



## FICHA IDENTIFICATIVA

### DATOS DE LA ASIGNATURA

**Código:** 46835

**Nombre:** El patrimonio como recurso económico sostenible

**Ciclo:** Máster Universitario Oficial

**Créditos ECTS:** 10

**Curso académico:** 2025-26

### TITULACIONES

Titulación	Centro	Curso	Periodo
2270 - Máster Universitario en Gestión Cultural	Facultat de Ciències Socials	1	Segundo cuatrimestre

### MATERIAS

Titulación	Materia	Carácter
2270 - Máster Universitario en Gestión Cultural	El patrimonio como recurso económico sostenible	OPTATIVA

### COORDINACIÓN

RIUS ULLDEMOLINS JOAQUIM

## 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

## COMPETENCIAS / RESULTADOS DE APRENDIZAJE

### 2270 - Máster Universitario en Gestión Cultural

Aprender recursos para la gestión del turismo cultural, y la planificación de destinos y productos turísticos asociados al patrimonio cultural.

Aprender todos los recursos y conceptos necesarios para poder desarrollar un trabajo de investigación y/o gestión en entidades culturales: museos, casas de cultura, servicios y espacios temáticos.

Colaborar eficazmente en equipos de trabajo, asumiendo responsabilidades y funciones de liderazgo y contribuyendo a la mejora y desarrollo colectivo.

Conocer la aplicación de la información del mercado y del entorno del ámbito cultural y su implicación en la dirección estratégica y en la toma de decisiones como sistema de información.

Contribuir en el diseño, desarrollo y ejecución de soluciones que den respuesta a demandas sociales, teniendo en cuenta como referente los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Demostrar razonamiento crítico y autocrítico en el ámbito de la titulación, considerando aspectos tales como la ética profesional, los valores morales y las implicaciones sociales de las diferentes actividades realizadas.

Dominar los instrumentos de gestión para elaborar proyectos con los que dotar de sentido y valor un determinado bien patrimonial.

Poder realizar análisis de públicos y proponer un desarrollo del público objetivo.

Poseer las habilidades necesarias para dirigir proyectos de gestión cultural.

Poseer las habilidades necesarias para planificar proyectos integrales de gestión cultural.

Saber estructurar un plan estratégico para una organización o institución cultural.

Saber organizar áreas y servicios en el seno de organizaciones relacionadas con la cultura.

## 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 cultura

## VOLUMEN DE TRABAJO (HORAS)

### ACTIVIDADES PRESENCIALES

Actividad	Horas
Tutorías	1,00
Trabajo en grupo	13,00
Teoría	37,00
Prácticas en aula	10,00
Otras actividades	26,00



<b>Total horas</b>	<b>87,00</b>
--------------------	--------------

### ACTIVIDADES NO PRESENCIALES

<b>Actividad</b>	<b>Horas</b>
Asistencia a otras actividades	27,00
Elaboración de trabajos individuales o en grupo	0,00
Estudio y trabajo autónomo	0,00
Preparación de clases	136,00
Preparación de actividades de evaluación	0,00
Resolución de casos prácticos	0,00
<b>Total horas</b>	<b>163,00</b>

### 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

## BIBLIOGRAFÍA

- 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 world 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 museum 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