CUCSH |

División de Estudios de la Cultura
Departamento de Estudios de la Comunicación Social
Licenciatura en Comunicación Pública

Asignatura: Estudios de recepción

1. IDENTIFICACIÓN DEL CURSO.

Centro Universitario

Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades

Departamento:

Departamento de Estudios de la Comunicación Social

Academia:

Teoría Social y comunicación pública

Nombre de la unidad de aprendizaje

Estudios de Recepción

Clave de la materia:	Horas de Teoría:	Horas de práctica:	Total de Horas:	Valor en Créditos
D1236	60	0	60	8

Tipo de curso:	Nivel en que se ubica:	Carrera:	Prerrequisitos:
Curso	Licenciatura	Comunicación Pública	

Área de Formación

Optativa Abierta

Elaborado por:

Mtra. María de los Dolores Díaz

Modificado y Actualizado por:

Dra. Fabiola Alcalá Anguiano

Fecha de elaboración	Fecha de última actualización
Agosto de 2006	Agosto de 2016

2. PRESENTACIÓN

Hoy mas que nunca estamos frente a un escenario donde resulta inimaginable el que los individuos permanezcan aislados, sin herramientas de comunicación por lo que frente a este panorama observamos la necesidad inminente de generar estrategias de gestión cultural en los ámbitos, sociales, económicos y políticos. No podemos pensar el desarrollo de una sociedad sin antes analizar los factores, escenarios y personajes que han hecho posible que la gestión cultural exista sin los procesos adecuados de comunicación entre los individuos y la comunidad.

La sociedad en red posibilita el análisis de la herramientas que han sido utilizadas por los gestores y promotores culturales como personas que han hecho posible que se conozcan festivales, programas y planes de capacitación, así como modelos de desarrollo social y cultural de una comunidad, además de observar la importancia que se da en el diseño de estrategias de comunicación como vínculo con el universo. Por su parte autores como Jorge González han hecho posible el conocimiento a los fenómenos culturales y sociales, mismos que serán analizados en el curso como el acoplamiento colectivo y la comunicación como coordinación de acciones, de forma que se puedan analizar las formas conductuales de nuestra sociedad para entonces entender el papel y el perfil que deberá adquirir el gestor cultural en la sociedad.

Actualmente el gestor cultural en Europa han adquirido importancia como una profesión donde los ministros de cultura sostienen programas académicos y de formación con instituciones públicas y privadas para la realización de de prácticas culturales, financiamientos culturales y estadísticas cultural, para poder entender el comportamiento y las tendencias del quehacer cultural. Del mismo modo se observa en Latinoamérica donde se habla en conferencias de la UNESCO de la necesidad de que las naciones reconozcan el derecho a la cultura. Por su parte en México el tema del gestor cultural resulta novedoso y hasta incipiente, sobre todo su participación en la sociedad.

Por lo que en el contexto académico se diseño el curso de *estudios de recepción* para conocer los modelos de gestión cultural, además de conocer la importancia de la profesionalización del promotor cultural de forma que identifique las herramientas que deberá adquirir en la sociedad así como el impacto que puede generar en la política y desarrollo de una sociedad. El presente curso propiciará la capacidad de reflexión en el estudiante en comunicación pública para que identifique los modelos de gestión como agente en los diversos sectores que intervienen y pueda distinguir los diversos escenarios de animación sociocultural, y su función en las instituciones, organismos gubernamentales y universitarios.

3. UNIDAD DE COMPETENCIA

Al concluir el curso el alumno podrá identificar con los diferentes métodos y estrategias para desarrollar como profesionales de la gestión cultural, además de identificar los tipos de público. Además estará capacitado para detectar las formas de interacción entre los diferentes espectáculos y las características del desarrollo cultural en la sociedad.

