

<p>UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN PLAN DE ESTUDIOS DE LA LICENCIATURA EN CONTADURÍA Programa de la asignatura empresarial y organizacional</p>
---

DONAARTE– UNAM FCA				
“Administración de Proyectos Culturales”				
Clave:	Semestre: 5°	Área o campo de conocimiento: Administración		No. Créditos: 8
Carácter: Profesionalizante		Horas		Horas al semestre
Tipo: Curso		Teoría:	Horas por semana	Horas al semestre
		Práctica:	4	
Modalidad: Escolarizado		Duración del programa: Semestral		

<p>Seriación indicativa Asignatura con seriación antecedente: Ninguna Asignatura con seriación subsecuente: Ninguna</p>
<p>Objetivo general:</p> <p>Que al finalizar el curso el alumno sea capaz de administrar un proyecto artístico y sirva de apoyo a la cultura mexicana</p>

Índice Temático		
Unidad	Tema	Horas
1	Introducción a la administración de la cultura	6
2	Presupuesto y costos	8
3	Patrocinio-Carpeta ejecutiva	10
4	Mercadotecnia y comunicación	14
5	Fiscal	6
6	Redes Sociales	12
7	Producción de eventos culturales	8
Total de horas:		64

<b>Índice Analítico</b>		
<b>Unidad</b>	<b>Tema</b>	<b>Horas</b>
<b>1</b>	<b>Introducción a la administración de la cultura</b>	
	1.1 Bellas Artes	2
	1.2 Arte y Cultura en México	2
	1.3 Figuras administrativas de la cultura	2
<b>2</b>	<b>Presupuesto y Costos</b>	
	2.1 Egresos necesarios en un proyecto cultural	4
	2.2 Proyección de ingresos en un proyecto cultural	2
	2.3 Presentación de un presupuesto	2
<b>3</b>	<b>Patrocinio-Carpeta Ejecutiva</b>	
	3.1 Información institucional	4
	3.2 Tipos y esquemas de patrocinio	2
	3.3 Información del proyecto	2
	3.4 Beneficios para el patrocinador	2
<b>4</b>	<b>Mercadotecnia y Comunicación</b>	
	4.1 Diseño gráfico	2
	4.2 Mensajes publicitarios	4
	4.3 Medios de Comunicación	4
	4.4 Relaciones Públicas	4
<b>5</b>	<b>Fiscal</b>	
	5.1 Donatarias Autorizadas	2
	5.2 Deducción de impuestos en patrocinios y donativos	2
	5.3 Apoyo fiscal a la producción de cine y teatro	2
<b>6</b>	<b>Redes Sociales</b>	
	6.1 Mercadotecnia Digital	4
	6.2 Blogs	4
	6.3 Facebook y Twitter como herramienta institucional	4
<b>7</b>	<b>Producción de eventos culturales</b>	
	7.1 Foros artísticos	2

	7.2 Montaje de obras de arte	2
	7.3 Venta de arte y cultura	4
Total de horas:		64

**Bibliografía básica:**

1. EZTZLONI, A. Organizaciones Modernas, UTEHA, 1972
2. RADBOURNE, J. Arts Management: A Practical Guide, Allen & Unwin, 1996
3. HILL, E. Creative Arts Marketing, Routledge, 2003
4. NEWELL Frederick, Las Nuevas Reglas del Marketing, McGraw-Hill, 1998, México
5. PAOLI Antonio, Comunicación Publicitaria, Trillas, 2002, México
6. CORTINA Adela, Por Una Ética del Consumo, Taurus, 2002, España

**Bibliografía complementaria:**

1. COLBERTE, F. Marketing de las artes y la cultura. Ariel, 2010
2. MAQUEIRA MARIN, JM. 2.0 El nuevo Marketing en la web de las Redes Sociales , Alfaomega, 2009

**Mesografía:**

1. [www.conaculta.gob.mx](http://www.conaculta.gob.mx)
2. [www.inba.gob.mx](http://www.inba.gob.mx)
3. [www.donaARTE.org.mx](http://www.donaARTE.org.mx)

Sugerencias didácticas:		Mecanismos de evaluación del aprendizaje de los alumnos:	
Exposición oral	(X)	Exámenes parciales	(X)
Exposición audiovisual	(X)	Examen final escrito	(X)
Ejercicios dentro de clase	(X)	Trabajos y tareas fuera del aula	(X)
Ejercicios fuera del aula	( )	Exposición de seminarios por los alumnos	( )
Seminarios	( )	Participación en clase	(X)
Lecturas obligatorias	(X)	Asistencia	(X)
Trabajo de investigación	(X)	Seminario	( )
Prácticas de taller o laboratorio	( )	Otras: _____	( )
Prácticas de campo	(X)		
Otras: _____	( )		

**Perfil profesiográfico:**

**ESTUDIOS REQUERIDOS:**

Lic. En Comunicación o Mercadotecnia

Especialidad en Mercadotecnia

EXPERIENCIA PROFESIONAL DESEABLE:

Trabajo al menos de un 7 años mercadotecnia

Trabajo al menos de 3 años en instituciones culturales

OTROS REQUERIMIENTOS: