



UNIVERSIDAD NACIONAL
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN
FACULTAD DE CIENCIA SOCIALES



**DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE CIENCIAS
SOCIALES Y COMUNICACIÓN**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

SÍLABO POR COMPETENCIAS
**CURSO: COMUNICACIÓN CULTURAL
Y TURÍSTICA**
**DOCENTE: DANIEL FRANCISCO
VEGA NEIRA**



UNIVERSIDAD NACIONAL
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN
VICERRECTORADO ACADÉMICO
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES



**DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE CIENCIAS
SOCIALES Y COMUNICACIÓN**

I. DATOS GENERALES

1.1. DEPARTAMENTO ACADÉMICO	Ciencias Sociales y Comunicación
1.2. ESCUELA PROFESIONAL	Ciencias de la Comunicación
1.3. PLAN DE ESTUDIOS	07
1.4. CURSO	COMUNICACIÓN CULTURAL Y TURISTICA
1.5. LÍNEA DE CARRERA	COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO
1.6. CÓDIGO	504
1.7. CRÉDITOS	03
1.8. SEMESTRE	2025-II
1.9. CICLO	IX
1.10. SECCIÓN	"A"
1.11. HORAS Hrs. Totales:	04 Teóricas 02 Practicas 02
1.12. AULA	Pool de aulas
1.13. DOCENTE	Daniel Francisco Vega Neira
1.14. EMAIL	veganeirafrancisco@gmail.com
1.15. N° CELULAR	910763404



UNIVERSIDAD NACIONAL

JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN

FACULTAD DE CIENCIA SOCIALES



DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE CIENCIAS SOCIALES Y COMUNICACIÓN

II. SUMILLA Y DESCRIPCIÓN DEL CURSO

SUMILLA	<p>La asignatura corresponde al bloque de Formación Profesional Especializada.</p> <p>Se propone desarrollar en el estudiante la competencia que le permita valorar el aporte cultural, ancestral y actual de los pobladores de la región, para desarrollar estrategias y planes de comunicación y promoción con el fin de acrecentar la afluencia turística y el posicionamiento del patrimonio cultural. Trabajará las fases de elaboración de un proyecto de desarrollo y sus métodos.</p> <p>Esta asignatura es de naturaleza teórico práctica, la cual está dividida en cuatro módulos y programada para desarrollarse en un total de 16 semanas.</p>
CONTENIDOS	<ol style="list-style-type: none">I. Fundamentos de la Comunicación Cultural y Turística: Conceptos básicos de turismo y cultura. Tipos de turismo. Identidad, patrimonio y cultura viva. El desplazamiento turístico y su impacto económico y social. Localidades turísticas del Norte Chico (Huacho, Barranca, Pativilca, Chancay). Rol del comunicador social en la proyección cultural y turística.II. Diagnóstico y Análisis de la Realidad Cultural y Turística: Métodos de diagnóstico participativo y comunitario. Mapeo de actores sociales, instituciones culturales y agentes turísticos. Identificación de problemáticas y potencialidades locales vinculadas a la cultura y el turismo. Análisis de expresiones culturales (festividades, danzas, tradiciones, sitios arqueológicos) como recursos comunicacionales. Técnicas de investigación aplicada en comunicación cultural y turística.III. Planificación y Diseño de Estrategias de Comunicación Cultural y Turística: Formulación de objetivos y estrategias de comunicación orientadas al desarrollo cultural y turístico. Elaboración de planes de comunicación integrales: públicos, medios y mensajes. Comunicación participativa e intercultural. Uso de herramientas digitales y redes sociales en la promoción cultural y turística. Storytelling, branding territorial y campañas de identidad cultural.IV. Implementación, Seguimiento y Evaluación de Proyectos de Comunicación Cultural y Turística: Producción de materiales comunicacionales: radiales, audiovisuales, gráficos y digitales. Integración de medios tradicionales y contemporáneos en estrategias locales. Monitoreo y evaluación de impacto sociocultural. Sistematización de experiencias y presentación del proyecto final. Ética y responsabilidad social en la comunicación cultural y turística.
PRODUCTO	<p>El curso culmina con la elaboración y sustentación de un Proyecto de Comunicación Cultural y Turística, desarrollado a partir de la comprensión teórica del turismo, la cultura y el patrimonio local, orientado al fortalecimiento de la identidad regional y la promoción del desarrollo sostenible.</p>



