



1° SEMESTRE

ESTADÍSTICA APLICADA A LA INVESTIGACIÓN CULTURAL
C: 8

POLÍTICAS CULTURALES
C: 5

HISTORIA DEL PATRIMONIO CULTURAL
C: 5

SEMINARIO PARA LA CREACIÓN DE PROYECTOS CULTURALES
C: 8

2° SEMESTRE

ASPECTOS LEGALES DE LAS EMPRESAS CULTURALES
C: 5

GESTIÓN DE PROYECTOS ARTÍSTICOS Y CULTURALES
C: 10

SOCIOLOGÍA DEL ARTE Y LA CULTURA
C: 5

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN
C: 9

3° SEMESTRE

PROPIEDAD INTELECTUAL Y OBLIGACIONES
C: 6

MARKETING DE LA CULTURA Y LAS ARTES
C: 6

HISTORIA Y TENDENCIA EN ARTES
C: 5

SEMINARIO DE TESIS
C: 10

4° SEMESTRE

LIDERAZGO Y DIRECCIÓN DE LAS INSTITUCIONES CULTURALES
C: 6

TECNOLOGÍAS Y PLATAFORMAS DE GESTIÓN CULTURAL
C: 6

OPTATIVA
C: 5

VINCULACIÓN SOCIAL E INVESTIGACIÓN DE PROYECTOS CULTURALES
C: 10

Objetivos.

Formar maestros(as) con capacidad de diseñar, planear y estructurar proyectos artístico-culturales que les permitan desarrollar su potencial de líderes de proyectos como directores y gestores de arte y cultura a partir de una formación integral y con un alto apego a los valores éticos, respeto por la diversidad cultural y equidad de género, en donde eleven su capacidad de organizar, delegar y supervisar tareas propias de un director de proyectos, estimulando el debate de los dilemas relacionados con la gestión cultural, la producción, comercialización y consumo de productos y servicios artísticos y culturales con un enfoque sustentable en los sectores público y privado a nivel local, nacional e internacional.

Créditos: 108