



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS

LICENCIATURA EN DESARROLLO Y GESTIÓN INTERCULTURALES

QUINTO SEMESTRE

Promoción y Desarrollo Cultural
Emma Cecilia Barraza Gómez

| CLAVE | HORAS/SEMANA/SEMESTRE | | | TOTAL DE HORAS | CRÉDITOS |
|-------|-----------------------|-----------|---------|----------------|----------|
| | TEÓRICAS | PRÁCTICAS | SEMANAS | | |
| 4507 | 2 | 2 | 16 | 64 | 8 |

Carácter: Obligatoria de elección

Tipo: Teórica

Modalidad: Curso

Seriación: Obligatoria

Asignatura precedente: Ninguna

Asignatura subsecuente: Turismo y Patrimonio Cultural

OBJETIVOS

Que el alumno pueda definir y examinar las implicaciones económicas de la cultura en relación con la gestión y promoción de las industrias y empresas culturales. Que el alumno identifique los fundamentos básicos de una empresa cultural.

| NÚM. DE HRS. POR UNIDAD | TEMARIO |
|-------------------------|---|
| 10 | 1. Introducción a las Industrias Culturales 1.1 Definiciones para la Industria Cultural. |

| | |
|-----------|---|
| | <p>1.2 La sociedad de la comunicación: cultura y nuevas tecnologías.</p> <p>1.3 Diversidad, creación y desarrollo.</p> <p>1.4 Glocal: mercados para la cultura.</p> <p>1.1 1.5 El reto cibernético</p> |
| 5 | <p>2. Industrias culturales y desarrollo sustentable</p> <p>2.1 Políticas culturales para el Desarrollo Sustentable.</p> <p>2.2 Retos de las industrias culturales.</p> <p>2.3 Repercusión social de las industrias culturales: identidad y democracia.</p> <p>2.4 Indicadores de desarrollo cultural sustentable.</p> |
| 8 | <p>3. Consumos culturales</p> <p>3.1 Mercados culturales: local, regional, nacional e internacional.</p> <p>3.2 ¿Cuáles son las reglas del mercado cultural?</p> <p>3.3 Análisis de públicos y consumos culturales.</p> <p>3.4 El consumo cultural a través de Internet.</p> <p>3.5 Estrategias de mercadotecnia para la creación de públicos.</p> |
| 10 | <p>4. Patrimonio y turismo cultural</p> <p>4.1 Del turismo de sol y playa al turismo cultural.</p> <p>4.2 Patrimonio y Turismo como una fuente importante de ingresos para la economía nacional.</p> <p>4.3 La importancia de lo gastronómico: ¿cómo hacer de ello una industria cultural?</p> <p>4.4 La importancia de lo artesanal: ¿cómo hacer de ello una industria cultural?</p> |
| 10 | <p>5. Industrias creativas y economía de la creatividad</p> <p>5.1 Definir Creatividad.</p> <p>5.2 Creatividad y cambio.</p> <p>5.3 El emprendedor creativo.</p> <p>5.4 Del trabajo individual al trabajo en equipo.</p> <p>5.5 La cultura en cifras.</p> <p>5.6 Ciudades creativas5.1 Definir Creatividad.</p> |
| 10 | <p>6. Marco legal y jurídico</p> <p>6.1 Pymes.</p> <p>6.2 Copyright y propiedad intelectual.</p> <p>6.3 Derecho fiscal y laboral en temas culturales.</p> <p>6.4 Formas de configurar jurídicamente la empresa cultural.</p> |
| 10 | <p>7. Administración de las Industrias Culturales</p> <p>7.1 Gestión estratégica de la cultura.</p> <p>7.2 Técnicas de negociación.</p> <p>7.3 Formas de financiamiento de la empresa cultural.</p> <p>7.4 Técnicas de mercadotecnia para la cultura</p> |
| 64 | TOTAL DE HORAS |

