

Área Académica

ARTES

Programa Educativo

LICENCIATURA EN TEATRO

Dependencia / Entidad Académica

FACULTAD DE TEATRO

Código	Nombre de la Experiencia Educativa	Área de Formación	
		Principal	Secundaria
TEAA 68004	GESTIÓN Y PRODUCCIÓN	X	

Valores de la Experiencia Educativa

Créditos	Teoría	Práctica	Total de Horas	Equivalencia
6	1	2	45	

Modalidad

Oportunidades de Evaluación

CURSO	Cursativa	Todas
	X	

Requisitos

Pre-requisitos	Co-requisitos
NINGUNO	

Características del proceso de Enseñanza Aprendizaje

Individual/Grupal	Máximo	Mínimo
Individual/Grupal	25	3

Agrupación natural de la Experiencia Educativa (áreas de conocimiento, academia, ejes, módulos, departamentos)
Proyecto Integrador

TRONCO COMUN, EXPERIENCIA RECEPTIVAL Y SERVICIO SOCIAL	INICIACIÓN A LA DISCIPLINA
--	----------------------------

Fecha

Elaboración	Modificación	Aprobación
Agosto de 2008		

Nombre de los académicos que participaron en la elaboración y/o modificación

Mtro. Sabino Cruz Viveros

Perfil del Docente

Lic. en Teatro y preferentemente con estudios de postgrado, con experiencia profesional y docente en instituciones de educación superior. Conocimientos en Artes Escénicas, así como en gestión cultural.

Espacio

Relación Disciplinaria

Interinstitucional	Multidisciplinaria
--------------------	--------------------

Descripción

Esta EE pertenece al área de iniciación a la disciplina con 6 créditos, entendiéndose como un conjunto de acciones que potencializan, viabilizan, despiertan, germinan y complejizan procesos culturales.

Bajo estos principios, el estudiante se asume como un agente de cambio que se involucra en su entorno, como un mediador que se forma con unos fundamentos, instrumentos y destrezas; y desata procesos de sinergia y transformaciones con y en los grupos sociales.

El estudiante emplea su competencia para establecer puntos de diálogo entre la creación artística y el consumo cultural; crea conexiones entre las dinámicas político-económicas y las dinámicas sociales; y construye puentes entre las exigencias políticas o empresariales y la coherencia entre los productos artísticos.

Justificación

El desarrollo y fortalecimiento de las competencias comunicativas y autogestivas para la Gestión en todas sus dimensiones, es clave para la ejecución, comunicación, construcción de la viabilidad y evaluación de las acciones destinadas a generar resultados dirigidos a ampliar oportunidades y capacidades de los miembros de una comunidad, para transformarse en sujetos de su propio desarrollo.

La gestión y producción integral se debe ver no sólo como un acto cultural, sino como un proceso técnico-político, ya que además del manejo de herramientas e instrumentos para la toma de decisiones y la administración en la gestión cultural, está en juego la concepción, preparación y desarrollo de espacios donde florezca la diversidad de expresión.

En la gestión y producción el estudiante debe tener presente que los resultados, la eficiencia y la eficacia; así como la viabilidad y factibilidad de los proyectos no dependen, exclusivamente, de la buena voluntad del gestor o incluso de la destreza técnica e instrumental. Depende de las dinámicas políticas: relaciones de poder que están en juego, intereses sectoriales, territoriales, religiosos, ideológicos, etcétera.

Unidad de Competencia

El Estudiante comprende y maneja conceptos de la Gestión Cultural y Producción Escénica con coherencia, cohesión de manera oral o escrita, mediante el manejo de estrategias orientadas a situaciones concretas a su campo de trabajo; poniendo en práctica sus habilidades lingüísticas y de autoaprendizaje, para interactuar como sujeto analítico, reflexivo y crítico de su entorno, a lo largo de su proceso de formación integral y en diferentes contextos.

Articulación de los Ejes

El estudiante adquiere conocimientos sobre Gestión y Producción, así como estructuras textuales diversas (*eje teórico*), mediante actividades de autoaprendizaje teóricas, reflexivas y creativas para aprehender los contenidos de la EE y sugerir soluciones a problemas relacionados con su área de conocimiento y su entorno (*eje heurístico*), a partir de que reconoce y refuerza los valores que le permitan interactuar adecuadamente en beneficio de sí mismo y de la sociedad (*eje axiológico*).

Saberes

Teóricos	Heurísticos	Axiológicos
<ul style="list-style-type: none"> • La Gestión Cultural: a) Característica de la Gestión y la Producción b) Fases de la Gestión y la Producción c) La Gestión Cultural en 	<ul style="list-style-type: none"> • Planificación para el acopio y manejo de la información • Búsqueda de información bibliográfica y por 	<ul style="list-style-type: none"> • Respeto al otro • Mesura • Interés • Iniciativa • Curiosidad • Imaginación



