado supondrá la suspensión de la acción formativa.

En caso de que el/la docente y/o experto/a propuesto para la formación en la adjudicación no pueda impartirla el sustituto/a deberá tener la misma titulación y capacitación técnica que el anterior sustituido.

Serán excluidas las propuestas que incluyan ofertas económicas superiores al importe máximo del lote o a los importes máximos de los distintos cursos que lo integran.

A todos los efectos, se entenderá que el precio ofertado por los licitadores comprende todos los servicios que se incluyen en el objeto del contrato y que se especifican en este documento, así

| | | | | |
|--------------------------------------|---|---------------|------------|--|
| Código Seguro De Verificación | jWzFiIGT3ilCi7DNnqnnFw== | Fecha | 17/02/2022 | |
| Normativa | Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015). | | | |
| Firmado Por | Ricardo Reyes Mendoza | | | |
| Url De Verificación | https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/jWzFiIGT3ilCi7DNnqnnFw= | Página | 9/53 | |



como todos los costes salariales, gastos directos e indirectos que el contratista deba realizar para la normal ejecución del contrato, como son los generales, financieros, beneficio, seguros, transporte, desplazamientos y entrega, y cualesquiera otros que resulten de aplicación según las disposiciones vigentes.

7. INFORME FINAL

Al finalizar cada curso se analizará en un informe los datos globales del desarrollo de la formación impartida. El contenido mínimo de información a adjuntar en el Informe que se entregará a la Consejería de Cultura, será el siguiente:

- A. Introducción
- B. Análisis Completo
- C. Progresión del seguimiento de los cursos.
- D. Evaluación de los cursos por alumno.
- E. Análisis cronológico de la actividad de la plataforma.
- F. Análisis de la actividad tutorial.
- G. Información sobre la actividad desarrollada durante el curso por alumno
- H. Evaluaciones, acreditación y superación del curso, por parte del alumno.
- I. Conclusiones finales

8. INSPECCIÓN DEL SERVICIO

El control y seguimiento de los cursos objeto de la contratación se atribuyen a la Consejería de Cultura que podrá adoptar las medidas pertinentes que resulten necesarias con vistas a la correcta realización del objeto del presente Pliego de Condiciones. Se realizarán como mínimo tres reuniones de coordinación: antes del comienzo del curso, dentro del mismo y al terminar.

La empresa adjudicataria deberá designar una persona que le represente en sus relaciones con la Consejería de Cultura con quien se substanciarán todos los trámites y órdenes de carácter general y específico.

Además, son funciones del responsable del contrato:

- a) Interpretar el Pliego de Prescripciones Técnicas y demás condiciones técnicas establecidas en el contrato o en disposiciones oficiales.
- b) Exigir la existencia de los medios y organización necesarios para la prestación de los servicios en cada una de sus fases.
- c) Dar las órdenes oportunas para lograr los objetivos del contrato.

| | | | | |
|-------------------------------|---|--------|------------|--|
| Código Seguro De Verificación | jWzFiIGT3ilCi7DNnqnnFw== | Fecha | 17/02/2022 | |
| Normativa | Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015). | | | |
| Firmado Por | Ricardo Reyes Mendoza | | | |
| Url De Verificación | https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/jWzFiIGT3ilCi7DNnqnnFw= | Página | 10/53 | |



- d) Proponer las modificaciones que convenga introducir para el buen desarrollo de los servicios.
- e) Expedir, en su caso, las certificaciones parciales correspondientes a los servicios realizados según los plazos de ejecución y abono que se hayan acordado.
- f) Tramitar cuantas incidencias surjan durante el desarrollo de los servicios
- g) Convocar cuantas reuniones estime pertinentes para el buen desarrollo de los servicios y su supervisión, a la que estará obligada a asistir la representación de la empresa adjudicataria, asistida de aquellos facultativos, técnicos, letrados o especialistas de la misma que tengan alguna intervención en la ejecución del servicio.

Al finalizar cada curso los alumnos que hayan superado el mismo recibirán un certificado con las horas cursadas. El certificado expedido por la empresa adjudicataria tendrá reconocimiento de oficialidad por parte de la Consejería de Cultura del Cabildo de Gran Canaria.

La Consejería de Cultura propondrá un texto para añadir al diploma sobre la acción formativa realizada.

9.- COORDINACIÓN DEL EMPRESARIO EN RELACIÓN CON SUS TRABAJADORES

- 1) En relación con el responsable de la ejecución del contrato designado por la empresa contratada:

La empresa contratada deberá designar al menos un coordinador o responsable de la ejecución del contrato, integrado en su propia plantilla, así como a una persona sustituta en el caso de que ésta fuera necesaria debiendo enviar los datos de ambas a la siguiente dirección electrónica: audiovisuales@grancanaria.com tras la formalización del contrato y en el plazo de una semana y que tendrá entre sus obligaciones las siguientes:

- a) Actuar como interlocutor de la empresa contratada frente a la entidad contratante, canalizando la comunicación entre la empresa contratada y el personal integrante del equipo de trabajo adscrito al contrato y la entidad contratante, en todo lo relativo a las cuestiones derivadas de la ejecución del contrato.
- b) Distribuir el trabajo entre el personal encargado de la ejecución del contrato, e impartir a dichos trabajadores las órdenes e instrucciones de trabajo que sean necesarias en relación con la prestación del servicio contratado.
- c) Supervisar el correcto desempeño por parte del personal integrante del equipo de trabajo de las funciones que tienen encomendadas, así como controlar la asistencia de dicho personal.
- d) Organizar el régimen de vacaciones, licencias y permisos del personal adscrito a la ejecución del contrato, de forma que no se altere la correcta ejecución del servicio.
- e) Informar a la entidad contratante sobre las variaciones, ocasionales o permanentes, en la composición del equipo de trabajo adscrito a la ejecución del contrato.

| | | | |
|-------------------------------|---|--------|------------|
| Código Seguro De Verificación | jWzFiIGT3ilCi7DNnqnnFw== | Fecha | 17/02/2022 |
| Normativa | Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015). | | |
| Firmado Por | Ricardo Reyes Mendoza | | |
| Url De Verificación | https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/jWzFiIGT3ilCi7DNnqnnFw= | Página | 11/53 |





- 2) En relación con las obligaciones de la empresa contratada.
- a) Corresponde exclusivamente a la empresa contratada la selección del personal que, reuniendo, en su caso, los requisitos de titulación y experiencia exigidos, formará parte del equipo de trabajo adscrito a la ejecución del contrato, sin perjuicio de la verificación por parte de la entidad contratante del cumplimiento de aquellos requisitos.
- b) La empresa contratada asume la obligación de ejercer de modo real, efectivo y continuo, sobre el personal integrante del equipo de trabajo encargado de la ejecución del contrato, el poder de dirección inherente a todo empresario. En particular, asumirá la negociación y pago de los salarios, la concesión de permisos, licencias y vacaciones, las sustituciones de los trabajadores en casos de baja o ausencia, las obligaciones legales en materia de Seguridad Social, incluido el abono de cotizaciones y el pago de prestaciones cuando proceda, las obligaciones legales en materia de prevención de riesgos laborales, el ejercicio de la potestad disciplinaria, así como cuantos derechos y obligaciones se deriven de la relación contractual entre el empleado y empleador.
- c) La empresa contratada velará especialmente porque los trabajadores adscritos a la ejecución del contrato desarrollen su actividad sin exlramitarse en las funciones desempeñadas respecto de la actividad delimitada en los pliegos como objeto del contrato.
- d) En el caso de que la empresa contratada incumpla las obligaciones asumidas en relación con su personal, dando lugar a que el órgano o ente contratante resulte sancionado o condenado, la empresa contratada deberá indemnizar a éste de todos los daños y perjuicios que se deriven de tal incumplimiento y de las actuaciones de su personal, mediante el eventual ejercicio de las acciones legales oportunas.

10.- RECURSOS HUMANOS

De acuerdo con el Decreto Presidencial nº 1/16 de 17 de mayo de 2016, en el que se aprueban las Instrucciones para la correcta ejecución de servicios externos contratados por esta Corporación, a continuación, se transcribe el contenido de la Instrucción número 6 B:

- 1) En relación con el responsable de la ejecución del contrato designado por la empresa contratada:

“La empresa contratada deberá designar al menos un coordinador o responsable de la ejecución del contrato, integrado en su propia plantilla, que tendrá entre sus obligaciones las siguientes:

| | | | | |
|-------------------------------|---|--------|------------|--|
| Código Seguro De Verificación | jWzFiIGT3ilCi7DNnqnnFw== | Fecha | 17/02/2022 | |
| Normativa | Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015). | | | |
| Firmado Por | Ricardo Reyes Mendoza | | | |
| Url De Verificación | https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/jWzFiIGT3ilCi7DNnqnnFw= | Página | 12/53 | |



a) Actuar como interlocutor de la empresa contratada frente a la entidad contratante, canalizando la comunicación entre la empresa contratada y el personal integrante del equipo de trabajo adscrito al contrato y la entidad contratante, en todo lo relativo a las cuestiones derivadas de la ejecución del contrato.

b) Distribuir el trabajo entre el personal encargado de la ejecución del contrato, e impartir a dichos trabajadores las órdenes e instrucciones de trabajo que sean necesarias en relación con la prestación del servicio contratado.

c) Supervisar el correcto desempeño por parte del personal integrante del equipo de trabajo de las funciones que tienen encomendadas, así como controlar la asistencia de dicho personal.

d) Organizar el régimen de vacaciones y permisos del personal adscrito a la ejecución del contrato, de forma que no se altere la correcta ejecución del servicio.

e) Informar a la entidad contratante sobre las variaciones, ocasionales o permanentes, en la composición del equipo de trabajo adscrito a la ejecución del contrato.

2) En relación con las obligaciones de la empresa contratada:

1.- Corresponde exclusivamente a la empresa contratada la selección del personal que, reuniendo, en su caso, los requisitos de titulación y experiencia exigidos, formará parte del equipo de trabajo adscrito a la ejecución del contrato, sin perjuicio de la verificación por parte de la entidad contratante del cumplimiento de aquellos requisitos.

2.- La empresa contratada asume la obligación de ejercer de modo real, efectivo y continuo, sobre el personal integrante del equipo de trabajo encargado de la ejecución del contrato, el poder de dirección inherente a todo empresario. En particular, asumirá la negociación y pago de los salarios, la concesión de permisos, licencias y vacaciones, las sustituciones de los trabajadores en casos de baja o ausencia, las obligaciones legales en materia de Seguridad Social, incluido el abono de cotizaciones y el pago de prestaciones cuando proceda, las obligaciones legales en materia de prevención de riesgos laborales, el ejercicio de la potestad disciplinaria, así como cuantos derechos y obligaciones se deriven de la relación contractual entre empleado y empleador.

3.- La empresa contratada velará, especialmente, porque los trabajadores y trabajadoras adscritos a la ejecución del contrato desarrollen su actividad sin extralimitarse en las funciones desempeñadas respecto de la actividad delimitada en los pliegos como objeto del contrato.

