



estrategias urbanas

# CATÁLOGO DE FORMACIÓN 2011

organismos e instituciones

## ÍNDICE DOCUMENTACIÓN

---

1.1 INTRODUCCIÓN	3
1.2 OBJETIVOS	4
1.3 ITINERARIOS DE FORMACIÓN	5
1.3.1 MÓDULO A	6
1.3.2 MÓDULO B	7
1.3.3 MÓDULO C	8
1.3.4 ANEXOS	9
1.4 PRECIOS	10

## 1.1 INTRODUCCIÓN

---

*estrategias urbanas* aboga por una formación que proporcione una cualificación profesional, y que sirva no sólo para la elevación y nivel de calidad de vida de los ciudadanos, los cuales serán los beneficiarios de la aplicación de los contenidos de estas acciones formativas, sino también para aumentar la capacidad de promoción y comunicación del conjunto del Municipio.

Con la elaboración de un Catálogo de Cursos con formación genérica y específica sobre URBANISMO, ARQUITECTURA y sus AVANCES TÉCNICOS Y ARTÍSTICOS, se garantiza la capacitación y actualización permanente de los empleados en los modelos de Gestión de Ciudades, tanto desde el punto de vista del Citymarketing, como de Planeamiento Urbano, Street Marketing y Recuperación de lugares degradados y puntos negros del espacio público entre otros.

*estrategias urbanas* tiene por objeto impulsar y extender entre los municipios y sus habitantes una formación que responda a sus necesidades y contribuya al desarrollo de una ciudad basada en el conocimiento.

Nuestra oferta es muy flexible. Estructurada por MÓDULOS, se puede cursar de forma independiente y complementaria. También ofrecemos la posibilidad de contratación por plazas o curso completo.

Si no encuentras el curso adecuado a tus intereses y necesidades, *estrategias urbanas* realizará un estudio sobre tus características para ofrecer una Formación personalizada.

estrategias urbanas ofrece Cursos Especializados que persiguen conseguir dos **objetivos** fundamentales:

- La identificación del CARÁCTER y NECESIDADES del espacio público del municipio, y por tanto la capacitación en las respuestas que exigen esas NECESIDADES.

- Una formación más amplia en lo que se refiere a la Arquitectura del Paisaje Urbano, la versatilidad y creatividad del mismo para disfrute de sus habitantes y la formación técnica necesaria para proponer respuestas.

Se realizan labores de investigación y análisis previo del Municipio, y se completará con la planificación de las actuaciones y con las nociones referentes al diseño y ejecución técnica de esas acciones. De esta manera se conseguirá su integración en la vida activa de la escena urbana.

La finalidad por tanto, es que el profesional adquiera las herramientas que le permitan conocer e identificar aquellos espacios, en los que exista una posibilidad de expresión por parte de la CIUDAD y sus HABITANTES. Se crea la identidad de la urbe y se les otorgan nuevos usos, especialmente a aquellos que se encuentran en mal estado.

## 1.3 ITINERARIOS DE FORMACIÓN

---

La estructura de los MÓDULOS, obedece a los diferentes campos de acercamiento a la Ciudad.  
La formación se articula en torno a 3 áreas:

A. URBANISMO + CITYMARKETING

B. TECNOLOGÍA Y CONSTRUCCIÓN

C. SOSTENIBILIDAD Y EFICIENCIA ENERGETICA EN EL ESPACIO PÚBLICO

Se trata de cursos especializados, con capacidad para realizarse de forma independiente y complementaria. El número de horas en las que se organizan siguen esquemas 6+6+4, para poder impartirse por jornadas. Y se contempla la posibilidad de completar cada MÓDULO con un Anexo (2+2+2) , para profundizar en la formación.

La duración total del Curso de tres MÓDULOS más los ANEXOS, es de una semana.

Los cursos podrán sufrir variaciones en función de la demanda.

## 1.3.1

**MÓDULO A****TEORÍA DEL URBANISMO ACTUAL DESDE PARÁMETROS DEL CITYMARKETING**

Mediante el estudio de políticas activas de Marketing, se identifican y determinan las necesidades de la sociedad del municipio y se desarrollan una serie de productos y servicios, que satisfagan dichas necesidades, creando y potenciando su demanda.

El aporte de estrategias urbanas al Marketing de Ciudades, es su enfoque directo desde acciones de arquitectura y tratamientos a nivel urbanístico del espacio público, un recorrido por los ejemplos puestos en marcha en otras ciudades, un análisis de sus resultados y la elaboración de un código de Buenas Prácticas, darán como resultado un Plan Estratégico como proyecto urbano global, que mejorará la imagen de la ciudad.