UNIVERSIDAD NACIONAL

JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN

FACULTAD DE CIENCIA SOCIALES



DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE CIENCIAS SOCIALES Y COMUNICACIÓN

III. CAPACIDADES AL FINALIZAR EL CURSO

	CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA	NOMBRE DE LA UNIDAD DIDÁCTICA	SEMANAS
UNIDAD I	Comprende los fundamentos conceptuales del turismo y la cultura, reconociendo su relación con el desarrollo local y regional, y valorando el patrimonio cultural y turístico del Norte Chico como fuente de identidad y sostenibilidad.	Fundamentos de la Comunicación Cultural y Turística	1-4
UNIDAD II	Identifica problemáticas, actores y potencialidades locales mediante herramientas de diagnóstico participativo, valorando la diversidad cultural y las expresiones artísticas como recursos comunicacionales.	Diagnóstico y Análisis de la Realidad Cultural y Turística	5-8
UNIDAD III	Diseña planes y estrategias de comunicación cultural y turística con enfoque participativo, intercultural y sostenible, integrando medios tradicionales y digitales para la promoción de la identidad regional.	Planificación y Diseño de Estrategias de Comunicación Cultural y Turística	9-12
UNIDAD IV	Produce materiales comunicacionales orientados a la difusión del patrimonio cultural y turístico, aplicando técnicas de evaluación e innovación digital con responsabilidad social y ética profesional.	Implementación, Seguimiento y Evaluación de Proyectos	13-16



UNIVERSIDAD NACIONAL

JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN

FACULTAD DE CIENCIA SOCIALES

DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE CIENCIAS
SOCIALES Y COMUNICACIÓN



IV. INDICADORES DE CAPACIDADES AL FINALIZAR EL CURSO.

NÚMERO	INDICADORES DE CAPACIDADES AL FINALIZAR EL CURSO
01	Explica los conceptos fundamentales de turismo y cultura, distinguiendo sus elementos y tipos.
02	Analiza la relación entre cultura, patrimonio y turismo en el desarrollo local del Norte Chico.
03	Reconoce el valor del patrimonio cultural y turístico regional como fuente de identidad e ingresos para la comunidad.
04	Valora la importancia del patrimonio cultural y natural como base para el desarrollo turístico responsable.
05	Aplica herramientas de diagnóstico participativo para identificar problemáticas, potencialidades y actores culturales y turísticos locales.
06	Elabora un mapa de actores sociales e institucionales vinculados al desarrollo cultural y turístico.
07	Redacta un informe de diagnóstico comunicacional sobre una problemática o potencial cultural de la localidad.
08	Sustenta la importancia del diagnóstico participativo como etapa clave en la planificación de proyectos culturales y turísticos.
09	Formula objetivos y estrategias de comunicación con enfoque participativo, intercultural y sostenible.
10	Diseña planes de comunicación cultural y turística integrando medios tradicionales y digitales.
11	Crea mensajes y contenidos comunicacionales que promuevan la identidad regional, las tradiciones y el turismo responsable.
12	Integra elementos culturales, artísticos y educativos en la planificación de estrategias comunicacionales.
13	Produce materiales comunicacionales (radiales, gráficos, audiovisuales o digitales) orientados a la promoción del patrimonio cultural y turístico.
14	Ejecuta acciones comunicativas en escenarios locales con compromiso, respeto cultural y responsabilidad social.
15	Evalúa los resultados de una estrategia de comunicación mediante indicadores de impacto cultural y social.
16	Sustenta profesionalmente un proyecto de comunicación cultural y turística, demostrando dominio conceptual, técnico y ético.



UNIVERSIDAD NACIONAL

JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN
FACULTAD DE CIENCIA SOCIALES



DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE CIENCIAS SOCIALES Y COMUNICACIÓN