4.- En el caso de que la empresa contratada incumpla las obligaciones asumidas en relación con su personal, dando lugar a que el órgano o ente contratante resulte sancionado o condenado, la empresa contratada deberá indemnizar a éste de todos los daños y perjuicios que se deriven de tal incumplimiento y de las actuaciones de su personal, mediante el eventual ejercicio de las acciones legales oportunas.

| | | | |
|--------------------------------------|---|---------------|------------|
| Código Seguro De Verificación | jWzFiIGT3ilCi7DNnqnnFw== | Fecha | 17/02/2022 |
| Normativa | Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015). | | |
| Firmado Por | Ricardo Reyes Mendoza | | |
| Url De Verificación | https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/jWzFiIGT3ilCi7DNnqnnFw= | Página | 13/53 |





11. DISPOSICIONES ADICIONALES

11.1. Cualquier modificación del plan de trabajo deberá ser solicitada por escrito, describiendo las causas que la motivan y la alternativa que se propone, siendo precisa la aprobación de la misma por la administración contratante antes de ser llevada a cabo, sin que en ningún caso pueda suponer variación económica ni de los contenidos contratados.

11.2. Las prescripciones aquí contenidas son de obligada observancia y cumplimiento por las partes contractuales, debiendo circunscribirse la relación jurídica a la estrictamente administrativa, evitando actos que pudieran considerarse como determinantes para el reconocimiento de una relación de otro tipo con el Cabildo de Gran Canaria.

12. SEGURIDAD Y CONFIDENCIALIDAD DE LA INFORMACIÓN

La empresa adjudicataria queda expresamente obligada a mantener absoluta confidencialidad y reserva sobre cualquier dato que pudiera conocer durante la ejecución del trabajo, especialmente los de carácter personal, que no podrá copiar o utilizar con fin distinto al que figura en este pliego, ni tampoco ceder a otros ni siquiera a efectos de conservación (normativa en esta materia).

En caso de que la entidad adjudicataria destine los datos a otra finalidad, los comunique o los utilice incumpliendo las estipulaciones del presente contrato, será considerada también responsable del tratamiento, y responderá personalmente de las infracciones en que hubiera incurrido. Asimismo, la empresa o entidad adjudicataria reconoce y se somete a la competencia atribuida a la Agencia Española de Protección de Datos respondiendo de las sanciones administrativas y/o de los daños y perjuicios causados por el incumplimiento de las obligaciones de la legislación en materia de protección de datos.

13.- PROPIEDAD INTELECTUAL

La propiedad intelectual de cualquiera de los resultados será propiedad del Cabildo de Gran Canaria, Consejería de Cultura del Cabildo de Gran Canaria, renunciando el adjudicatario de esta actividad objeto de contrato a ejercitar cualquier derecho sobre los mismos.

El Cabildo de Gran Canaria posee la titularidad en exclusiva de los correspondientes derechos de explotación. La propiedad de los vídeos, así como de todas las grabaciones, corresponderá en exclusiva al Cabildo de Gran Canaria, no pudiendo ser utilizados por la empresa adjudicataria sin la autorización expresa y permiso del Cabildo de Gran Canaria.

La empresa adjudicataria se hace responsable de obtener los derechos correspondientes para la utilización de cualquier imagen y sonido integrado en la obra final, ya sea imágenes de archivo, derechos de imagen, de personas o lugares, música y cualquier sonido incidental, etc., así como

| | | | |
|-------------------------------|---|--------|------------|
| Código Seguro De Verificación | jWzFiIGT3ilCi7DNnqnnFw== | Fecha | 17/02/2022 |
| Normativa | Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015). | | |
| Firmado Por | Ricardo Reyes Mendoza | | |
| Url De Verificación | https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/jWzFiIGT3ilCi7DNnqnnFw= | Página | 14/53 |





cualquier obra o aportación utilizada que pudiese generar derechos de diseño, autoría o interpretación.

La empresa adjudicataria se hará responsable de cualquier reclamación posterior que pudiera generarse por estos derechos, eximiendo al Cabildo de Gran Canaria de cualquier obligación al respecto.

14. DISEÑO Y COMUNICACIÓN

El diseño e imagen de todo documento o producto desarrollado durante la ejecución de la/s actividad/es deberá contar con el visto bueno de la Consejería de Cultura del Cabildo de Gran Canaria, especialmente en los casos de uso de su imagen corporativa. Cualquier documento generado durante la realización de estas actividades, deberá contener impresos los logotipos de la Consejería de Cultura del Cabildo de Gran Canaria y CCA Gran Canaria Centro de Cultura Audiovisual y los demás logotipos que sean precisos por la naturaleza de las actividades y de la financiación.

En cualquier caso, se deberá prestar especial atención a la utilización del lenguaje y de imágenes respetuosas con el principio de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres y de respeto a la diversidad en todo documento, material o herramienta diseñada.

15.- CESIÓN DE DATOS DE CARÁCTER PERSONAL:

La ejecución del contrato no requiere de la cesión de datos por parte del Cabildo al contratista.

Las Palmas de Gran Canaria, en la fecha incorporada electrónicamente.

EL/LA RESPONSABLE DEL CONTRATO

| | | | | |
|--------------------------------------|---|---------------|------------|--|
| Código Seguro De Verificación | jWzFiIGT3ilCi7DNnqnnFw== | Fecha | 17/02/2022 | |
| Normativa | Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015). | | | |
| Firmado Por | Ricardo Reyes Mendoza | | | |
| Url De Verificación | https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/jWzFiIGT3ilCi7DNnqnnFw= | Página | 15/53 | |



ANEXO I del Pliego de Prescripciones Técnicas

LISTADO DE LOTES PARA EL CONTRATO DE IMPARTICIÓN DE CURSOS Y FORMACIÓN SOBRE TELETRABAJO Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL PARA EL EMPLEO EN EL SECTOR CULTURAL GRANCANARIO

LOTE 1: FINANCIACIÓN, CONTABILIDAD E INCENTIVOS

1. Contabilidad avanzada para producciones audiovisuales.
2. El presupuesto en cine, como afrontar y realizar un presupuesto de un proyecto audiovisual.
3. La financiación audiovisual: retos actuales.
4. Incentivos fiscales para las producciones audiovisuales en Canarias.
5. Gestión de subvenciones en el sector cultural: presentación, tramitación y justificación.

LOTE 2: DISTRIBUCIÓN Y DERECHOS AUDIOVISUALES

1. Distribución de cine en mercados online y offline.
2. Agentes de ventas en cine.
3. Nuevos formatos digitales. El futuro del audiovisual.
4. Derechos de autor/a de obras audiovisuales.

LOTE 3: CREACIÓN Y PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

1. Guion para cine y televisión y trabajo colaborativo online.
2. Taller teórico de dirección cinematográfica.
3. Ecomanager.
4. Taller de creación de webseries.
5. Taller de guion para documental.

LOTE 4: SONIDO, EFECTOS Y STREAMING

1. Postproducción de sonido.
2. Efectos visuales FX, escenografía virtual 3D.
3. Rodajes en streaming.
4. Realización y difusión de eventos en streaming a través de las redes sociales.
5. Gestión de localizaciones online.

| | | | |
|--------------------------------------|---|---------------|------------|
| Código Seguro De Verificación | jWzFiIGT3ilCi7DNnqnnFw== | Fecha | 17/02/2022 |
| Normativa | Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015). | | |
| Firmado Por | Ricardo Reyes Mendoza | | |
| Url De Verificación | https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/jWzFiIGT3ilCi7DNnqnnFw= | Página | 16/53 |





LOTE 5: MARKETING AUDIOVISUAL

1. Elaboración de un plan de marketing de un producto audiovisual.
2. Marketing digital y plataformas de audio y video en el entorno de la explotación de productos audiovisuales.
3. Marketing en contenidos digitales para profesionales de archivos y bibliotecas, museos e instituciones culturales.

LOTE 6: ARCHIVOS, MEDIATECA Y DIFUSIÓN CULTURAL

1. Gamificación en bibliotecas y mediatecas.
2. Gestión, difusión y preservación de colecciones multimedia de archivo.
3. Big Data: De los datos al conocimiento en las empresas culturales.
4. Archivos fílmicos y film research.

LOTE 7: REDES SOCIALES

1. Gestión de reuniones, videoconferencias y videollamadas en entornos online.
2. Gestión de redes sociales. Nivel avanzado.
3. Comunity manager en redes.

LOTE 8: TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y TELETRABAJO

1. Transformación digital, gestión empresarial y emprendimiento en las empresas culturales y creativas.
2. Herramientas de transformación digital en la gestión cultural.
3. Transformación digital y teletrabajo en el sector cultural.

LOTE 9: GESTIÓN PRODUCTIVA Y DE EQUIPOS

1. Taller de LAYCOS. Herramienta de comunicación y gestión productiva del teletrabajo.
2. Gestión de equipos online. Claves para liderar equipos remotos y personas que trabajan a distancia.
3. Creación de contenidos y gestión de recursos digitales.
4. Cómo realizar y desarrollar focus group online.

LOTE 10: ADMINISTRACIÓN ELECTRÓNICA

1. Administración electrónica y certificado digital.

| | | | | |
|-------------------------------|---|--------|------------|--|
| Código Seguro De Verificación | jWzFiIGT3ilCi7DNnqnnFw== | Fecha | 17/02/2022 | |
| Normativa | Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015). | | | |
| Firmado Por | Ricardo Reyes Mendoza | | | |
| Url De Verificación | https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/jWzFiIGT3ilCi7DNnqnnFw= | Página | 17/53 | |

LOTE 1: FINANCIACIÓN, CONTABILIDAD E INCENTIVOS.

| | |
|--------------------------------|--|
| TÍTULO CURSO | Contabilidad avanzada para producciones audiovisuales |
| Nº HORAS | 50 horas: 25 días laborables a 2 horas diarias |
| DIRIGIDO A | Responsables del departamento de contabilidad de productoras audiovisuales y profesionales, con formación contable, que deseen trabajar en el sector audiovisual en las áreas de contabilidad y control financiero. |
| OBJETIVOS | <p>Conocer las funciones del controller y entender las principales diferencias entre las producciones propias y los servicios, atendiendo a los organigramas y flujos de información.</p> <p>Profundizar en el control presupuestario y en los aspectos laborales y fiscales de la producción: reglamento de facturación, IVA/IRPF/IRNR y deducciones fiscales en el Impuesto de Sociedades.</p> <p>Conocer el presupuesto ICAA como herramienta de trabajo y el Movie Magic Budgeting para las producciones internacionales.</p> |
| CONTENIDOS ORIENTATIVOS | <p><u>Introducción:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Qué es una producción audiovisual • Producciones propias y services • Etapas de una producción audiovisual • Organigrama. Flujos de información • Guion, plan de rodaje y presupuesto • Funciones de un Controller de Producción <p><u>El presupuesto:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Contenido de un presupuesto • El presupuesto según formato del ICAA • El presupuesto en producciones internacionales. Movie Magic Budgeting <p><u>El control presupuestario:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Coste actual incurrido (Cost to date) • Coste comprometido (Committed). Qué es y para qué sirve una orden de compra (purchase order) (programa Digital Purchase Order) • El cost report |

| | | | | |
|--------------------------------------|---|---------------|------------|---|
| Código Seguro De Verificación | jWzFiIGT3ilCi7DNnqnnFw== | Fecha | 17/02/2022 |  |
| Normativa | Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015). | | | |
| Firmado Por | Ricardo Reyes Mendoza | | | |
| Url De Verificación | https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/jWzFiIGT3ilCi7DNnqnnFw= | Página | 18/53 | |

