



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. 1.2 La sociedad de la comunicación: cultura y nuevas tecnologías. 1.3 Diversidad, creación y desarrollo.

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

Evaluación
8Lecturas (20%)
3Trabajos (30%)

1 Trabajo (30%)
Asistencia (20%)

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-Flaco, 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:			