V. DESARROLLO DE LAS UNIDADES DIDÁCTICAS

<p>FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN CULTURAL Y TURÍSTICA</p> <p>Unidad Didáctica I:</p>	CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA I: Comprende los fundamentos teóricos del turismo y la cultura, analizando su interrelación con el desarrollo local y regional. Reconoce el valor del patrimonio cultural y turístico del Norte Chico como fuente de identidad y oportunidad de desarrollo sostenible, comprendiendo cómo el turismo genera intercambio, desplazamiento e ingresos en las comunidades.						
	Semana	Contenidos			Estrategia didáctica	Indicadores de logro de la capacidad	
		Conceptual	Procedimental	Actitudinal			
	01	Concepto, origen y tipos de turismo: turismo nacional, receptivo, cultural y sostenible.	Identifica los distintos tipos de turismo y analiza ejemplos locales.	Muestra interés por conocer las manifestaciones turísticas de su entorno.	Clase expositiva dialogada, análisis de casos, debate guiado.	Explica los conceptos básicos y clasifica los tipos de turismo con ejemplos de la región.	
	02	Concepto de cultura: elementos, identidad y patrimonio. Cultura viva y expresiones locales.	Relaciona los elementos de la cultura con ejemplos del Norte Chico (tradiciones, festividades, gastronomía, danzas).	Valora las expresiones culturales como parte de la identidad regional.	Clase participativa, análisis de videos y tradiciones locales.	Define cultura e identifica expresiones culturales propias de las localidades del Norte Chico.	
	03	Relación entre cultura y turismo: patrimonio, intercambio y beneficios para la comunidad.	Analiza cómo la actividad turística influye en la economía y cultura local.	Reconoce la importancia del turismo responsable para el desarrollo sostenible.	Estudio de caso, trabajo grupal sobre destinos locales (Huacho, Barranca, Pativilca, Chancay).	Explica la relación entre cultura y turismo y sus impactos en el desarrollo local.	
	04	Comunicación y turismo: rol del comunicador	Identifica formas en que la comunicación puede promover el turismo y la cultura local.	Asume compromiso con la difusión de la cultura regional y el turismo sostenible.	Exposición grupal, lluvia de ideas, debate y retroalimentación docente.	Sustenta el rol del comunicador social en proyectos de proyección cultural y turística.	
	EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA						
	EVIDENCIA DE CONOCIMIENTO			EVIDENCIA DE PRODUCTO		EVIDENCIA DE DESEMPEÑO	
	Evaluación escrita y lecturas sobre conceptos de turismo, cultura e identidad.			Fichas conceptuales, cuadros comparativos, resumen de caso local.		Participación activa, exposición grupal, compromiso con el análisis del contexto cultural y turístico local.	



UNIVERSIDAD NACIONAL

JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN
FACULTAD DE CIENCIA SOCIALES



DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE CIENCIAS SOCIALES Y COMUNICACIÓN

DIAGNÓSTICO Y ANÁLISIS DE LA REALIDAD CULTURAL Y TURÍSTICA	CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA II: Identifica problemáticas, actores y potencialidades locales mediante herramientas de diagnóstico participativo y comunitario, valorando la diversidad cultural, las tradiciones y los recursos turísticos como base para el diseño de estrategias de comunicación cultural y turística.					
	Semana	Contenidos			Estrategia didáctica	Indicadores de logro de la capacidad
		Conceptual	Procedimental	Actitudinal		
	05	Métodos de diagnóstico participativo y comunitario aplicados a contextos culturales y turísticos.	Aplica técnicas básicas de recolección de información (entrevistas, observación, encuestas locales).	Demuestra interés por conocer la realidad cultural de su entorno.	Clase expositiva y práctica guiada, simulación de entrevistas, trabajo en aula.	Explica las características del diagnóstico participativo y su utilidad para el análisis cultural y turístico.
	06	Herramientas de análisis cultural y turístico: mapeo de actores y recursos patrimoniales.	Elabora un mapa de actores sociales, instituciones culturales y agentes turísticos de su localidad.	Muestra disposición al trabajo colaborativo y respeto por la opinión de la comunidad.	Taller práctico de mapeo, trabajo grupal y socialización de resultados.	Elabora un mapa de actores culturales y turísticos identificando roles, vínculos y potencialidades locales.
	07	Identificación de problemáticas y potencialidades locales en el ámbito cultural y turístico.	Realiza un informe breve sobre una problemática o potencial cultural-turística en su comunidad.	Valora la diversidad cultural y natural como fuente de desarrollo sostenible.	Estudio de caso, análisis de prensa local, visita de observación o entrevista.	Describe y analiza una problemática cultural o turística con enfoque participativo.
	08	Sistematización del diagnóstico cultural y turístico.	Organiza y presenta la información recopilada en un informe diagnóstico.	Asume responsabilidad y rigurosidad en la presentación de sus resultados.	Clase práctica, retroalimentación docente, exposición de avances.	Presenta un diagnóstico comunicacional estructurado sobre la realidad cultural y turística local.
	EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA					
	EVIDENCIA DE CONOCIMIENTO			EVIDENCIA DE PRODUCTO		EVIDENCIA DE DESEMPEÑO
	Pruebas cortas, lecturas aplicadas y ensayo breve sobre métodos de diagnóstico participativo.			Guías de observación, mapas de actores, informe de diagnóstico cultural y turístico.		Participación activa en simulaciones, trabajo en equipo, exposición y sustentación grupal.