| | |
|--|--|
| | <p><u>Programas específicos de contabilidad en producciones audiovisuales (PSL):</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Estructura del programa • Funcionamiento • Similitudes y diferencias con los programas de contabilidad españoles <p><u>Aspectos laborales en las producciones audiovisuales</u></p> <p><u>Aspectos fiscales en las producciones audiovisuales:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Reglamento de facturación • IVA • IGIC • IRPF/IRNR • Las deducciones fiscales en el Impuesto de Sociedades |
|--|--|

| | |
|--------------------------------|---|
| TÍTULO CURSO | El presupuesto en cine, como afrontar y realizar un presupuesto de un audiovisual |
| Nº HORAS | 30 horas: 15 días laborables a 2 horas diarias |
| DIRIGIDO A | Productores ejecutivos, directores y jefes de producción, ayudantes de dirección, promotores de proyectos, gestores. |
| OBJETIVOS | <p>Aprender a presupuestar un proyecto audiovisual. Calcular en detalle, los costes de personal y materiales, según las categorías de gasto de ICAA; confeccionar un calendario de producción, estudiar los costes financieros de préstamos bancarios, ver opciones para conseguir financiación, y cómo presentar información financiera en un dossier para inversores.</p> <p>Dirigido a: Productores ejecutivos, directores y jefes de producción, ayudantes de dirección, promotores de proyectos, gestores.</p> |
| CONTENIDOS ORIENTATIVOS | <p>Plan de Trabajo. Calendario de Producción. Del guion al presupuesto.</p> <p><u>Costes:</u> ¿Cuánto vale un formato? Coste de biblia, argumento, guion, y guionistas.</p> <p>Librerías musicales. Derechos de autor. Music Cue Sheet.</p> |

| | |
|--|--|
| | <p><u>Personal artístico:</u> Cálculo de costes de la Seguridad Social. Tipos de contratación. Comparativas de coste según contratos: jornada, semana, mes. Representantes</p> <p><u>Personal técnico:</u> Estimación: ¿cuántos técnicos son necesarios según tipos de rodaje? Cálculo de costes de la Seguridad Social. Tipos de contratación: capitalización de sueldos. Comparativas de coste según contratos: jornada, semana, mes. Viajes, hoteles, comidas, dietas.</p> <p><u>Costes de escenografía, de cámara y departamento de fotografía:</u> ¿Cómo estimar el coste de la escenografía antes de la Preproducción? Alquiler de cámaras. Equipos de iluminación. Dit Station. Flujos de trabajo del material grabado y sus costes.</p> <p><u>Costes de sonido:</u> Coste del sonido directo. Coste de mezclas y banda sonora internacional.</p> <p><u>Especialistas, semovientes, plazos, montaje, empresas vinculadas y amortización:</u> Consideraciones de algunos gastos como Especialistas y Semovientes. Plazos límites para efectuar los gastos. Coste del montaje, edición y postproducción. ¿Qué son las Empresas Vinculadas? ¿Cómo se computa el material propio de la empresa utilizado en rodaje?</p> <p><u>Gastos generales, gastos de desarrollo y varios producción:</u> ¿Que conforman los «gastos generales»? ¿Cómo se computan los «gastos de desarrollo»? ¿Qué gastos abarca el epígrafe «Varios Producción»?</p> <p><u>Costes financieros:</u> ¿Cómo conseguir que el banco financie tu película? SGR. Gastos asociados a los créditos financieros.</p> <p><u>Plan de financiación:</u> Hoja de ruta para financiar tu proyecto. Subvenciones públicas. Mercados de coproducción. Foros de financiación. Dossier.</p> |
|--|--|

| | |
|-----------------------|--|
| TÍTULO WEBINAR | La financiación audiovisual: retos actuales |
| Nº HORAS | 2 horas (a elegir en horario de tarde entre las 17 y 20 horas) |
| DIRIGIDO A | A todos los públicos |



| | |
|------------------|---|
| OBJETIVOS | Se tratará sobre las nuevas vías de producción y acceso a vías de financiación de películas y series de ficción. Se tratará además la internacionalización de los proyectos de coproducción, así como las vías de explotación, comercialización y difusión actuales, aportando datos, casos de éxito y referencias para la audiencia. |
|------------------|---|

| | |
|-----------------------|--|
| TÍTULO WEBINAR | Incentivos fiscales para las producciones audiovisuales en Canarias |
| Nº HORAS | 2 horas (a elegir en horario de tarde entre las 17 y 20 horas) |
| DIRIGIDO A | A todos los públicos |
| OBJETIVOS | Canarias ofrece atractivas ventajas fiscales que se aplican con éxito para la producción audiovisual gracias al Régimen Económico y Fiscal (REF) de Canarias en el marco legal de la UE y España. Canarias es uno de los mejores lugares de Europa para acoger rodajes, ya que a esos beneficios une su clima, condiciones naturales, diversidad de paisajes y un sector audiovisual con equipos y profesionales cualificados y con experiencia para atender cualquier necesidad. El objeto del webinar es describir esas condiciones fiscales y aportar datos sobre su uso para facilitar su comprensión y acceso por parte de los profesionales. |

| | |
|---------------------|---|
| TÍTULO CURSO | Gestión de subvenciones en el sector cultural: presentación, tramitación y justificación |
| Nº HORAS | 20 horas: 10 días laborables a 2 horas diarias |
| DIRIGIDO A | Personas interesadas en conocer el procedimiento administrativo de las subvenciones. |

| | | | |
|--------------------------------------|---|---------------|------------|
| Código Seguro De Verificación | jWzFiIGT3ilCi7DNnqnnFw== | Fecha | 17/02/2022 |
| Normativa | Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015). | | |
| Firmado Por | Ricardo Reyes Mendoza | | |
| Url De Verificación | https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/jWzFiIGT3ilCi7DNnqnnFw= | Página | 21/53 |





| | |
|--------------------------------|---|
| OBJETIVOS | La realización del curso permitirá: Conocer las características y elementos de las subvenciones. Analizar los procedimientos de solicitud y reintegro de subvenciones, así como su control. |
| CONTENIDOS ORIENTATIVOS | Subvenciones: Disposiciones generales Concesión y gestión de las subvenciones Procedimientos, guías y formularios Reintegro de las subvenciones Control financiero de subvenciones |

LOTE 2: DISTRIBUCIÓN Y DERECHOS AUDIOVISUALES

| | |
|---------------------|---|
| TÍTULO CURSO | Distribución de cine en mercados online y offline |
| Nº HORAS | 20 horas: 10 días laborables a 2 horas diarias |
| DIRIGIDO A | A todos los profesionales del sector cinematográfico, audiovisual y de contenidos que necesiten mejorar o reforzar sus conocimientos respecto a las ventas y coproducciones internacionales: directores o gerentes de empresas audiovisuales y cinematográficas, productores, televisiones, agentes de ventas internacionales, etc. |

| | | | | |
|--------------------------------------|---|---------------|------------|--|
| Código Seguro De Verificación | jWzFiIGT3ilCi7DNnqnnFw== | Fecha | 17/02/2022 | |
| Normativa | Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015). | | | |
| Firmado Por | Ricardo Reyes Mendoza | | | |
| Url De Verificación | https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/jWzFiIGT3ilCi7DNnqnnFw= | Página | 22/53 | |

| | |
|--------------------------------|--|
| OBJETIVOS | <ul style="list-style-type: none"> • Analizar los nuevos modelos de negocio para el producto audiovisual en las distintas ventanas de explotación (theatrical, home-video, VoD, SVoD, televisión, etc.). • Conocer los interlocutores de la cadena de valor en el mercado internacional (productores, distribuidores, agentes de venta, exhibidores, y agregadores) y sus relaciones, que productos susceptibles de ser comercializados y sus características. • Aprender a participar en un mercado o festival profesional y sacarle el máximo partido. • Entender las pautas para elaborar una estrategia de internacionalización para tu empresa y tu contenido. |
| CONTENIDOS ORIENTATIVOS | <p>1. LA IMPORTANCIA DEL DESARROLLO EN LAS VENTAS INTERNACIONALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué vendemos? Tipología de los derechos, ciclos y ventanas de explotación • Aspectos legales • Elementos necesarios para un buen desarrollo de proyecto • Los elementos necesarios para atraer a un coproductor internacional: <i>dossier / packaging</i> • El presupuesto de desarrollo, el presupuesto de producción, el plan de financiación, el <i>worksplint</i> <p>2. EL ROL DEL PRODUCTOR EN LAS VENTAS INTERNACIONALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contratos de venta • Relación entre productoras, distribuidoras, exhibidores y televisiones en la internacionalización de la obra. La cadena de valor • Materiales y documentos necesarios para las ventas internacionales • La figura del agente de venta. Rol y estrategias empresariales • La participación y la elaboración de la agenda en los mercados • Cómo preparar un mercado o festival y por qué atender <p>3: FINANCIACIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fuentes de financiación ¿Cómo armar un plan de financiación? • Modelos de financiación • Business plan y proyección de retornos – ROI • Los precios de venta, el procedimiento • Agentes financiadores. Inversores privados • Estrategias de financiación para un productor independiente |

| | |
|--|--|
| | <p>4. COPRODUCCIÓN INTERNACIONAL</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tipología de coproducciones: Acuerdos bilaterales Aspecto legales • El montaje financiero de una coproducción. Reparto de derechos • Estrategias para encontrar coproductores internacionales • Los mercados internacionales de proyectos |
|--|--|

| | |
|-----------------------|---|
| TÍTULO WEBINAR | Agentes de ventas en cine |
| Nº HORAS | 2 horas (a elegir en horario de tarde entre las 17 y 20 horas) |
| DIRIGIDO A | A todos los públicos especialmente a los del sector cinematográfico y audiovisual. |
| OBJETIVOS | <p>Conocer la dinámica de trabajo de este sector, el cual implica no solo a los productores (o dueños de las películas) sino a los distribuidores nacionales e internacionales.</p> <p>Un agente de ventas suele tener una cartera de clientes fijos o recurrentes. Y suelen preferir o vender un tipo de películas específicas.</p> <p>Un agente de ventas adquirirá los derechos de distribución de tu película para ofrecerlos a distribuidores nacionales o internacionales. Y será el encargado de discutir y cerrar esos acuerdos. También será el encargado de hacerle llegar a esos distribuidores, los materiales de tu película. Además, es el encargado de recolectar las ganancias o el producto de las ventas y hacérselas llegar a los productores, realizadores o dueños de las películas. Pueden hacerlo ellos mismos o a través de agentes de recolección.</p> |

| | |
|-----------------------|---|
| TÍTULO WEBINAR | Nuevos formatos digitales. El futuro del audiovisual |
| Nº HORAS | 2 horas: Horario de tarde entre las 17 y 20 horas |



| | |
|-------------------|---|
| DIRIGIDO A | A todos los públicos |
| OBJETIVOS | <p>Conocer la realidad del sector audiovisual y como se está adaptando a la nueva realidad producida por la pandemia tanto a nivel televisivo como online.</p> <p>Entender los nuevos avances en la producción y realización de contenidos online vía streaming.</p> <p>El futuro de las plataformas televisivas y el consumo de medios a través de los dispositivos móviles.</p> |

