



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**  
**FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS**

**LICENCIATURA EN DESARROLLO Y GESTIÓN INTERCULTURALES**

**QUINTO SEMESTRE**  
**Ciclo escolar 2026-1**

**PROMOCIÓN Y DESARROLLO CULTURAL**

**Profesora: Dra. Erika Madrigal Hernández**

CLAVE	HORAS/SEMANA/SEMESTRE			TOTAL DE HORAS	CRÉDITOS
	TEÓRICAS	PRÁCTICAS	SEMANAS		
4507	4	0	16	64	8

**Carácter** Obligatoria de Elección

**Tipo:** Teórica

**Modalidad:** Curso

**Seriación:** Obligatoria

**Asignatura precedente:** Ninguna

**Asignatura subsecuente:** Turismo y Patrimonio Cultural

**OBJETIVOS**

-Identificar, definir y examinar las implicaciones económicas, sociales y ambientales de la cultura a través de la gestión y promoción de las industrias y empresas culturales.

-Comprender los fundamentos básicos de una empresa cultural con base en el enfoque del Desarrollo humano.

NÚM. DE HRS. POR UNIDAD	TEMARIO
10	<p><b>Unidad 1</b> <b>Introducción a las industrias culturales</b></p> <p>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. 1.5 El reto cibernético.</p>
5	<p><b>Unidad 2</b> <b>Industrias culturales y desarrollo sustentable</b></p> <p>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.</p>
5	<p><b>Unidad 3</b> <b>Consumos culturales</b></p> <p>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.</p>
10	<p><b>Unidad 4</b> <b>Patrimonio y turismo cultural</b></p> <p>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?</p>
10	<p><b>Unidad 5</b> <b>Industrias creativas y la economía de la creatividad</b></p> <p>5.1 Definir Creatividad.</p>

	<p>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.</p>
10	<p><b>Unidad 6 Marco legal y jurídico</b></p> <p>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.</p>
10	<p><b>Unidad 7</b>  <b>Administración de las industrias culturales</b></p> <p>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.</p>
4	<p><b>Unidad 8 Presentación de proyectos</b></p>
<b>64</b>	<b>TOTAL DE HORAS</b>

## BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Bonfil Batalla, Guillermo, *Pensar nuestra cultura*, Alianza Editorial, México, 1996.
- Boaventura de Sousa Santos, *Una epistemología del Sur*, Argentina, Siglo XXI, 2012.
- Garcia Canclini, N., Piedras Feria, E. *Las industrias culturales y el desarrollo de México*, México, Siglo XXI, 2006.
- Hesmondhalgh, David, *The Cultural Industries*, London, SAGE, 2002.
- Industrias culturales y desarrollo sustentable*, México, CONACULTA, SRE, OEI, 2004.
- Olive Negrete (Coord.) *Leyes Estatales en Materia del Patrimonio Cultural*, México, CNCA-INAH, 1997-2000.

## BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Boniface. Priscilla, *Managing Quality Cultural Tourism*, Heritage, Londres, 1995.
- Cano Guiomar Alonso, Garzón Alvaro, Georges Poussin, *Culture, trade and globalization*, París, UNESCO, 2000.
  
- Hartley, John, *Creative Industries*, Blackbell, Oxford, 2005.
- John Urry, Lancaster (Eds), *Touring Cultures: Transformations of Travel & Theory*, London, Routledge, 1997.
  
- Kirshenblatt-Gimblett, Barbara, *Destination Culture: Tourism, Museums, and Heritage* University of California Press, Los Angeles, 1999.
  
- MacCannell, Dean, Lippard, Lucy R, *The Tourist. A New Theory of the Leisure Class*, University of California Press, Los Angeles, 1999.
  
- MacManamon, Francis P, *Cultural Resource Management in Contemporary Society. Perspectives on Managing & Presenting the Past (One World Archaeology)* London, Routledge, 1999.
  
- McKercher, Bob; Du, Hilary, *Cros Cultural Tourism: The Partnership Between Tourism and Cultural Heritage Management*, Haworth Hospitality, 2002.

ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE		MECANISMOS DE EVALUACIÓN	
Exposición oral:	SÍ <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	Exámenes parciales:	SÍ <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
Exposición audiovisual:	SÍ <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	Exámenes finales:	SÍ <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
Ejercicios dentro del aula:	SÍ <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	Participación en clase:	SÍ <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
Ejercicios fuera del aula:	SÍ <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	Trabajos y tareas fuera del aula:	SÍ <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
Seminario:	SÍ <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	Asistencia a prácticas:	SÍ <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>
Lecturas obligatorias:	SÍ <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	Informe de investigación:	SÍ <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
Trabajos de investigación:	SÍ <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	Otros:	
Prácticas de campo:	SÍ <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>		
Otros:			

## CRITERIOS Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACION

Trabajo escrito-Ensayo	33.33%
Trabajo final- Elaboración de proyecto.	33.33%
Participación en clase	33.33%
ASISTENCIA MINIMA REQUERIDA	80%