FICHA IDENTIFICATIVA

Datos de la Asignatura

Código	43415
Nombre	El patrimonio como recurso económico sostenible
Ciclo	Máster
Créditos ECTS	10.0
Curso académico	2023 - 2024

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

En el núcleo conceptual de lo que hoy se entiende por patrimonio cultural se encuentra el patrimonio histórico, el monumental y el artístico. En el entorno de este núcleo estable y compuesto de elementos materializados se ha incorporado una red de elementos tangibles e intangibles que se han ido autodefiniendo como pertenecientes al patrimonio cultural por estar incluidos dentro del amplio espacio de la morfología de lo cultural.

El análisis del patrimonio dentro del turismo constituye, desde hace pocos años, uno de los campos de trabajo con más potencialidades y con capacidad para influir en los resultados de elección de destino.

El objetivo de esta asignatura es introducir al alumno en la gestión turística del patrimonio cultural, identificado como el conjunto de manifestaciones de vida y saber humanos. Los alumnos reflexionarán sobre la protección del patrimonio cultural. La conversión del patrimonio en recurso turístico y su interpretación. 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

(32830) Métodos de gestión en instituciones y espacios culturales

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

Resultados fundamentales:

CB6(GE) 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.

CG9(GE) Poseer las habilidades necesarias para dirigir proyectos en gestión cultural.

CB8(GE) Que los 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.

CB9(GE) Que los 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.

CE11(ES) Saber dirigir campañas de marketing y comunicación aplicables a la actividad de la gestión cultural.

CE13(ES) Saber difundir eventos en diversos campos de la gestión cultural.

CE14(ES) Saber evaluar eventos en diversos campos de la gestión cultural.

CE15(ES) Saber redactar un proyecto de gestión cultural a nivel profesional o un proyecto de investigación aplicado al sector de la Gestión Cultural.

CE2(ES) Saber diseñar campañas de marketing y comunicación aplicables a la actividad de la gestión cultural.

CE3(ES) Saber realizar planificaciones de desarrollo cultural aplicadas a una comunidad determinada.

CE6(ES) Saber organizar áreas y servicios en el seno de organizaciones relacionadas con la cultura.

CE7(ES) Saber organizar eventos en diversos campos de la gestión cultural.

CG10(GE) Saber evaluar proyectos de gestión cultural.

CG11(GE) Saber estructurar un plan estratégico para una organización o institución cultural.

CG5(GE) 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.

CG6(GE) Saber gestionar el conocimiento en instituciones y organizaciones del sector cultural.

CG7(GE) Poseer las habilidades necesarias para idear proyectos integrales de gestión cultural.

CG8(GE) Poseer las habilidades necesarias para planificar proyectos integrales de gestión cultural.

CB7(GE) Que los 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.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

1. Gestión cultural, patrimonio y turismo

1. Concepto de patrimonio cultural
2. La protección del patrimonio cultural. Organismos Internacionales
3. La gestión del patrimonio cultural
4. Recursos culturales
5. El turismo cultural: conversión del patrimonio cultural en recurso turístico

2. Método de planificación participativa de productos turísticos culturales

1. Propuesta única de valor: Qué ofrece la entidad cultural al destino o producto turístico
2. Conocimiento del Producto turístico cultural y de sus características
3. Nociones sobre la planificación de destinos y productos turísticos
4. Selección de productos, segmentos de mercado e identificación de necesidades
5. Estrategia de comunicación para la formación de públicos
6. Entorno digital para la difusión del turismo cultural
7. Imagen, medios de comunicación y canales de intermediación

3. Presencia internacional de la cultura

1. Difusión de los eventos culturales
2. Internacionalización de la cultura como fuente de un turismo sostenible.
3. Conferencias de profesionales en ejercicio que trabajan preferentemente en proyectos culturales internacionales

4. Creación y gestión de empresas culturales

1. Emprendimiento en la gestión cultural
2. La empresa privada en un sector eminentemente público
3. Competitividad, productos y empresas turísticas culturales: territorio, innovación, experiencia del cliente y creatividad
4. Nuevas formas de emprender en el entorno digital
5. Aspectos clave en la comunicación de empresas y profesionales de la gestión cultural

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	161,00	0
TOTAL	**275,00**	

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 académico

El método de evaluación será:

1 - Trabajo o memoria individual

2 - Diario o informe

Las pruebas a evaluar consistirá en varios proyectos que podrán realizarse individual o en grupos relacionados con los

bloques de la asignatura.

Criterios de evaluación:

Los profesores evaluarán el proyecto según los contenidos desarrollados e indicaciones expuestas en clase. La nota final

seguirá este porcentaje:

30% del bloque GESTIÓN CULTURAL, PATRIMONIO Y TURISMO

- 40% Participación del alumno en los análisis de casos y actividades en el aula.

- 60% Ejercicio práctico: desarrollo y resultados.

30% del bloque MÉTODO DE PLANIFICACIÓN PARTICIPATIVA DE PRODUCTOS TURÍSTICOS CULTURALES

- 50% Estudio de caso: comercialización y distribución de productos turísticos culturales

- 50% Proyecto: estrategia de puesta en valor de un proyecto cultural participativo

REFERENCIAS

Básicas

- Eco, Umberto, Apocalípticos e integrados
  Frade, Carlos, Globalització i diversitat cultural
  Martel, Frédéric, Cultura mainstream : cómo nacen los fenómenos de masas
  Ortega y Gasset, José, La rebelión de las masas
  Barr, Chris, The Yahoo! style guide : the ultimate sourcebook for writing, editing, and creating content for the digital world
  Celaya, Javier, La empresa en la Web 2.0 : el impacto de las redes sociales y las nuevas formas de comunicación online en la estrategia empresarial
  Li, Charlene, Groundswell : winning in a wirld transformed by social technologies.
  DiNucci, Darcy, Fragmented future.
  Jubany i Vila, Jordi, Guía práctica para participar activamente en una red social y educativa digital.

Kelly, Lynda, The impact of social media on musem practice.
Margolis, Joseph, Culture and Cultural Entities. Toward a New Unity of Science
Marco, Elvira; Otero, Jaime, El discreto encanto de la cultura : nuevas estrategias para la proyección exterior de la cultura : un enfoque práctico.
Recaman Mejía, Ana Lucía, Organizaciones culturales y creativas : gerencia e implicaciones prácticas