| | |
|--------------------------------|---|
| TÍTULO CURSO | Derechos de autor de obras audiovisuales |
| Nº HORAS | 15 horas: 7 días laborables a 2 horas diarias y 1 día una hora |
| DIRIGIDO A | A todos los públicos |
| OBJETIVOS | <p>Conocer los derechos de autor, su normativa, requisitos para la exhibición y explotación de las obras audiovisuales y entidades de gestión colectiva.</p> <p>Entender las diferencias entre internet y las obras audiovisuales, los tipos de licencias aplicables, derechos de imagen y sus contratos.</p> <p>Derechos de autor en grabaciones audiovisuales. Plagio, parodia, obras huérfanas, etc. Obras en dominio público.</p> <p>Régimen jurídico de las obras multimedia y videojuegos.</p> |
| CONTENIDOS ORIENTATIVOS | <ul style="list-style-type: none"> • Normativa aplicable. Obras audiovisuales vs. Grabaciones audiovisuales. El Registro de la P.I. y la Comisión de la P.I. • Derechos de autor de una obra audiovisual. El autor asalariado. Artistas intérpretes y ejecutantes. • Requisitos para la exhibición de la Obra audiovisual. Ventanas de explotación de las obras audiovisuales. • Entidades de gestión colectiva. • Internet vs. Obras Audiovisuales. Tipo de Licencias aplicables. |

| | | | |
|--------------------------------------|---|---------------|------------|
| Código Seguro De Verificación | jWzFiIGT3ilCi7DNnqnnFw== | Fecha | 17/02/2022 |
| Normativa | Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015). | | |
| Firmado Por | Ricardo Reyes Mendoza | | |
| Url De Verificación | https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/jWzFiIGT3ilCi7DNnqnnFw= | Página | 25/53 |



| | |
|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Financiación de Obras audiovisuales. La publicidad en la Obra Audiovisual. • Derechos de imagen. Contratos de derechos de imagen. • Límites al derecho de autor en grabaciones audiovisuales: El plagio. La parodia. Uso de obras situadas en vía pública para grabaciones audiovisuales. Obras huérfanas • Contratos para la producción audiovisual. Derechos de Obras preexistentes. • Obras en dominio público • Régimen jurídico de las obras multimedia y los videojuegos. • Acciones civiles, penales y administrativas para proteger los derechos de P.I. Régimen sancionador. • Resolución de conflictos mediante arbitraje o mediación. • Problemas prácticos |
|--|--|

LOTE 3: CREACIÓN Y PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

| | |
|---------------------|--|
| TÍTULO CURSO | Guion para cine y televisión y trabajo colaborativo online |
| Nº HORAS | 60 horas: 30 días laborables a 2 horas diarias |
| DIRIGIDO A | A todos los profesionales del sector cinematográfico, audiovisual y de contenidos digitales. A escritores de novela que quieran introducirse en la escritura de guiones. |

| | |
|--|--|
| OBJETIVOS | <ul style="list-style-type: none"> ● Conocer desde las técnicas más básicas de formato hasta las diferentes especificaciones de cada género. ● El proceso del guionista desde la idea hasta los diálogos, qué es un mapa de tramas y cómo crear programas de entretenimiento para tv ● Conocimientos transversales que ayudarán al guionista novel a desenvolverse e incorporarse a la industria. |
| CONTENIDOS ORIENTATIVOS | <p>INTRODUCCIÓN AL GUIÓN CINEMATográfico</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Introducción ● Glosario de términos <p>FASES DE LA ESCRITURA DE UN GUIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Introducción ● Elección del tema ● La premisa ● La sinopsis ● La escaleta ● El tratamiento ● Guion literario ● El pulido ● Conclusión <p>LOS PERSONAJES</p> <ul style="list-style-type: none"> ● El personaje y sus acciones ● Tipos de personajes ● Cómo crear un personaje ● Tabla de descripción ● El arco de transformación ● Conclusión <p>ASPECTOS FORMALES DE UN GUIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Introducción ● El encabezado ● Tipografía, tamaño y tipo de letra ● Formato ● Márgenes ● En la escritura ● Conclusión |

| | | | |
|--------------------------------------|---|---------------|------------|
| Código Seguro De Verificación | jWzFiIGT3ilCi7DNnqnnFw== | Fecha | 17/02/2022 |
| Normativa | Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015). | | |
| Firmado Por | Ricardo Reyes Mendoza | | |
| Url De Verificación | https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/jWzFiIGT3ilCi7DNnqnnFw= | Página | 27/53 |



| | |
|--|--|
| | <p>SOFTWARE DE GUIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Introducción ● Utilización de un software de guion ● Conclusión <p>ESTRUCTURA DEL GUIÓN CINEMATográfico</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Introducción ● El primer acto ● El segundo acto ● El tercer acto ● Conclusión <p>ANÁLISIS DEL GUIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Análisis de un guion para el aprendizaje <p>CÓMO PRESENTAR O VENDER TU GUIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Diferencias entre vender y presentar un guion ● El dossier ● El dossier para vender un guion ● Dossier para presentar un proyecto ● Conclusión |
|--|--|

| | |
|---------------------|--|
| TITULO CURSO | Taller teórico de dirección cinematográfica |
| Nº HORAS | 40 horas: 20 días laborables a 2 horas diarias |
| DIRIGIDO A | Dirigido a todos los interesados en aprender los principios básicos de la realización de cine, este curso está diseñado para adquirir las herramientas necesarias para entender en qué consiste la labor de un cineasta y comenzar a preparar y desarrollar tus primeros trabajos como director/a de cine. |
| OBJETIVOS | <ul style="list-style-type: none"> ● Adquirir los conocimientos del lenguaje audiovisual ● Conceptos técnicos y equipos cinematográficos ● Técnicas para la dirección de actores ● Guion técnico |

| | |
|---|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> ● Introducción a las técnicas de montaje |
| <p>CONTENIDOS ORIENTATIVOS</p> | <ul style="list-style-type: none"> ● La función del Director de Cine <ul style="list-style-type: none"> – ¿Qué hace un director de cine? – Toma de decisiones – Imprimir tu estilo a una obra – Contando una historia visual ● El director y el guion Cinematográfico <ul style="list-style-type: none"> – El director como creador o intérprete – ¿Cómo se consigue un guion? – La semejanza entre un director de cine y un guionista ● La labor del director de cine en las tres etapas del rodaje <ul style="list-style-type: none"> – Preproducción – Producción – Postproducción ● Gramática Cinematográfica <ul style="list-style-type: none"> – Diferencias entre toma, plano, escena y secuencia. – Escalas de plano – Angulaciones – Movimientos de cámara ● La construcción del espacio cinematográfico <ul style="list-style-type: none"> – Ejes de acción – Saltos de Eje y Reversos – Jump Cut y la regla de los 30 grados ● El color y la luz en el cine <ul style="list-style-type: none"> – Tipos de iluminación – Teoría del color Sesión ● Principios básicos de fotografía <ul style="list-style-type: none"> – Composición de imágenes – Tipos de objetivos Sesión Ocho: (Re) Escribiendo una película <p>– Guion Técnico</p> |

| | | | | | |
|--------------------------------------|---|---------------|------------|---|--|
| Código Seguro De Verificación | jWzFiIGT3ilCi7DNnqnnFw== | Fecha | 17/02/2022 |  | |
| Normativa | Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015). | | | | |
| Firmado Por | Ricardo Reyes Mendoza | | | | |
| Url De Verificación | https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/jWzFiIGT3ilCi7DNnqnnFw= | Página | 29/53 | | |

| | |
|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> – Storyboard – Plantillas • Dirección de actores <ul style="list-style-type: none"> – Motivación – Las herramientas del actor – Casting – Lecturas de Guion – Ensayos – Aprendiendo a decir: “No” – Cuidando a nuestros actores • El montaje cinematográfico <ul style="list-style-type: none"> – Historia del montaje – Definición de montaje – Tipos de montaje – El efecto Kuleshov |
|--|--|

| | |
|-----------------------|--|
| TÍTULO WEBINAR | Ecomanager |
| Nº HORAS | 2 horas (a elegir en horario de tarde entre las 17 y las 20 horas) |
| DIRIGIDO A | Todas las personas vinculadas al sector cultural y audiovisual |
| OBJETIVOS | El Eco Manager es un nuevo puesto de trabajo que se va a crear en el departamento de producción de todas aquellas producciones tanto de ficción como de publicidad que quieran reducir sus impactos medioambientales. La Academia de Cine ya ha sacado su Sello Verde y para poder conseguirlo es fundamental la figura del Eco Manager que será quien supervise sobre el terreno todas las variables de sostenibilidad del proyecto en colaboración con el consultor de sostenibilidad de la productora. Si trabajas en producción y te preocupa el futuro de nuestro planeta, ¡hazte Eco Manager! Curso desarrollado por Fiction Changing the World y Creando Redes. |



| | |
|--------------------------------|---|
| TÍTULO CURSO | Taller de creación de webseries |
| Nº HORAS | 20 horas: 10 días laborables a 2 horas diarias |
| DIRIGIDO A | Emprendedores y personas vinculadas al audiovisual. |
| OBJETIVOS | Conocer el lenguaje audiovisual relacionado con las Webseries, las herramientas de creación de webseries y la optimización de recursos. |
| CONTENIDOS ORIENTATIVOS | <ul style="list-style-type: none"> ● ¿Qué es una webserie? <ul style="list-style-type: none"> ○ Concepto de webserie ○ Planteamiento de una webserie ● ¿Cómo crear una webserie? <ul style="list-style-type: none"> ○ Idea ○ Estructura ○ Público ○ Idea ○ Guion (Sencillos mecanismos para la creación de un texto) ○ Planteamiento a los alumnos de una idea de guion. ○ Webseries de referencia ○ Plataformas (El ejemplo de Flooxer) ○ Distribución en festivales. ● Canales de difusión <ul style="list-style-type: none"> ○ Plataformas donde va orientada nuestra webserie ○ Cómo debemos de tratar a nuestro público. ● ¿Qué debemos de tener en cuenta? <ul style="list-style-type: none"> ○Cuál es nuestro target ○ Ejemplos prácticos y tipos de webseries. ○ Fallos que no debemos cometer. ● El Guion II <ul style="list-style-type: none"> ○ Revisión de guiones |

| | | | |
|--------------------------------------|---|---------------|------------|
| Código Seguro De Verificación | jWzFiIGT3ilCi7DNnqnnFw== | Fecha | 17/02/2022 |
| Normativa | Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015). | | |
| Firmado Por | Ricardo Reyes Mendoza | | |
| Url De Verificación | https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/jWzFiIGT3ilCi7DNnqnnFw= | Página | 31/53 |



| | |
|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> ○ Elección del guion. ● El rodaje <ul style="list-style-type: none"> ○ División de parcelas en un rodaje ○ ¿Quién hace qué? ▪ La preproducción ▪ Cómo sacar provecho a nuestra idea. Optimizar nuestros recursos. ○ Diferentes Puestos <ul style="list-style-type: none"> ▪ Los propios alumnos elegirán qué roles desempeñan en el equipo de rodaje. ▪ Todos los puestos son importantes. ▪ Plan de rodaje ● Grabación <ul style="list-style-type: none"> ○ Grabación de un episodio piloto de webserie (a través del móvil) ● Visionado y finalización <ul style="list-style-type: none"> ○ Visionado de la pieza realizada por los alumnos ○ Ruegos y preguntas. |
|--|---|

| | |
|---------------------|--|
| TÍTULO CURSO | Taller de guion para documental |
| Nº HORAS | 30 horas: 15 días laborables a 2 horas diarias |
| DIRIGIDO A | Taller dirigido a los aficionados y amantes del cine, las letras, las artes y las comunicaciones; que quieran conocer los aspectos específicos del guion documental y depurar sus habilidades para este formato. Para participar no es necesario tener conocimientos ni grados académicos previos. |

| | |
|------------------------------------|--|
| OBJETIVOS | <ul style="list-style-type: none"> • Enseñar a detectar y explorar ideas para documentales • El concepto de personaje en el documental • Identificar conflictos e hilos narrativos • Conocer los procesos de investigación |
| CONTENIDOS ORIENTATIVOS | <p>El Cine y sus elementos narrativos y expresivos. ¿Es necesario un guion en un documental? El Guion Imaginario La Investigación Metodología de la Investigación Tema v/s Historia v/s Relato La diégesis y su lógica interna. La Estructura Dramática – Clásica El Arco Dramático La Estructura Narrativa Detonantes de la Historia Las Tramas y Subtramas Punto de Vista Los Personajes Motivaciones, Necesidades, Conflictos. El Camino del Guion: storyline, sinopsis, tratamiento, escaleta, guion posible Guion Ficción v/s Guion Documental</p> |