<p>México</p> <ul style="list-style-type: none"> • La disciplina administrativa <p>a) Conceptos e importancia b) El Proceso de planificación</p> <ul style="list-style-type: none"> • El Proceso de organización <p>a) Conceptos e importancia b) El Proceso de la organización</p> <ul style="list-style-type: none"> • La dirección administrativa: <p>a) Conceptos e importancia b) El proceso de la dirección administrativa y la Gestión Cultural</p> <ul style="list-style-type: none"> • El control administrativo <p>a) Conceptos e importancia b) El proceso del control administrativo</p>	<p>Internet</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lectura analítica • Lectura crítica • Planteamiento de hipótesis • Discriminación de ideas • Asociación de ideas • Argumentación • Validación • Resolución de hipótesis • Elaboración de fichas • Producción oral: debate, foro, panel • Producción escrita: informe, reseña, ensayo • Sustracción de Información • Selección de información • Revisión de información • Organización de información: • Palabras claves, mapas conceptuales, cuadros sinópticos, esquemas, 	<ul style="list-style-type: none"> • Disposición al trabajo colaborativo • Flexibilidad • Tolerancia • Constancia • Compromiso • Autonomía • Tenacidad • Sensibilidad • Apertura • Responsabilidad • Honestidad intelectual • Creatividad • Seguridad
--	---	--

Estrategias Metodológicas

De aprendizaje	De enseñanza
<ul style="list-style-type: none"> • Prácticas discursivas • Lectura, síntesis e interpretación • Procedimiento de interrogación • Búsqueda de fuentes de información • Consulta de fuentes de información • Análisis y discusión de casos • Repetición de modelos • Estructuras textuales • Mapas conceptuales • Redes semánticas • Planteamiento de hipótesis • Clasificación • Analogía • Metáfora 	<ul style="list-style-type: none"> • Objetivos y propósitos del aprendizaje • Tareas para estudios independientes • Lecturas comentadas • Resúmenes • Síntesis • Organización de grupos colaborativos • Estructuras textuales • Discusiones dirigidas • Preguntas intercaladas • Diálogos simultáneos • Debate • Foro • Panel

<ul style="list-style-type: none"> • Visualización de escenarios futuros • Discusiones grupales en torno a los mecanismos seguidos para aprender y las dificultades encontradas • Discusión acerca del uso y valor del conocimiento • Dramatizaciones • Recursos nemotécnicos • Ilustraciones 	<ul style="list-style-type: none"> • Plenaria • Metacognición grupal • Mapas conceptuales • Redes semánticas • Aprendizaje basado en problemas
---	---

Apoyos Educativos

Recursos	Materiales
Programa del curso Libros Periódicos Diapositivas Fotocopias Internet	Laptop Cañón Pintaron Conexión a Internet

Evaluación del desempeño

Evidencia(s) de desempeño	Criterios de desempeño	Ámbito(s) de aplicación	Porcentaje
Asistencia y participación	Asertividad en las participaciones en correspondencia a los temas tratados	Individual	10%
Comentarios críticos	Aportaciones y opiniones personales	Individual	40%
Ensayo	Documento con una distribución adecuada de párrafos, cohesión, coherencia y corrección gramatical. Que presente una introducción, propósito, objetivo, argumentación, juicio crítico, conclusiones y referencias bibliográficas.	Individual	60%

Acreditación

Para acreditar esta experiencia educativa el estudiante deberá haber presentado con eficiencia cada evidencia de desempeño, es decir, que al término de la misma obtenga el 60%. La escala de calificación para la Universidad Veracruzana es de 1 a 10 siendo la mínima aprobatoria de 6 -seis-.

Formas de evaluación: 1ª Inscripción: Ordinario, Extraordinario y Título de Suficiencia
2ª Inscripción: Ordinario, Extraordinario y Última Oportunidad

Fuentes de Información

Básicas

De León, Marisa (2004). Espectáculos escénicos. Producción y difusión. México: CONACULTA/FONCA.

De Subiría, Sergio, Ignacio Abello y Marta Tabares (2001). Conceptos básicos de administración y gestión cultural. Madrid: Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, Ciencia y la Cultura (Cuadernos de Iberoamérica).

García Canclini, Néstor (1993). El consumo cultural en México. México: CNCA.

Jiménez, Lucina y Cristina King (2001). Gestión Cultural para Profesionales y administradores de proyectos artísticos. Estrategia para recabar fondos y desarrollar públicos (Cuaderno de trabajo). México: Miranda Foundation.

Marín, Guillermo (1996). El manual básico del promotor cultural, 2ª ed. México: Tlalocan Editorial.

Peña Casados, Rafael (1996). Gestión de las artes escénicas. México: Editorial Gaceta, Colecc. Escenología, AC..

Complementarias

Arizpe, Lourdes (coord.) (2004), Los retos culturales de México, México: H. Cámara de Diputados, LIX Legislatura / UNAM / Miguel Ángel Porrua.

Berényi, Laszlo (1986). Variables psicológicas en la mercadotecnia. México: Trillas.

Ehrenberg, Felipe (2000). El Arte de vivir del Arte. México: CONACULTA/FONCA.

Eisentark, Rosalyn (200). El desarrollo de un público. Un manual de técnicas para su planificación, Trad. Teresa Martínez. México: Association of Performing Arts Presenters, Fideicomiso para la Cultura-Estados Unidos.

Fernández Valiñas, Ricardo (2000). Segmentación de Mercado. México: ECAFSA, Ediciones.

Jiménez López, Lucina (2000) Teatro y Públicos. El lado oscuro de la sala, México: Escenología, AC.

McCarthy E. Jerome (1997). Marketing. 10ª ed. Trad. María Elena Rosas Sánchez. España: McGraww-Hill.

Olmos, Héctor Ariel (2004). Cultura: el sentido del desarrollo. México: CONACULTA/Instituto Mexiquense de Cultura.

Rapp Stan y Thomas L. Collins (1990). MaxiMarketing. El Nuevo rumbo de las estrategias de publicidad, promoción y mercadotecnia, Trad. Robert A. Haas García. México: McGraww-Hill.