

**FICHA IDENTIFICATIVA****Datos de la Asignatura**

Código	43415
Nombre	El patrimonio como recurso económico sostenible
Ciclo	Máster
Créditos ECTS	10.0
Curso académico	2021 - 2022

Titulación(es)

Titulación	Centro	Curso	Periodo
2155 - M.U. en Gestión Cultural 12-V.2	Facultad de Ciencias Sociales	1	Segundo cuatrimestre

Materias

Titulación	Materia	Caracter
2155 - M.U. en Gestión Cultural 12-V.2	11 - El patrimonio como recurso económico sostenible	Optativa

Coordinación

Nombre	Departamento
RUIZ TORRES, MIQUEL ANGEL	330 - Sociología y Antropología Social

RESUMEN

Los alumnos reflexionarán sobre la protección del patrimonio cultural. La conversión del patrimonio como recurso turístico. Las tendencias en el ámbito del producto turístico cultural y la gestión de dicho patrimonio en una política de sostenibilidad.

CONOCIMIENTOS PREVIOS**Relación con otras asignaturas de la misma titulación**

No se han especificado restricciones de matrícula con otras asignaturas del plan de estudios.



Otros tipos de requisitos

COMPETENCIAS

2155 - M.U. en Gestión Cultural 12-V.2

- Saber diseñar y dirigir campañas de marketing y comunicación aplicables a la actividad de la gestión cultural.
- Saber realizar planificaciones de desarrollo cultural aplicadas a una comunidad determinada.
- Saber organizar áreas y servicios en el seno de organizaciones relacionadas con la cultura.
- Que los/las estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
- Que los/las estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
- Que los/las estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
- Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
- Planificar a corto, medio y largo plazo las necesidades materiales y humanas de un área, servicio o equipo de gestión en instituciones y organizaciones culturales.
- Saber gestionar el conocimiento en instituciones y organizaciones del sector cultural.
- Poseer las habilidades necesarias para idear proyectos integrales de gestión cultural.
- Poseer las habilidades necesarias para planificar proyectos integrales de gestión cultural.
- Poseer las habilidades necesarias para dirigir proyectos en gestión cultural.
- Saber evaluar proyectos de gestión cultural.
- Saber estructurar un plan estratégico para una organización o institución cultural.
- Saber organizar eventos en diversos campos de la gestión cultural.
- Saber dirigir campañas de marketing y comunicación aplicables a la actividad de la gestión cultural.
- Saber difundir eventos en diversos campos de la gestión cultural.
- Saber evaluar eventos en diversos campos de la gestión cultural.
- Saber redactar un proyecto de gestión cultural a nivel profesional o un proyecto de investigación aplicado al sector de la Gestión Cultural.



RESULTADOS DE APRENDIZAJE

El objetivo de la materia/asignatura es que el alumno se introduzca en la gestión turística del patrimonio cultural, identificado como el conjunto de manifestaciones de vida y saber humanos. Se trata, en definitiva, de formar gestores competentes para que el turismo pueda convertirse en garante de la conservación del patrimonio cultural.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

1. Un método de planificación participativa de productos turísticos culturales

- 1.Presentación: Algunas nociones sobre la planificación de destinos y productos turísticos. Presentación del seminario taller y la metodología.
- 2.Conocimiento del Producto turístico cultural y de sus características.
- 3.Características y tendencias en el ámbito del Producto Turístico Cultural.
- 4.Configuración del Producto: selección de productos, selección de los segmentos de mercado e Identificación de necesidades.
- 5.La gestión previsional de la sostenibilidad.
- 6.Configuración del Producto: Imagen, medios de comunicación y canales de intermediación.
- 7.Planes de acción.

2. Taller de generación de modelos de negocio

3. Creación y gestión de empresas culturales

- 1.Gestión pública, mixta y privada de los espacios culturales.
- 2.Reflexiones previas a la creación de una empresa cultural.
- 3.Planteamiento de objetivos empresariales.
- 4.Temas económicos a tener en cuenta para crear una empresa de gestión cultural.
- 5.Modelos de empresas ya existentes en nuestro territorio.
- 6.Mecanismos de comunicación.
- 7.Creación de una empresa.

4. Patrimonio, gestión cultural y turismo

- 1.Concepto de Patrimonio Cultural.
- 2.La protección del patrimonio cultural. Organismos internacionales.
- 3.La gestión del patrimonio cultural.
- 4.La conversión de los bienes culturales en productos turísticos.
- 5.El turismo cultural.
- 6.Análisis de recursos culturales.



7.Divulgación de los recursos culturales.

VOLUMEN DE TRABAJO

ACTIVIDAD	Horas	% Presencial
Clases de teoría	37,00	100
Otras actividades	26,00	100
Trabajos en grupo	13,00	100
Prácticas en aula	10,00	100
Tutorías regladas	1,00	100
Asistencia a eventos y actividades externas	27,00	0
Preparación de clases de teoría	136,00	0
TOTAL	250,00	

METODOLOGÍA DOCENTE

- Clases teóricas lección magistral participativa.
- Resolución de casos prácticos.
- Desarrollo de proyectos.
- Discusión de materiales elaborados por el/los estudiante/s.

EVALUACIÓN

- Trabajo o memoria individual.
- Diario o informe.

REFERENCIAS**ADENDA COVID-19**

Esta adenda solo se activará si la situación sanitaria lo requiere y previo acuerdo del Consejo de Gobierno



Esta guía está pendiente de aprobación por la Comisión de Coordinación Académica.