LOTE 4: SONIDO, EFECTOS Y STREAMING

| | |
|---------------------|---|
| TÍTULO CURSO | Postproducción de sonido |
| Nº HORAS | 60 horas: 30 días laborables a 2 horas diarias |
| DIRIGIDO A | Técnicos de sonido en formación para postproducción de televisión y cine. |

| | |
|------------------------------------|---|
| OBJETIVOS | Realización del proceso de postproducción (mezcla, <i>foleys</i> , <i>wildtracks</i> , <i>mastering</i> , etc.), enseñando proyectos y el flujo de trabajo en el estudio. Se priorizará proyectos mezclados en Protools, donde se desglosan las pistas que se usan en la mezcla multicanal, así como creación de Foleys y FX, para cine y TV, y flujos de trabajo y funcionamiento de la industria. |
| CONTENIDOS ORIENTATIVOS | La industria audiovisual y el sonido. La posproducción de flujos de trabajo sonido-imagen. Los Daws. Limpieza de voz y Foley. Mezcla, Stems y metodología. Procesadores de Dinámicas. Masterizado. Generadores de Efectos. |

| | |
|------------------------------------|--|
| TÍTULO CURSO | Efectos visuales FX, escenografía virtual 3D |
| Nº HORAS | 120 horas: 40 días laborables a 3 horas diarias. |
| DIRIGIDO A | Editores de imagen, montadores y técnicos interesados en la posproducción digital. |
| OBJETIVOS | Aplicar técnicas y herramientas especializadas para la edición y composición en la posproducción audiovisual |
| CONTENIDOS ORIENTATIVOS | Herramientas y flujo de trabajo. Trabajo para cine, televisión y redes. Tracking planar, rotoscopia y matchmoving (tracking de cámara) para integrar en video real actores filmados en croma o elementos 3D. Corrección de color y equilibrio de iluminación. Cromas y movimiento, fondos no uniformes, motionblur, etc. Integración de video con escenas 3D, técnicas de mapping y mattepainting. Rotoscopia para la generación de máscaras animadas profesionales. Imagen 360 grados e introducción a composición para VR (realidad virtual). Simulación de objetos dinámicos rígidos para roturas, demoliciones y fragmentaciones; o blandos como telas y cuerdas. Simulación de fluidos, líquidos, viscosos y gelatinosos. Escenas de explosiones, fuego, humo y gases. Contenido estereoscópico utilizando material 2D o 3D para visualización tridimensional |

| | |
|---------------------------|-----------------------------|
| TÍTULO WEBINAR | Rodajes en Streaming |
|---------------------------|-----------------------------|

| | | | |
|--------------------------------------|---|---------------|------------|
| Código Seguro De Verificación | jWzFiIGT3ilCi7DNnqnnFw== | Fecha | 17/02/2022 |
| Normativa | Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015). | | |
| Firmado Por | Ricardo Reyes Mendoza | | |
| Url De Verificación | https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/jWzFiIGT3ilCi7DNnqnnFw= | Página | 34/53 |





| | |
|-------------------|---|
| Nº HORAS | 2 horas (a elegir en horario de tarde entre las 17 y las 20 horas) |
| DIRIGIDO A | Personas relacionadas con el sector audiovisual |
| OBJETIVOS | Nuevas tecnologías para el rodaje a distancia. El rodaje como proceso técnico. Utilización de herramientas a distancia y participación en el set. Ejemplos prácticos. |

| | |
|--------------------------------|--|
| TÍTULO CURSO | Realización y difusión de eventos en streaming a través de las redes |
| Nº HORAS | 20 horas: 10 días laborables a 2 horas diarias |
| DIRIGIDO A | Profesionales del sector audiovisual y cultural |
| OBJETIVOS | <ul style="list-style-type: none"> ● Definir los objetivos ● Definir a quién va dirigido. Target ● Definir cómo se va a promocionar dicho evento. ● Cool tabs. Medir las acciones para ver si se han cumplido los objetivos ● Escoger las redes sociales que requiere cada evento. ● Aspectos técnicos para la difusión ● Inversión en social Ads |
| CONTENIDOS ORIENTATIVOS | <p>1. Conceptos básicos: Latencia, ancho de banda, codecs, tasa de bits, intervalo de fotogramas clave, control de frecuencia (CBR, VBR), 2. Equipamiento necesario: cámaras, micrófonos, mezcladores, tarjetas capturadoras, requisitos del ordenador.</p> <p>3. Software para encoder: OBS, Vmix, Streamlabs, etc. Qué es el NDI y cómo usarlo.</p> <p>4. Plataformas de streaming y sus requisitos: Facebook Live, YouTube Live, Twitch, Instagram etc.</p> <p>5. Transmisión multiplataformas: Reestream, Streamyard, etc.</p> |

| | | | |
|--------------------------------------|---|---------------|------------|
| Código Seguro De Verificación | jWzFiIGT3ilCi7DNnqnnFw== | Fecha | 17/02/2022 |
| Normativa | Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015). | | |
| Firmado Por | Ricardo Reyes Mendoza | | |
| Url De Verificación | https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/jWzFiIGT3ilCi7DNnqnnFw= | Página | 35/53 |



| | |
|--------------------------------|---|
| TÍTULO CURSO | Gestión de localizaciones online |
| Nº HORAS | 50 horas: 15 días laborables a 3 horas diarias, 2 días laborables a dos horas y media por día). |
| DIRIGIDO A | <i>Location manager</i> ; responsables y personal de producción, dirección, dirección artística, etc. |
| OBJETIVOS | Realizar una búsqueda y definición eficaz de las localizaciones de una película; realizar propuestas alternativas; trabajar con la promoción del territorio; utilizar eficazmente herramientas digitales en este proceso. |
| CONTENIDOS ORIENTATIVOS | Fase de <i>scouting</i> búsqueda de localizaciones o locaciones. Luz, sonido, dirección de arte. Permisos. Localización en interior y exterior. Distancias y condiciones de uso. El jefe de localizaciones o locaciones. La labor del ayudante de dirección. Localizaciones artísticas y técnicas. El departamento de arte y el departamento de producción. El director de fotografía y el ayudante de dirección. Permisos de rodaje y permisos especiales. Las oficinas de <i>film commission</i> . Incentivos fiscales. Ficha de localizaciones o locaciones. Horarios y dirección de luz natural. Generadores y toma eléctrica. Espacios auxiliares. Catering, maquillaje, vestuario. Documentación de las localizaciones, fotografía. Planta de cámara. Planos. Utilización de software. Fichas y bases de datos. |

LOTE 5: MARKETING AUDIOVISUAL

| | |
|---------------------|---|
| TÍTULO CURSO | Elaboración de un plan de marketing de un producto audiovisual |
| Nº HORAS | 25 horas: 10 días laborables a 2 horas diarias y 2 días laborables a dos horas y media por día. |
| DIRIGIDO A | Profesionales de la comunicación, audiovisual y sector cultural |

| | |
|------------------------------------|---|
| OBJETIVOS | Entender cuál debería de ser el objetivo y estructura de un Plan de Marketing • Analizar las distintas etapas del proceso del Plan de Marketing: estrategia de marketing; implementación del marketing mix y resultados esperados • Presentar la primera etapa en el proceso del Plan de Marketing: la parte de análisis • Identificar los dos lados de la parte de análisis en un Plan de Marketing: Análisis Externo y Análisis Interno • Saber los aspectos fundamentales del Análisis Externo en un Plan de Marketing: el mercado, la competición y los clientes • Saber los aspectos fundamentales del Análisis Interno: elementos de diferenciación de la marca. Demostrar un entendimiento del concepto del Plan de Marketing • Saber cuál es el objetivo y uso práctico del Plan de Marketing |
| CONTENIDOS ORIENTATIVOS | <ul style="list-style-type: none"> • Introducción. Elaboración de un plan de marketing, tipos y pasos a seguir. <ul style="list-style-type: none"> • Análisis DAFO. Analizar el microentorno, competencia y saber elaborar un DAFO. • Objetivos del plan de marketing. Plantear los objetivos que tienes marcados y diferenciar cuantitativos y cualitativos. • Calendario de publicación. Prestar atención a tu público y el consumo de estos para elaborar un calendario óptimo para que el contenido tenga el alcance deseado. • Difusión de los contenidos. Como darle una mayor visibilidad a través de diversas formas de comunicación como newsletter, redes sociales, etc. • Análisis u optimización de resultados. Analizar e interpretar los resultados a través de Google Ads, Facebook Analytics, Twitter Ads. • Elaborar contenido audiovisual. Programas esenciales para elaborar contenido audiovisual. • Elaborar contenido audiovisual. Programas esenciales para elaborar contenido audiovisual). • Copywriter. Saber comunicarse de manera adecuada con el público objetivo. Escritura creativa (1 hora). • Redes Sociales. Cuáles hay, cuáles son más importantes, que contenido publicar en cada una de ella (2 horas). • Técnicas para conectar con el público. Valores, colaboraciones, contenido diferencial, experiencia, involucrar al público, etc. (2 horas). • SEO. Posicionamiento SEO. Qué es y por qué es importante (2 horas). <ul style="list-style-type: none"> • SEO. Técnicas para obtener un buen posicionamiento SEO (2 horas). |

| | | | |
|--------------------------------------|---|---------------|------------|
| Código Seguro De Verificación | jWzFiIGT3ilCi7DNnqnnFw== | Fecha | 17/02/2022 |
| Normativa | Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015). | | |
| Firmado Por | Ricardo Reyes Mendoza | | |
| Url De Verificación | https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/jWzFiIGT3ilCi7DNnqnnFw= | Página | 37/53 |





| | |
|-----------------------|---|
| TÍTULO WEBINAR | Marketing digital y plataformas de audio y video en el entorno de la explotación de productos audiovisuales |
| Nº HORAS | 2 horas (a elegir en horario de tarde entre las 17 y las 20 horas) |
| DIRIGIDO A | A todos los públicos |
| OBJETIVOS | El Marketing digital de video y audio son técnicas de marketing en la que se utiliza material audiovisual para promocionar una marca, servicio o producto. Gracias a internet y las redes sociales las plataformas de audio y video han crecido notablemente. El objetivo es conocer y aprovechar las características que ofrecen las plataformas para visibilizar nuestros contenidos. |

| | |
|--------------------------------|--|
| TÍTULO CURSO | Marketing en contenidos digitales para profesionales de archivos y bibliotecas, museos e instituciones culturales |
| Nº HORAS | 20 horas: 10 días laborables a 2 horas diarias |
| DIRIGIDO A | Profesionales de archivos bibliotecas museos e instituciones culturales |
| OBJETIVOS | Conocer las herramientas y procedimientos relativos al marketing digital para mantener e incrementar la visibilidad de las instituciones implicadas. |
| CONTENIDOS ORIENTATIVOS | Transformación digital en empresas culturales. Marketing digital. Marketing tradicional / offline Plan estratégico / Briefing Estrategia web: Web, blogs, SEO, calendario editorial. Estrategia en redes: Herramientas de diseño. Calendario editorial Evaluación: Google analytics. Estadísticas. |

| | | | |
|--------------------------------------|---|---------------|------------|
| Código Seguro De Verificación | jWzFiIGT3ilCi7DNnqnnFw== | Fecha | 17/02/2022 |
| Normativa | Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015). | | |
| Firmado Por | Ricardo Reyes Mendoza | | |
| Url De Verificación | https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/jWzFiIGT3ilCi7DNnqnnFw= | Página | 38/53 |





