



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE MÚSICA

LICENCIATURA EN MÚSICA
PIANO

PROGRAMA DE ASIGNATURA



| | |
|-----------|-------------|
| SEMESTRE: | CLAVE: 1014 |
|-----------|-------------|

DENOMINACIÓN DE LA ASIGNATURA

Gestión Cultural de Organismos de Naturaleza Musical

| MODALIDAD | CARÁCTER | HORAS SEMESTRE | HORA / SEMANA | | CRÉDITOS |
|-----------|----------|----------------|---------------|-------|----------|
| | | | H. T. | H. P. | |
| Seminario | Optativo | 32 | 1 | 1 | 3 |

| LÍNEA DE FORMACIÓN | ÁREA DE CONOCIMIENTO |
|--------------------|----------------------|
|--------------------|----------------------|

| | |
|--------------------|------------|
| Multidisciplinaria | Pedagógica |
|--------------------|------------|

| SERIACIÓN INDICATIVA ANTECEDENTE | SERIACIÓN INDICATIVA CONSECUENTE |
|----------------------------------|----------------------------------|
|----------------------------------|----------------------------------|

| | |
|---------|---------|
| Ninguna | Ninguna |
|---------|---------|

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Esta asignatura tiene como propósito acercar al estudiante a la creación y/o gestión de organismos o proyectos culturales de naturaleza musical, que puedan proporcionarle una opción de fuente de empleo autogestiva y financieramente autosustentable. Para tener un panorama más completo sobre el tema, es recomendable que el alumno también curse la materia de Música y Derecho. En este curso se abordan los aspectos de administración, *marketing* y gestión cultural.

OBJETIVO GENERAL

Emplear conocimientos y técnicas de administración y mercadotecnia para elaborar proyectos de gestión cultural de naturaleza musical, sustentables organizacional y económicamente.

| N° DE HORAS TEÓRICAS | N° DE HORAS PRÁCTICAS | OBJETIVO PARTICULAR Al finalizar el estudio de la unidad el alumno será capaz de: | UNIDAD DIDÁCTICA |
|----------------------|-----------------------|---|---|
| 4 | 4 | Identificar a la Administración como un campo de conocimientos indispensable para el eficaz desempeño de cualquier organismo, con énfasis en aquellos de naturaleza cultural, distinguiendo enfoques de la <i>organización máquina</i> y <i>organización viviente</i> | I. La Administración <ul style="list-style-type: none"> • Dicotomía especialización-totalidad • Perspectiva sistémica • Antecedentes • Concepto La administración desde la perspectiva: organización-máquina <ul style="list-style-type: none"> • Enfoques y características • Áreas funcionales • Proceso administrativo La administración desde la perspectiva: organización-viviente <ul style="list-style-type: none"> • Calidad total • La organización aprendiente • La creación de conocimiento |
| 1 | 1 | Identificar las posibilidades de aplicación en la gestión cultural, de algunos procesos administrativos representativos que se utilizan contemporáneamente | II. Procesos contemporáneos de la administración <ul style="list-style-type: none"> • Planeación estratégica • Administración por objetivos |
| 2 | 2 | Reconocer el <i>marketing</i> como un campo de conocimiento necesario para el eficaz desempeño de un organismo, con énfasis en aquellos de naturaleza cultural con o sin fines de lucro | III. El marketing <ul style="list-style-type: none"> • Antecedentes • Paradigmas contemporáneos • Orientaciones • Organismos con o sin fines de lucro • El portafolios organizacional y sus elementos |
| 4 | 4 | Identificar los distintos análisis y acopio de información para efectuar una mezcla de marketing a partir de sus distintos enfoques y aplicaciones técnicas | IV. Marketing transaccional <ul style="list-style-type: none"> • El sistema de información • La mezcla de marketing • Marketing relacional, marketing emocional, marketing de estrategia militar • El marketing y las nuevas tecnologías |