4. SABERES

Saberes prácticos	• Identificar los modelos de gestión cultural en otros paises como ejemplo de aplicación en México. • Reconocer la importancia de la profesionalización en el promotor cultural y el gestor cultural, además de identificar la importancia que tienen la comunicación en el diseño de un proyecto cultural.
Saberes teóricos	• Conocer e identificar los conceptos de identidad cultural, animación sociocultural, interculturalidad, marketing cultural para su aplicación. • Identificar y reconocer las prácticas en la gestión cultural, además de las herramientas de información para su aplicación. • Analizar y desarrollar una estrategia de gestión cultural en las campañas de comunicación que han implementado en otros proyectos.
Saberes formativos	• Reconocer la importancia del gestor cultural en la sociedad, así como el impacto que tienen en el desarrollo de una comunidad y sociedad. • Desarrollar capacidad reflexiva, analítica y crítica sobre los proyectos que observa en la sociedad.

5. CONTENIDO TEÓRICO PRÁCTICO. Temas y subtemas.

Unidad I. Una reflexión contemporánea sobre la cultura

1.1. La concepción simbólica de la cultura
1.2. Cultura e identidad
1.3. Región sociocultural.

Unidad II. Cultura, política e identidad

2.1. La política cultural como política pública
2.2. La transición democrática
2.3 El derecho a la cultura.

Unidad III. Las industrias culturales y la convergencia tecnológica

3.1. Nuevas tecnologías de información y de interacción social
3.2 La diversificación del consumo y la transformación de la economía.
3.3 Crecimiento y desarrollo con base en la cultura.

Unidad IV. La dimensión social de la gestión cultural en el marco de la comunicación pública.

4.1 Fundamentos estratégicos y métodos de gestión.
4.2 Planes, programas y estrategias
4.3 La profesionalización del gestor cultural

6. ACCIONES

- Exposición de teoría en los conceptos claves.
- Investigación grupal de los programas culturales, planes municipales y estatales de cultura y entrega de resultados
- Análisis de ejemplos de éxito y fracaso en la gestión cultural del país.

ELEMENTOS PARA LA EVALUACIÓN

7. Evidencias de aprendizaje	8. Criterios de desempeño	9. Campo de aplicación
• Lectura y análisis en clase de la bibliografía asignada para cada sesión de trabajo. • Elaboración de un trabajo a exponerse en grupo sobre alguno de los temas propuestos.	• Participación activa en las discusiones en clase • Entrega de trabajos y exposiciones en tiempo y forma • Participación activa en las actividades de integración grupal propuestas	• Desarrollo de una estrategía de comunicación en la gestión cultural.

10. CALIFICACIÓN

Asistencia y participación activa en la discusión en clase	10%
Exposición	30%
Reporte de lectura	20%
Trabajo final	40%
TOTAL …….. 100%	

11. ACREDITACIÓN

- Cumplir con el 80% de las asistencias
- Obtener como mínimo 60 de calificación

12. BIBLIOGRAFÍA

351 ARE	ARELLANO, Gault David (2004) *Gestión estratégica para el sector público.* del pensamiento estrátegico al cambio organizacional Editorial Fondo de Cultural Económica.
305 CAN	CANETTI, Elias (1983) *Masa y poder.* Alianza Editores.
361.25 COH	COHEN, Ernesto (2005) *Gestión social, cómo lograr eficiencia e impacto en las políticas sociales.* Siglo XXI editores.
301 BOU	BOURDIEU, Pierre (2008). *Una invitación a la sociología reflexiva*. Siglo XXI Editores.
306.2 BOU	BOURDIEU, Pierre (2005). *Pensamiento y acción*. Editorial libros del zorzal.
	BONFIL Batalla, Guillermo (1991) *Pensar nuestra cultura.* Alianza Editorial
	FIGUEROA, María Elena (2006) *Cultura y desarrollo humano.* CONACULTA-INBA
306 GAR	GARCÍA Canclini, Néstor (2004) *Diferentes, desiguales y desconectados.* mapas de la interculturalidad *Ed.*Gedisa
306 GAR	GARCÍA Canclini, Néstor (1994) *consumidores y ciudadanos.* Conflictos multiculturales de la globalización Editorial Grijalbo
	GIMÉNEZ, Gilberto (2007) *Estudios sobre la cultura y las identidades sociales.* ITESO
	MASS Margarita (2006) *Gestión cultural, comunicación y desarrollo.* CONACULTA
	MILLS Wright (2005) *La elite del poder. Editorial Fondo de cultura Económica.*