LOTE 6: ARCHIVOS, MEDIATECA Y DIFUSION CULTURAL

| | |
|--------------------------------|---|
| TÍTULO CURSO | Gamificación en bibliotecas y mediatecas |
| Nº HORAS | 20 horas: 10 días laborables a 2 horas diarias |
| DIRIGIDO A | <ul style="list-style-type: none"> Profesionales de las bibliotecas interesados en desarrollar su mirada lúdica y confirmar su poder como herramienta de gestión de comportamientos deseados. |
| OBJETIVOS | <ul style="list-style-type: none"> Obtener un marco de referencia que incluya los aspectos básicos necesarios para saber que es el pensamiento lúdico y la gamificación Tener una visión clara de las aplicaciones de la gamificación en bibliotecas: <ul style="list-style-type: none"> fidelizar a los usuarios promover nuevos servicios participar en eventos aprender competencias (juegos serios) +mejorar la motivación crear una nueva narrativa sobre la biblioteca Conocer el proceso de diseño de un sistema gamificado eficaz y que cuide la experiencia de usuario Ver experiencias reales en bibliotecas |
| CONTENIDOS ORIENTATIVOS | <p><u>PENSAMIENTO LÚDICO Y GAMIFICACIÓN</u> Introducción a la gamificación Entender los juegos Motivación y comportamiento</p> <p><u>HERRAMIENTAS DE LA GAMIFICACIÓN</u> Tipos de jugadores Componentes, mecánicas y dinámicas</p> <p><u>LAS METRICAS ALTERNATIVAS EN REDES SOIALES ACADEMICAS</u> Por qué gamificar Tendencias</p> <p><u>DISEÑO</u> Pasos para gamificar</p> <p><u>EXPERIENCIAS EN BIBLIOTECAS</u> Proyectos reales Ejemplos en bibliotecas</p> |

| | | | |
|--------------------------------------|---|---------------|------------|
| Código Seguro De Verificación | jWzFiIGT3ilCi7DNnqnnFw== | Fecha | 17/02/2022 |
| Normativa | Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015). | | |
| Firmado Por | Ricardo Reyes Mendoza | | |
| Url De Verificación | https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/jWzFiIGT3ilCi7DNnqnnFw= | Página | 39/53 |





| | |
|-----------------------|---|
| TÍTULO WEBINAR | Gestión, difusión y preservación de colecciones multimedia de archivo |
| Nº HORAS | 2 horas (a elegir en horario de tarde entre las 17 y las 20 horas) |
| DIRIGIDO A | A todos los públicos |
| OBJETIVOS | Con el paso de los años, los archivos de instituciones y organizaciones de todo tipo han ido acumulando una importantísima cantidad de patrimonio audiovisual y fotográfico grabado y almacenado en una gran variedad de soportes y formatos. Dicho crecimiento, junto a la importancia administrativa, legal e histórica de estos contenidos, han puesto de manifiesto la necesidad de desarrollar e implementar herramientas para su aprovechamiento, correcta gestión, archivo y preservación. |

| | |
|-----------------------|---|
| TÍTULO WEBINAR | Big data: De los datos al conocimiento en las empresas culturales |
| Nº HORAS | 2 horas (a elegir en horario de tarde entre las 17 y las 20 horas) |
| DIRIGIDO A | profesionales interesados en la gestión y análisis de los datos y la transformación de las organizaciones |
| OBJETIVOS | El objetivo es mostrar el impacto del mostrar del Big Data en la sociedad actual, tanto en el mundo de los negocios como en el de la política y administraciones públicas, los medios de comunicación y/o la investigación científica. |

| | |
|---------------------|---|
| TÍTULO CURSO | Archivos fílmicos y <i>Film Research</i> |
| Nº HORAS | 60 horas: 30 días laborables a 2 horas diarias |

| | | | | |
|--------------------------------------|---|---------------|------------|--|
| Código Seguro De Verificación | jWzFiIGT3ilCi7DNnqnnFw== | Fecha | 17/02/2022 | |
| Normativa | Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015). | | | |
| Firmado Por | Ricardo Reyes Mendoza | | | |
| Url De Verificación | https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/jWzFiIGT3ilCi7DNnqnnFw= | Página | 40/53 | |



| | |
|--------------------------------|---|
| | |
| DIRIGIDO A | Documentalistas y gestores de archivos; personal de producción interesado en la gestión de archivos y similares. |
| OBJETIVOS | El taller debe proponer herramientas específicas y metodologías de trabajo sobre archivos, conservación y búsqueda de archivos audiovisuales, con el objetivo de apoyar el desarrollo de colecciones audiovisuales en bibliotecas, museos, centros culturales y particulares, pero sobre todo para ser utilizado en producciones audiovisuales. |
| CONTENIDOS ORIENTATIVOS | <p>Herramientas y técnicas para la conservación de material audiovisual. Fundamentos para la preservación audiovisual. Importancia de los archivos audiovisuales, digitalización y procesos técnicos. Normas nacionales e internacionales, identificación y selección de materiales, necesidades técnicas y humanas para el desarrollo. Diferencias entre un archivo y un depósito. Identificación de formatos.</p> <p>Derechos de autor y limitaciones de uso de los archivos. Softwares para realizar una base de datos. Análisis sobre la gestión de un archivo audiovisual. Archivos públicos y privados.</p> <p>Relación y búsqueda de materiales en archivos nacionales e internacionales. Gestión y compra de archivos, limitaciones de uso.</p> |

LOTE 7: REDES SOCIALES

| | |
|---------------------|--|
| TÍTULO CURSO | Gestión de reuniones, videoconferencias y videollamadas en entornos |
| Nº HORAS | 10 horas: 5 días laborables a 2 horas diarias |
| DIRIGIDO A | A todos los públicos |

| | | | |
|--------------------------------------|---|---------------|------------|
| Código Seguro De Verificación | jWzFiIGT3ilCi7DNnqnnFw== | Fecha | 17/02/2022 |
| Normativa | Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015). | | |
| Firmado Por | Ricardo Reyes Mendoza | | |
| Url De Verificación | https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/jWzFiIGT3ilCi7DNnqnnFw= | Página | 41/53 |





| | |
|--------------------------------|---|
| OBJETIVOS | El objetivo principal de este curso es poner en valor los beneficios de las reuniones, videoconferencia y videollamadas en el uso de los entornos audiovisuales que incluyen entre otros, ahorros de costes aumentos de productividad y mejores métodos para administrar el tiempo y hacerlo efectivo. |
| CONTENIDOS ORIENTATIVOS | <p>Introducción</p> <ul style="list-style-type: none"> -Importancia de la gestión efectiva de reuniones, videoconferencias y videollamadas -Tipos de videollamadas y videoconferencias -Ventajas del uso de estas herramientas para gestionar la comunicación efectiva |

| | |
|--------------------------------|--|
| TÍTULO CURSO | Gestión de redes sociales. Nivel avanzado |
| Nº HORAS | 20 horas: 10 días laborables a 2 horas diarias |
| DIRIGIDO A | Este curso está dirigido a personas que presenten habilidades en el uso de las redes sociales además de un nivel de comprensión avanzado en el nuevo consumidor social de los social media. |
| OBJETIVOS | Conocer el entorno real de las redes sociales para sacarles el máximo provecho posible y aumentar los beneficios de tu negocio y marca. |
| CONTENIDOS ORIENTATIVOS | <p>Desvelando el algoritmo de la red social, ¿qué son?</p> <p>La era del nuevo consumidor social. Buscador Google, SEM y SEO. El algoritmo base de las redes sociales. Los medios sociales y la revolución Me gusta. Unirse a la fiesta. El botón Me gusta es la nueva forma de establecer vínculos. Cómo Facebook está modificando la organización de la Web de Google. Qué pueden hacer las redes sociales y qué no</p> <p>Estrategias de inicio y replanteamiento en medios Sociales Empiece escuchando y no deje de hacerlo nunca.</p> |

| | | | |
|--------------------------------------|---|---------------|------------|
| Código Seguro De Verificación | jWzFiIGT3ilCi7DNnqnnFw== | Fecha | 17/02/2022 |
| Normativa | Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015). | | |
| Firmado Por | Ricardo Reyes Mendoza | | |
| Url De Verificación | https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/jWzFiIGT3ilCi7DNnqnnFw= | Página | 42/53 |



| | |
|--|---|
| | <p>Definición de objetivos. Defina su público objetivo mejor que nunca. Piense y actúe como sus clientes</p> <p>Búsqueda de público objetivo y anuncios en redes sociales (práctico) Buscar usuarios en Facebook. Buscar usuarios en Twitter. Buscar contactos en LinkedIn</p> <p>Integrando dispositivos móviles en la estrategia social Foursquare, redes sociales y geolocalización. Instagram, la imagen social. Pinterest, el escaparate</p> <p>La conversación digital Generar conversación para sus clientes. Responder a comentarios negativos, planes de crisis. Responder a comentarios positivos</p> <p>Crea y gestiona tu propia web de forma simple mediante herramientas online Introducción a la web. Entorno Wix. Introducción a Google Analytics. Introducción a Moonfruit, ejemplo práctico.</p> <p>Aplicaciones populares para Facebook Aplicaciones más populares Facebook. Aplicaciones para la integración de redes Facebook</p> <p>Google + y Youtube.</p> <p>Estrategias de comunicación para redes sociales maduras Las 7C's del Community Manager. Planes de dinamización.</p> |
|--|---|

| | |
|---------------------|--|
| TÍTULO CURSO | Comunity manager en redes |
| Nº HORAS | 50 horas: 25 días laborables a 2 horas diarias |

| | | | |
|--------------------------------------|---|---------------|------------|
| Código Seguro De Verificación | jWzFiIGT3ilCi7DNnqnnFw== | Fecha | 17/02/2022 |
| Normativa | Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015). | | |
| Firmado Por | Ricardo Reyes Mendoza | | |
| Url De Verificación | https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/jWzFiIGT3ilCi7DNnqnnFw= | Página | 43/53 |





| | |
|--------------------------------|--|
| DIRIGIDO A | Estudiantes, empleados y todas aquellas personas que deseen conocer las herramientas más usadas para lograr más ventas en redes sociales y así potenciar su negocio. |
| OBJETIVOS | Conocer y dominar las herramientas más adecuadas para potenciar la comunicación en medios sociales. Desarrollar estrategias publicitarias en redes sociales con el objetivo de lograr mayor alcance y conversiones para nuestro negocio. Medir adecuadamente los resultados de dichas acciones para hacer más eficiente nuestra inversión. |
| CONTENIDOS ORIENTATIVOS | <ul style="list-style-type: none"> - Introducción y contexto - Transformación digital - Plan de Marketing en redes sociales - Contenidos - Publicidad - Métricas e indicadores - Integración de conceptos 360 |