| | | | |
|---------------------|---------------------|--|--|
| 1 | 1 | Reconocer la gestión cultural como un campo de conocimientos independiente y complejo, con características y fundamentaciones sustanciales | V. La gestión cultural <ul style="list-style-type: none"> • Concepto • Cultura y política cultural • Modalidades de actividad cultural • Agentes culturales |
| 4 | 4 | Comparar las posibilidades de acción que se deriven de las distintas posturas de la gestión de organismos culturales, con énfasis en los de naturaleza musical | VI. La gestión de organismos culturales <ul style="list-style-type: none"> • La perspectiva: organización máquina • Áreas funcionales • Proceso administrativo • La perspectiva: organización viviente • Capital intelectual • Creación de conocimiento • Ventaja organizacional |
| TOTAL HT: 16 | TOTAL HP: 16 | | |
| TOTAL: 32 | | | |

| SUGERENCIAS DIDÁCTICAS | | SUGERENCIAS DE EVALUACIÓN | |
|---|-----|---|-----|
| Exposición oral | () | Exámenes parciales | (x) |
| Exposición audiovisual | (x) | Exámenes finales | (x) |
| Ejercicios dentro de clase | (x) | Trabajos y tarea fuera del aula | (x) |
| Ejercicios fuera del aula | (x) | Participación en clase | (x) |
| Seminarios | () | Asistencia a prácticas | (x) |
| Lecturas obligatorias | (x) | | |
| Trabajos de investigación | () | Otras: | |
| Prácticas de taller o laboratorio | (x) | • El examen final | |
| Prácticas de campo | () | • Entrega del portafolio organizacional | |
| Otras: | | • Examen parcial | |
| • Ejercicios en torno al portafolio organizacional | | | |
| • Elaboración de fichas de trabajo | | | |
| • Una visita comentada (extra-clase) a un organismo cultural de naturaleza musical diferente en cada unidad didáctica o uno | | | |

| | |
|---------------------------|--|
| solo al final de semestre | |
|---------------------------|--|

| | |
|---------------------|--|
| BIBLIOGRAFÍA | |
|---------------------|--|

| | |
|----------------------------|--|
| BIBLIOGRAFÍA BÁSICA | |
|----------------------------|--|

| | |
|--|--|
| <p>Chiavenato, I, (2006). <i>Introducción a la Teoría General de Administración</i>. Traducc. Carmen Leonor de la Fuente Chávez, Elizabeth Lidia Montaña Serrano. México: Mc Graw-Hill Interamericana de México.</p> | |
|--|--|

| | |
|--|--|
| <p>Kotler, P. (1985). <i>Dirección de Mercadotecnia: Análisis, Planeación y Control</i>. Traducc. R. Quijano R. México: Diana Técnico.</p> | |
|--|--|

| | |
|---|--|
| <p>Maas M. (2006). <i>Gestión Cultural, Comunicación y Desarrollo</i>. México: Colección Intersecciones No. 9, CONACULTA Instituto Mexiquense de Cultura.</p> | |
|---|--|

| | |
|------------------------------------|--|
| BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA | |
|------------------------------------|--|

| | |
|--|--|
| <p>Andersen, A. (1999). <i>El Management en el Siglo XXI</i>. Buenos Aires: Granica.</p> | |
|--|--|

| | |
|--|--|
| <p>Certo, Samuel. (1984). <i>Administración Moderna</i>. México: Nueva Editorial Interamericana.</p> | |
|--|--|

| | |
|---|--|
| <p>Ries, A. Et al. (1987) <i>La Guerra de la Mercadotecnia</i>. Madrid: Mc Graw-Hill.</p> | |
|---|--|

| | |
|-------------------------------|--|
| PERFIL PROFESIOGRÁFICO | |
|-------------------------------|--|

| | |
|--|--|
| <p>Profesor con estudios de Licenciatura o Maestría en Pedagogía con estudios y experiencia en planeación, organización, administración y elaboración de proyectos de gestión educativa.</p> | |
|--|--|