UNIVERSIDAD NACIONAL

JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN FACULTAD DE CIENCIA SOCIALES



DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE CIENCIAS SOCIALES Y COMUNICACIÓN

PLANIFICACIÓN Y DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN CULTURAL Y TURÍSTICA	CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA III: Diseña planes y estrategias de comunicación cultural y turística con enfoque participativo, intercultural y sostenible, integrando medios tradicionales y digitales para la promoción del patrimonio, la identidad regional y el turismo responsable.					
	Semana	Contenidos			Estrategia didáctica	Indicadores de logro de la capacidad
		Conceptual	Procedimental	Actitudinal		
Unidad Didáctica III:	09	Formulación de objetivos y estrategias de comunicación cultural y turística.	Redacta objetivos de comunicación aplicados a una problemática o potencial cultural de su comunidad.	Demuestra claridad, precisión y realismo en la formulación de estrategias.	Clase expositiva con ejercicios prácticos, revisión de casos locales.	Formula objetivos de comunicación cultural y turística con enfoque participativo y sostenible.
	10	Elaboración de mensajes y narrativas para la promoción cultural y turística.	Diseña mensajes y piezas conceptuales adaptadas al público objetivo y al contexto local.	Muestra creatividad, inclusión y respeto por la diversidad cultural.	Taller práctico de mensajes y storytelling, trabajo colaborativo.	Diseña mensajes y narrativas que promueven la identidad cultural y el turismo responsable.
	11	Selección de medios, canales y herramientas comunicacionales.	Selecciona los medios más adecuados (radiales, digitales, audiovisuales, gráficos) según la estrategia definida.	Valora la pertinencia de los medios locales y comunitarios para la difusión cultural.	Clase participativa, análisis comparativo de campañas y medios.	Selecciona medios y canales coherentes con los objetivos del plan comunicacional.
	12	Elaboración del plan de comunicación cultural y turística.	Integra los componentes del plan (objetivos, mensajes, medios, cronograma, evaluación).	Asume responsabilidad y compromiso con el impacto social y cultural del plan.	Taller de planificación guiado, retroalimentación docente, exposición de avances.	Presenta un plan de comunicación estructurado y contextualizado a la realidad cultural y turística local.
	EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA					
	EVIDENCIA DE CONOCIMIENTO		EVIDENCIA DE PRODUCTO		EVIDENCIA DE DESEMPEÑO	
	Pruebas escritas, lecturas aplicadas y ensayo breve sobre estrategias de comunicación cultural.		Fichas de formulación de objetivos, propuestas de mensajes, cuadros de medios, plan de comunicación cultural y turística.		Participación activa en talleres, trabajo en equipo, exposición y sustentación parcial del plan.	



UNIVERSIDAD NACIONAL

JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN
FACULTAD DE CIENCIA SOCIALES



DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE CIENCIAS SOCIALES Y COMUNICACIÓN