LOTE 8: TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y TELETRABAJO

| | |
|---------------------|--|
| TÍTULO CURSO | Transformación digital, gestión empresarial y emprendimiento en las empresas culturales y creativas |
| Nº HORAS | 40 horas: 20 días laborables a 2 horas diarias |
| DIRIGIDO A | Personas desempleadas que quieran emprender o emplearse en actividades relacionadas con la transformación digital en el sector cultural. • Empresarios/as del sector que quieran mejorar la competitividad de sus empresas y hacerlas crecer gracias a la digitalización. • Emprendedores/as que cuenten con una idea de negocio y deseen realizar un proyecto viable de creación de empresa cultural para su posterior puesta en marcha |

| | | | | |
|--------------------------------------|---|---------------|------------|--|
| Código Seguro De Verificación | jWzFiIGT3ilCi7DNnqnnFw== | Fecha | 17/02/2022 | |
| Normativa | Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015). | | | |
| Firmado Por | Ricardo Reyes Mendoza | | | |
| Url De Verificación | https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/jWzFiIGT3ilCi7DNnqnnFw= | Página | 44/53 | |

| | |
|--------------------------------|--|
| OBJETIVOS | Asesorar de forma individualizada a cada participante, tanto a los actuales como a los potenciales emprendedores en industrias culturales, sobre las oportunidades en su sector y en el desarrollo de su plan de negocio. • Manejar los instrumentos empresariales necesarios para diseñar y dirigir proyectos culturales con objetivos estratégicos definidos. • Fomentar el desarrollo de las nuevas tecnologías en la producción cultural. • Desarrollar capacidades de prospectiva que permitan anticipar los cambios de nuestra sociedad, facilitando la comunicación y proyección de los proyectos. • Adquirir habilidades y herramientas para definir objetivos, enfrentarse a desafíos y encontrar soluciones a los retos a los que se enfrenta el emprendedor. • Conocer las bases jurídicas y administrativas en los diferentes campos de actuación. • Lograr la competencia para gestionar proyectos capaces de confluir con otros sectores económicos y generar más recursos. |
| CONTENIDOS ORIENTATIVOS | <p>Introducción y Consultoría Inicial. Dirección de Proyectos • Transformación digital: una nueva revolución social y empresarial. • Impacto de la transformación digital en las industrias creativas. • Presentación del Business Plan de un proyecto empresarial, en el que se recogen todas las áreas de actividad empresarial tratadas en los diferentes módulos. • Actitud Emprendedora: Consejos y recomendaciones para emprender. • Metodología Lean Startup para la generación de modelos de negocio de éxito.</p> <p>II. Marketing Digital y Comercialización. Públicos de la Cultura y las Artes • El Lean Marketing Plan: El Plan de Marketing para empresas y proyectos en etapas iniciales y con bajos presupuestos. • El Plan de Marketing: o Análisis y Diagnóstico: Realización de la matriz DAFO. o El presupuesto. o Los objetivos a conseguir: Objetivos SMART. o Plan de Acción. o Medición y Control. • Cómo llevar a cabo una campaña de Marketing Digital: o Social Media. o Google Adwords. o Anuncios en redes sociales (Facebook, Instagram...). o Posicionamiento en Google. o Cómo crear y posicionar un Blog.</p> <p>III. Transformación Digital • Presente y futuro tecnológico. • Plataformas tecnológicas. • Lenguaje digital. • Nuevas tecnologías: Cloud Computing, Big Data, IoT, Blockchain, etc.</p> <p>IV. Creatividad e Innovación • Cómo innovar en un producto, servicio o modelo de negocio. • Validar e innovar el modelo de negocio: Canvas Model. • Crear y Testear prototipos: Design Thinking. • Conoce a tu cliente: Mapa de Empatía.</p> <p>V. Gestión Financiera y Aspectos Jurídicos y Fiscales • Estructura Financiera Básica De La Empresa Cultural. • Gestión Contable: Análisis, Cuentas Y Balances. o Análisis de balances. o Cuentas anuales y análisis de estados financieros. o Presentación de presupuestos. • Gestión y Dirección</p> |

| | | | |
|--------------------------------------|---|---------------|------------|
| Código Seguro De Verificación | jWzFiIGT3ilCi7DNnqnnFw== | Fecha | 17/02/2022 |
| Normativa | Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015). | | |
| Firmado Por | Ricardo Reyes Mendoza | | |
| Url De Verificación | https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/jWzFiIGT3ilCi7DNnqnnFw= | Página | 45/53 |





| | |
|--|---|
| | <p>Financiera. • Derechos De Propiedad Intelectual. • Legislación General y Específica Aplicable a las Empresas Culturales. • Tributación y Seguridad Social.</p> <p>VI. Dirección de Proyectos Final • Revisión final del plan de negocio destinado a las nuevas iniciativas emprendedoras en producción de actividades complementarias. • Complimentación de informes y cuestionarios de Evaluación. • Recursos y Herramientas para emprender. • Fuentes de financiación para nuevos proyectos o empresas ya en marcha.</p> |
|--|---|

| | |
|--------------------------------|--|
| TÍTULO CURSO | Herramientas de transformación digital en la gestión cultural |
| Nº HORAS | 30 horas: 15 días laborables a 2 horas diarias |
| DIRIGIDO A | A todos los profesionales del sector cultural y empresas creativas |
| OBJETIVOS | Conocer e implementar herramientas digitales en la gestión cultural. Aprender nuevas dinámicas de trabajo |
| CONTENIDOS ORIENTATIVOS | <ul style="list-style-type: none"> ○ Introducción a la gestión cultural en el entorno digital ○ Hábitos culturales digitales en la comunidad ○ Introducción a la colaboración y trabajo en equipo en entornos virtuales ○ Seguridad e identidad digital, gestión de la información y tratamiento de datos. ○ Planificación de una estrategia digital para organizaciones culturales. ○ Kit básico digital para una entidad o proyecto cultural (I) ○ Kit básico digital para una entidad o proyecto cultural (II) ○ Archivo y digitalización: preservar e compartir ○ Kit básico digital para una entidad o proyecto cultural (III) ○ Introducción al marketing cultural digital ○ Introducción al desenvolvimiento de audiencias. ○ Introducción a la comunicación y mediación cultural en las redes. |

| | | | |
|--------------------------------------|---|---------------|------------|
| Código Seguro De Verificación | jWzFiIGT3ilCi7DNnqnnFw== | Fecha | 17/02/2022 |
| Normativa | Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015). | | |
| Firmado Por | Ricardo Reyes Mendoza | | |
| Url De Verificación | https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/jWzFiIGT3ilCi7DNnqnnFw= | Página | 46/53 |





| | |
|-----------------------|---|
| TÍTULO WEBINAR | Transformación digital y teletrabajo en el sector cultural |
| Nº HORAS | 2 horas (a elegir en horario de tarde entre las 17 y las 20 horas) |
| DIRIGIDO A | Emprendedores, autónomos, empresarios que quieran implementar esta dinámica de trabajo en su entorno laboral. |
| OBJETIVOS | Conocer casos reales de empresas culturales y creativas que han hecho del teletrabajo una forma efectiva de gestión . |

LOTE 9: GESTIÓN PRODUCTIVA Y DE EQUIPOS

| | |
|---------------------|---|
| TÍTULO CURSO | Taller de LAYCOS. Herramienta de comunicación y gestión productiva del teletrabajo |
| Nº HORAS | 20 horas: 10 días laborables a 2 horas diarias |
| DIRIGIDO A | A todos los públicos |
| OBJETIVOS | Conocer los distintos recursos existentes en la red para afrontar la gestión productiva del trabajo online. Laycos es una plataforma que facilita la comunicación en la empresa que incluye funcionalidades que nos ayudan a gestionar el trabajo de forma más productiva. |

| | | | | |
|--------------------------------------|---|---------------|------------|--|
| Código Seguro De Verificación | jWzFiIGT3ilCi7DNnqnnFw== | Fecha | 17/02/2022 | |
| Normativa | Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015). | | | |
| Firmado Por | Ricardo Reyes Mendoza | | | |
| Url De Verificación | https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/jWzFiIGT3ilCi7DNnqnnFw= | Página | 47/53 | |

| | |
|--------------------------------|---|
| CONTENIDOS ORIENTATIVOS | <ul style="list-style-type: none"> - Crear una publicación - Crear una red Laycos con grupos e invitar a usuarios - Invitar a usuarios externos a la organización - Dar de alta a usuarios - Funcionamiento de Chat y videoconferencia - Formularios - Timeline - Avisos, tareas, mensajes privados - Metaformularios, dashboard |
|--------------------------------|---|

| | |
|--------------------------------|--|
| TÍTULO CURSO | Gestión de equipos online. Claves para liderar equipos remotos y personas que trabajan a distancia |
| Nº HORAS | 20 horas: 10 días laborables a 2 horas diarias |
| DIRIGIDO A | <ul style="list-style-type: none"> • Managers y responsables de gestionar y dirigir equipos remotos (equipos de personas dispersas geográficamente dentro o fuera de España) ya sea de forma permanente u ocasionalmente en equipos de proyecto. |
| OBJETIVOS | <ul style="list-style-type: none"> • Identificar sus prácticas actuales y las claves para gestionar con éxito un equipo en remoto. • Establecer las reglas de funcionamiento para mejorar la dirección y gestión de su equipo remoto. • Conocer las claves de la comunicación con colaboradores dispersos geográficamente. |
| CONTENIDOS ORIENTATIVOS | <p>Formación virtual por videoconferencia</p> <p><i>Retos y oportunidades del liderazgo de equipos virtuales</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Características de la gestión de equipos a distancia. - Diferencias entre el liderazgo onsite y a distancia. - Beneficios y riesgos de gestionar y liderar a distancia. <p><i>Organización y configuración del equipo virtual</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Rol del manager del equipo. - Coordinar las actividades del equipo remoto. |