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Thompson, John B. *Ideología y cultura moderna*. México, UAM, Xochimilco, 1993. Cap3
- Barbero, Jesús Martín. *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Gustavo Gilly, Barcelona, 1987.
- Benjamin, Walter. *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. Itaca, México, 2003
- Bolaño, César, *Industria cultural, información y capitalismo*, España, Gedisa, Serie Comunicación, 2013
- García Canclini y Ernesto Piedras. *Industrias culturales y desarrollo sustentable*, Conaculta, México, 2004
- Yudice, George. *Medios de comunicación e industrias culturales, identidades colectivas y cohesión social*. CEPAL, 2008 (red)
- García Canclini. *Consumidores y ciudadanos*, Grijalbo, México, 1995
- Schmilchuk, Graciela. *Venturas y desventuras de los estudios de público en Cuicuilco*, México, Nueva época, v. 3, núm. 7, mayo-agosto, p. 31-57.
- Informe: *Encuesta Nacional de hábitos, prácticas y consumo culturales*. Conaculta. México 2010
- Siegel, Lee. *El mundo a través de una pantalla, ediciones Urano, 192 pp. 2008*
- Sunkel, Guillermo, coordinador. *El consumo cultural en América Latina*, Convenio Andrés Bello, Colombia, 2006. El artículo de Garcia Canclini (red)
- Yudice, George, *el recurso de la cultura*, Serie Culturas, Gedisa, Barcelona, 2002
- Cap. 1
- García Canclini. *Culturas populares en el capitalismo*. Grijalbo, México, 2002
- Prats, Llorenç. *Antropología y patrimonio*, Ariel Antropología, Barcelona, 2004
- Tresserras, Jordi, *Gestión pública privada del turismo cultural y el desarrollo comunitario*. Presentación Monterrey, N.L. 2006
- Florida, Richard. *Las Ciudades creativas*. Paidós ibérica. Barcelona, 2008.
- Nuestra diversidad creativa. UNESCO, 2003
- Throsby, David. *Economía y cultura*. Serie Gestión Cultural. Conaculta, México, 2008. La parte de creatividad
- Caballero Leal, José Luis. *Derecho de autor para autores*, FCE, México, 2004
- García Canclini, coordinador. *Conflictos interculturales*. Serie Culturas, Gedisa, Barcelona, 2011

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- García Canclini, *Cultura y comunicación*. Grijalbo/UAM-X, México. 1997
- González, Jorge. *Culturas y Ciberculturas*, Universidad Iberoamericana, México, 2003
- Winocur, Rosalía, *ciudadanos mediáticos, la construcción de lo público en la radio*. Serie Culturas, Gedisa, México, 2006
- García Canclini, coordinador académico. *Iberoamérica 2002. Diagnóstico y propuestas para el desarrollo cultural*, OEI/Santillana. México, 2002.
- Ramírez, Kuri, *Espacio público y reconstrucción de ciudadanía*. Miguel Angel Porrúa-Flacso, México, 2003.
- García Canclini, coordinador académico. *Iberoamérica 2002. Diagnóstico y propuestas para el desarrollo cultural*, OEI/Santillana. México, 2002.
- Ramírez, Kuri, *Espacio público y reconstrucción de ciudadanía*. Miguel Angel Porrúa-Flacso, México, 2003.

Nivón, Eduardo y Ana Rosas Mantecón, coordinadores. *Gestionar el patrimonio en tiempos de globalización*, UAM-I, México, 2002. Artículo de Ana Rosas Cuadernos de Patrimonio cultural y turismo, Conaculta

| ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE | | MECANISMOS DE EVALUACION | |
|--------------------------------------|-------------------|----------------------------------|-------------------|
| Exposición oral | SI X NO __ | Exámenes parciales | SI __ NO __ |
| Exposición audiovisual | SI X NO __ | Exámenes finales | SI X NO __ |
| Ejercicios dentro del aula | SI X NO __ | Trabajos y tareas fuera del aula | SI __ NO __ |
| Ejercicios fuera del aula | SI __ NO __ | Participación en clase | SI X NO __ |
| Seminario | SI __ NO __ | Asistencia a prácticas | SI __ NO <u>X</u> |
| Lecturas obligatorias | SI X NO __ | Informe de investigación | SI __ NO __ |
| Trabajos de investigación | SI X NO __ | Otros: | |
| Prácticas de campo | SI __ NO <u>X</u> | | |
| Otros: | | | |