	MATERIA	DURACIÓN
<b>MÓDULO</b> <b>A</b>	Introducción a l Marketing de Ciudades: -PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD -MARKETING DE VALORES -EJEMPLOS	2 h
	Buenas Prácticas: -NORMATIVA Y ORDENANZAS -SOSTENIBILIDAD Y RECICLAJE	2 h
	Espacios públicos urbanos: -ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO -PLANIFICACIÓN Y TRANSFORMACIÓN -GESTIÓN MEDIANTE EL USO DE LAS REDES SOCIALES	2 h

## 1.3.2

**MÓDULO B****EVALUACIÓN TÉCNICA DEL ESPACIO PÚBLICO, PATOLOGÍAS, ESTRUCTURAS, MATERIALES Y ACABADOS**

El MÓDULO B, se centra en las respuestas constructivas al abandono del espacio público.

A través del conocimiento de la primera estrategia de la empresa: *división Eje Z* encontramos el vehículo para el estudio de los problemas técnicos, patológicos y estructurales que nos presenta el paisaje urbano, y documentamos soluciones constructivas y de acabados que respondan a las necesidades del Municipio.

El MÓDULO finaliza con un proyecto práctico sobre un punto negro concreto de la trama urbana.

	MATERIA	DURACIÓN
<b>MÓDULO b</b>	Aspectos técnicos. Estado de las fachadas	1 h
	Soluciones constructivas. Estructuras auxiliares.	2 h
	Materiales y acabados: -METÁLICOS -PLÁSTICOS -LAMINADOS -LONAS Y VINILOS	2 h
	Proyectos.	1 h

**LA HUELLA ECOLÓGICA DEL MUNICIPIO: SOSTENIBILIDAD Y EFICIENCIA ENERGÉTICA**

Desde éste MÓDULO se quieren abordar dos cuestiones: la primera referida a **sostenibilidad**. Nuestra **sostenibilidad**, abandona el estudio de los procesos energéticos y su repercusión en el medio, para realizar un estudio de lo cultural, lo social y lo económico bajo el espectro de lo MEDIOAMBIENTAL. Ese carácter de los edificios aplicado a las fachadas y muros vegetales. Cuáles son sus formas de desarrollo y sus ventajas.

La segunda parte del MÓDULO sí estudia factores de energía, planteando un uso racional de los recursos para una parte importante de las superficies del área urbana que son las ZONAS VERDES.

Se proponen así estrategias que ayuden al tratamiento rentable de su implantación y cuidado.

	MATERIA	DURACIÓN
MÓDULO C	Edificios verdes: -FACHADAS Y CUBIERTAS VEGETALES	2 h
	Estrategias de ahorro energético y criterios sostenibles en la implantación y cuidado de parques y jardines.	2 h



### 1.3.4 **ANEXOS**

Los ANEXOS planteados como especialización de cada MÓDULO, si bien describen a continuación las líneas maestras en las que se desarrollarán. Quedarán pendientes de concretar en base a las necesidades concretas de la ciudad objeto de estudio, realizándose una evaluación previa que permita concretar cuál es la formación adecuada a cada caso concreto.

#### ANEXO **A**

Tiempos de implantación y procesos de participación con ciudadanos, asociaciones y colectivos.

#### ANEXO **B**

Trabajo práctico sobre el Municipio.

#### ANEXO **C**

Ampliación sobre edificios verdes y pautas sobre consumo del territorio.

## 1.4 PRECIOS

---

estrategias urbanas trabaja una oferta de precios que varía en función de la cantidad de MÓDULOS y ANEXOS a cursar, y dependiendo del tamaño de los grupos. No incluye coste de instalaciones.

El Curso de Introducción Completo (3 MÓDULOS), se podrá impartir en dos jornadas de mañana y tarde o tres tardes.

por persona *	480€
por grupo (mínimo 10 personas)	340€/pax

El Curso Avanzado (3 MÓDULOS+3 ANEXOS)

por persona *	600€
por grupo (mínimo 10 personas)	470€/pax

El precio de los MÓDULOS **a** ó **b** cursados de forma independiente:.

por persona *	180€
por grupo (mínimo 10 personas)	130€/pax

El precio del MÓDULO **C** cursado de forma independiente:.

por persona *	150€
por grupo (mínimo 10 personas)	120€/pax

El precio de los ANEXOS **A,B** ó **C** como complemento a cada MÓDULO:.

por persona *	100€
por grupo (mínimo 10 personas)	75€/pax

\* el número mínimo de personas para impartir un curso será de 3.