

Curso	Código	Semestre/ año al que pertenece	Número de créditos	Descripción	Conocimientos previos / Recomendaciones	Idioma
Cultura y Marketing	CMA	VI/3er año	4	Es una asignatura que pertenece al área de conocimiento de humanidades. Su naturaleza es teórico-práctica. Su propósito básico es, desde la concepción del marketing, contribuir a trabajar los productos y servicios culturales, enfatizando en la aplicación del plan de marketing como medio y herramienta de gestión para conseguir dicho objetivo. La asignatura comprende el estudio de los conceptos básicos del marketing aplicados a la cultura y su aplicación práctica a través de la realización de un plan de marketing cultural.	Conocimiento previo en cursos sobre Cultura y Medios e Interpretación del Patrimonio	Español
Seminario de Políticas Culturales	SPC	VII/ 3er año	4	El curso corresponde al área de Investigación en Cultura, siendo de carácter Seminario. Se propone estudiar las Políticas Culturales como parte de la acción estatal en el diseño de políticas públicas, señalando sus aspectos más resaltantes y los modos en que el Estado trabaja este tipo de planificaciones. Por otro lado, se incidirá en comprender los fundamentos teóricos de las políticas públicas. Finalmente, se estudiarán las particularidades de la Política Cultural en América Latina y el Perú desde el debate de algunos documentos programáticos.	Ninguno	Español

Seminario: Economía y Cultura	SEC	VII /4to año	4	<p>El curso Seminario “Economía y Cultura” pertenece al área de Investigación en Cultura y es de carácter teórico-práctico. Tiene el propósito de desarrollar conceptos de Economía aplicados al campo de la cultura, rescatando la complementariedad existente entre ambas disciplinas. A lo largo del curso se estudian y analizan variables económicas que explican la importancia de la cultura para una región, ciudad o país y la valorizan; asimismo, conceptos como el de las industrias culturales, industrias creativas, economía cultural, economía creativa, entre otros, permitirán al alumno comprender el vasto universo derivado de la cultura, y aplicar conceptos y herramientas para su mejor aprovechamiento desde el punto de vista económico. Finalmente, el alumno estará en capacidad de diseñar modelos de negocio que faciliten el apalancamiento de recursos financieros para la gestión de la cultura.</p>	Ninguno	Español
Comunicación Cultural	CCU	VIII/ 4to año	4	<p>Se trata de una asignatura que pertenece al área de conocimiento de Humanidades. Su naturaleza es teórico-práctica. Su propósito básico, desde la concepción de cultura organizacional, es contribuir al conocimiento de la importancia de la comunicación en las organizaciones, así como saber generar, planificar y seguir intencionalmente la comunicación en todos los ámbitos de interés propios de las organizaciones. Se proporciona a los alumnos suficientes conocimientos para que puedan dotar a las actividades de las organizaciones culturales o no culturales de un significado simbólico acertado.</p>	Conocimiento previo en cursos sobre Cultura y Marketing, e Instituciones culturales	Español