| | |
|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> - Trabajar la confianza en equipos virtuales. - Desarrollar la autonomía y la madurez de sus colaboradores. - Seguimiento y KPIs. <p>Trabajo individual: mapear mi equipo remoto</p> <p>Clase virtual interactiva por videoconferencia</p> <p style="text-align: center;"><i>Comunicación a distancia</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Expectativas y necesidades de sus colaboradores. - Clarificar roles y reglas de funcionamiento. - Tecnología para liderar equipos virtuales. - Frenos e impacto de la comunicación a distancia. - Gestionar conflictos entre los miembros del equipo. - Técnicas de comunicación a distancia. <p style="text-align: center;"><i>Movilizar y comprometer a distancia</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Buenas prácticas para compartir. - Seguimiento y evaluación a distancia: riesgos y oportunidades. - Gestionar el rendimiento y el desempeño: directrices comunes e informes. - Identificar las palancas de motivación. - El feedback a distancia y acompañamiento en el desarrollo. - Tecnología como herramienta de gestión. <p>Trabajo individual. Plan de acción</p> |
|--|---|

| | |
|---------------------|---|
| TÍTULO CURSO | Creación de contenidos y gestión de recursos digitales |
| Nº HORAS | 140 horas: 70 días laborables a 2 horas diarias |
| DIRIGIDO A | A todos los públicos |

| | |
|--------------------------------|--|
| OBJETIVOS | <p>Producir contenidos educativos en múltiples formatos a través del uso de diferentes herramientas digitales y móviles. - Conocer de manera avanzada el funcionamiento tecnológico de las herramientas digitales para la creación de contenidos. - Saber aplicar el marco normativo sobre el uso de contenidos digitales en línea en función del tipo de licencia. - Conocer las plataformas y canales para la búsqueda y selección de recursos educativos. - Colaborar en la producción de contenido en proyectos de creación conjunta. - Comprender el procomún y saberlo aplicar en el aula. - Crear contenidos educativos aplicando los principios de la narrativa digital. - Analizar las creaciones digitales de la comunidad educativa. - Diseñar proyectos para el impulso de la narrativa digital en el aula. - Crear ePortfolios y ciberensayos educativos.</p> |
| CONTENIDOS ORIENTATIVOS | <p>Unidad 1. TIC y Sociedad: cambio de paradigma y ética desde los formatos de los contenidos. <input type="checkbox"/> Introducción <input type="checkbox"/> Del papiro a las pantallas: la necesaria transición a formatos de contenido digital <input type="checkbox"/> La innovación educativa de primer y segundo nivel <input type="checkbox"/> La curaduría digital de contenido educativo y formativo <input type="checkbox"/> La ética en el manejo de los contenidos en entornos digitales</p> <p>Unidad 2. La perspectiva psicopedagógica de los materiales educativos <input type="checkbox"/> Introducción <input type="checkbox"/> Factores psicopedagógicos que deben tenerse en cuenta en la generación de contenidos educativos multimedia, y su impacto en el aprendizaje <input type="checkbox"/> La contextualización y el nivel madurativo: el público objetivo <input type="checkbox"/> La psicología de la percepción: el color, las formas y el movimiento <input type="checkbox"/> Los factores emocionales y motivacionales</p> <p>Unidad 3. El Diseño Instruccional para dotar de sentido pedagógico a una secuencia didáctica en entorno digital <input type="checkbox"/> Introducción <input type="checkbox"/> La conceptualización de Diseño Instruccional. <input type="checkbox"/> Los principios pedagógicos a tener en cuenta <input type="checkbox"/> El modelo de Diseño Instruccional más empleado: ADDIE <input type="checkbox"/> El modelo de Diseño Instruccional más empleado: ADDIE</p> <p>Unidad 4. La imagen digital en los contenidos educativos multimedia <input type="checkbox"/> Introducción <input type="checkbox"/> La imagen en una secuencia didáctica en entorno digital <input type="checkbox"/> La adecuada selección de las herramientas para la creación de una imagen didáctica <input type="checkbox"/> Creación y edición de imagen con herramientas online <input type="checkbox"/> Creación y edición de imagen con herramientas offline</p> <p>Unidad 5. El audio en los contenidos educativos multimedia <input type="checkbox"/> Introducción <input type="checkbox"/> El audio en una secuencia didáctica en entorno digital <input type="checkbox"/> La adecuada selección de las herramientas para la creación de un audio didáctico <input type="checkbox"/> Creación y edición de audio con herramientas online <input type="checkbox"/> Creación y edición de audio con herramientas offline</p> <p>Unidad 6. El vídeo en los contenidos educativos multimedia <input type="checkbox"/> Introducción <input type="checkbox"/> El vídeo en una secuencia didáctica en entorno digital <input type="checkbox"/> La adecuada</p> |

| | | | |
|--------------------------------------|---|---------------|------------|
| Código Seguro De Verificación | jWzFiIGT3ilCi7DNnqnnFw== | Fecha | 17/02/2022 |
| Normativa | Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015). | | |
| Firmado Por | Ricardo Reyes Mendoza | | |
| Url De Verificación | https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/jWzFiIGT3ilCi7DNnqnnFw= | Página | 50/53 |



| | |
|--|---|
| | <p>selección de las herramientas para la creación de un vídeo didáctico <input type="checkbox"/></p> <p>Creación y edición de vídeo con herramientas online <input type="checkbox"/> Creación y edición de vídeo con herramientas offline</p> <p>Unidad 7. Los formatos interactivos en los contenidos educativos multimedia: el factor tridimensional <input type="checkbox"/> Introducción <input type="checkbox"/> 3D y sus posibilidades en educación <input type="checkbox"/> La creación y edición de 3D <input type="checkbox"/> El diseño de una experiencia de aprendizaje maker</p> <p>Unidad 8. Los formatos interactivos en los contenidos educativos multimedia: la realidad aumentada y la realidad virtual <input type="checkbox"/> Introducción <input type="checkbox"/> La interactividad en la Realidad Virtual <input type="checkbox"/> Creación y edición con RV <input type="checkbox"/> La interactividad en la RA <input type="checkbox"/> Creación y Edición con RA <input type="checkbox"/> El juego destinado al aprendizaje en entorno de RV y RA</p> <p>Unidad 9. La creación de contenidos para un enfoque metodológico invertido: Flipped Classroom <input type="checkbox"/> Introducción <input type="checkbox"/> Flipped Classroom desde la configuración de los contenidos <input type="checkbox"/> El vídeo interactivo como medio por excelencia para el trabajo del apartado teórico en casa <input type="checkbox"/> Las dinámicas de co creación como enfoque por excelencia para el trabajo del apartado práctico en el aula</p> <p>Unidad 10. La creación de contenido para un enfoque metodológico personalizado y gamificado: MDA, Breakout Edu y Badges Introducción <input type="checkbox"/> Introducción <input type="checkbox"/> El concepto de Marco Digital de Aprendizaje y Breakout Edu desde la configuración de los contenidos <input type="checkbox"/> Los badges para la gamificación de la secuencia didáctica</p> <p>Unidad 11. Los básicos en la creación de una secuencia didáctica digital: lenguajes, estándares y herramientas de autor <input type="checkbox"/> Introducción <input type="checkbox"/> HTML5 y sus posibilidades en el ámbito de la educación y la formación <input type="checkbox"/> El estándar SCORM y la interoperabilidad desde LTI <input type="checkbox"/> La estructuración y creación del contenido desde una herramienta de autor</p> <p>Unidad 12. La puesta a disposición de una secuencia didáctica desde una plataforma de aprendizaje <input type="checkbox"/> Introducción <input type="checkbox"/> Del Content Mangement System (CMS) al Learning Management System (LMS) <input type="checkbox"/> La creación y configuración de un Entorno Virtual de Aprendizaje (EVA) <input type="checkbox"/> La incorporación de contenidos digitales a una secuencia didáctica en una plataforma Open Source</p> |
|--|---|

| | | | |
|--------------------------------------|---|---------------|------------|
| Código Seguro De Verificación | jWzFiIGT3ilCi7DNnqnnFw== | Fecha | 17/02/2022 |
| Normativa | Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015). | | |
| Firmado Por | Ricardo Reyes Mendoza | | |
| Url De Verificación | https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/jWzFiIGT3ilCi7DNnqnnFw= | Página | 51/53 |





| | |
|-----------------------|--|
| TÍTULO WEBINAR | Como realizar y desarrollar focus group online |
| Nº HORAS | 2 horas (a elegir en horario de tarde entre las 17 y las 20 horas) |
| DIRIGIDO A | Emprendedores, autónomos, empresarios que quieran implementar esta dinámica de trabajo en su entorno laboral. |
| OBJETIVOS | El objetivo principal del focus group consiste en indagar en las experiencias, actitudes, sensaciones, opiniones y reacciones de los participantes, de una forma que con otros métodos no resulta posible. |

LOTE 10: ADMINISTRACIÓN ELECTRÓNICA

| | |
|---------------------|--|
| TÍTULO CURSO | Administración electrónica y certificado digital |
| Nº HORAS | 20 horas: 10 días laborables a 2 horas diarias |
| DIRIGIDO A | Ciudadanos que estén interesados en conocer y aprender sobre la actividad de Administración electrónica y los certificados digitales. |
| OBJETIVOS | <p>Utilizar los diferentes servicios que ofrecen de forma electrónica las Administraciones Públicas.</p> <p>Conocer ventajas y oportunidades que ofrecen las nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación en las relaciones entre los ciudadanos y las Administraciones Públicas.</p> <p>Los tres elementos básicos de la Administración Electrónica: la sede electrónica, el registro electrónico y las comunicaciones y notificaciones electrónicas.</p> <p>Aplicar la firma digital en la factura electrónica.</p> <p>Conocer la Ley de Firma Electrónica y la regulación del DNI electrónico.</p> <p>Entender los conceptos fundamentales de la seguridad de los datos en los sistemas de información</p> <p>Comprender el diseño del DNI e y ver sus usos.</p> |

| | | | |
|--------------------------------------|---|---------------|------------|
| Código Seguro De Verificación | jWzFiIGT3ilCi7DNnqnnFw== | Fecha | 17/02/2022 |
| Normativa | Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015). | | |
| Firmado Por | Ricardo Reyes Mendoza | | |
| Url De Verificación | https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/jWzFiIGT3ilCi7DNnqnnFw= | Página | 52/53 |



| | |
|---|--|
| | <p>Conocer el uso y funcionamiento de la plataforma de facturación electrónica FACE y cómo se hace una factura electrónica con el software de la administración FacturaE.</p> <p>Conocer las normas básicas de seguridad en un entorno digital.</p> <p>Conocer el marco jurídico en el que se desarrolla el concepto y usos de los Certificados electrónicos, Firma electrónica y DNle.</p> |
| <p>CONTENIDOS ORIENTATIVOS</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Introducción a la administración electrónica en España. • Conceptos tecnológicos básicos en la administración electrónica. • Aplicación de las TIC en el ámbito público. • Certificación digital. • La firma electrónica y sus aplicaciones. • Identificación electrónica. Notificaciones electrónicas • Prestadores de Servicios Electrónicos de Confianza • El Certificado electrónico • La Firma electrónica • El DNI electrónico y sus usos • La Factura electrónica (FACE) • Normas básicas de seguridad en el entorno digital • Normativa que afecta a la administración electrónica |

| | | | |
|--------------------------------------|---|---------------|------------|
| Código Seguro De Verificación | jWzFiIGT3ilCi7DNnqnnFw== | Fecha | 17/02/2022 |
| Normativa | Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015). | | |
| Firmado Por | Ricardo Reyes Mendoza | | |
| Url De Verificación | https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/jWzFiIGT3ilCi7DNnqnnFw= | Página | 53/53 |