IMPLEMENTACIÓN, SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE COMUNICACIÓN CULTURAL Y TURÍSTICA	CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA III: Produce materiales comunicacionales orientados a la difusión del patrimonio cultural y turístico, aplicando técnicas de planificación, gestión y evaluación con ética, creatividad e innovación, promoviendo la identidad regional y la sostenibilidad del territorio.					
	Semana	Contenidos			Estrategia didáctica	Indicadores de logro de la capacidad
		Conceptual	Procedimental	Actitudinal		
	13	Producción de materiales comunicacionales: radiales, audiovisuales, gráficos y digitales.	Diseña y produce piezas comunicacionales aplicadas al proyecto cultural y turístico.	Muestra iniciativa, creatividad y compromiso con la promoción cultural.	Taller de producción, trabajo práctico en grupos, asesorías personalizadas.	Elabora materiales comunicacionales pertinentes para la promoción cultural y turística local.
	14	Implementación y difusión de proyectos de comunicación cultural y turística.	Ejecuta acciones comunicacionales en medios locales o espacios comunitarios.	Asume liderazgo y trabajo colaborativo en la difusión del proyecto.	Trabajo de campo, exposición pública, presentación de avances del proyecto.	Implementa estrategias comunicativas en espacios de interacción cultural o turística.
	15	Evaluación del impacto y resultados del proyecto comunicacional.	Aplica instrumentos de evaluación para medir el impacto sociocultural del proyecto.	Demuestra responsabilidad y rigor en la evaluación de resultados.	Clase práctica de análisis de resultados, discusión grupal, revisión de indicadores.	Evalúa los resultados de su estrategia de comunicación con criterios de efectividad cultural y social.
	16	Sistematización y presentación final del proyecto de comunicación cultural y turística.	Organiza, presenta y sustenta el proyecto final ante el grupo o la comunidad.	Muestra seguridad, ética profesional y orgullo por su identidad cultural.	Exposición pública, sustentación individual o grupal, retroalimentación docente.	Sustenta su proyecto de comunicación cultural y turística evidenciando dominio técnico, creatividad y compromiso ético.
	EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA					
	EVIDENCIA DE CONOCIMIENTO		EVIDENCIA DE PRODUCTO		EVIDENCIA DE DESEMPEÑO	
	Lecturas aplicadas sobre evaluación de proyectos, pruebas cortas y guía reflexiva.		Proyecto final de comunicación cultural y turística con materiales producidos.		Exposición y sustentación final del proyecto, trabajo en equipo, actitud ética y compromiso con la comunidad.	



UNIVERSIDAD NACIONAL
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN
FACULTAD DE CIENCIA SOCIALES



**DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE CIENCIAS SOCIALES
Y COMUNICACIÓN**

VI. **MATERIALES EDUCATIVOS Y OTROS RECURSOS DIDÁCTICOS** Se utilizarán todos los materiales y recursos requeridos de acuerdo a la naturaleza de los temas programados. Básicamente serán:

1. MEDIOS Y PLATAFORMAS VIRTUALES

- Casos prácticos
- Pizarra interactiva
- Aula Virtual de la UNJFSC
- Google Meet
- Repositorios de datos
- Plataformas sociales (Facebook, TikTok y Whatsapp)
- Canales virtuales (Youtube)
- Mentimeter (encuestas en tiempo real)
- Breakout Rooms
- Wix 2.

2. MEDIOS INFORMÁTICOS:

- Computadora
- Tablet
- Celulares
- Internet



UNIVERSIDAD NACIONAL
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN
FACULTAD DE CIENCIA SOCIALES

**DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE CIENCIAS SOCIALES
Y COMUNICACIÓN**

VII. **EVALUACIÓN** La Evaluación es inherente al proceso de enseñanza aprendizaje y será continua y permanente. Los criterios de evaluación son de conocimiento, de desempeño y de producto.

1. Evidencias de Conocimiento.

La Evaluación será a través de pruebas escritas y orales para el análisis y autoevaluación. En cuanto al primer caso, medir la competencia a nivel interpretativo, argumentativo y propositivo, para ello debemos ver como identifica (describe, ejemplifica, relaciona, reconoce, explica, etc.); y la forma en que argumenta (plantea una afirmación, describe las refutaciones en contra de dicha afirmación, expone sus argumentos contra las refutaciones y llega a conclusiones) y la forma en que propone a través de establecer estrategias, valoraciones, generalizaciones, formulación de hipótesis, respuesta a situaciones, etc. En cuanto a la autoevaluación permite que el estudiante reconozca sus debilidades y fortalezas para corregir o mejorar. Las evaluaciones de este nivel serán de respuestas simples y otras con preguntas abiertas para su argumentación.

2. Evidencia de Producto.

Esta evidencia pone en acción recursos cognitivos, recursos procedimentales y recursos afectivos; todo ello en una integración que evidencia un saber hacer reflexivo; en tanto, se puede verbalizar lo que se hace, fundamentar teóricamente la práctica y evidenciar un pensamiento estratégico, dado en la observación en torno a cómo se actúa en situaciones impredecibles. La evaluación de desempeño se evalúa ponderando como el estudiante se hace investigador aplicando los procedimientos y técnicas en el desarrollo de las clases a través de su asistencia y participación asertiva.

3. Evidencia de Desempeño.

Están implicadas en las finalidades de la competencia, por tanto, no es simplemente la entrega del producto, sino que tiene que ver con el campo de acción y los requerimientos del contexto de aplicación. La evaluación de producto de evidencia en la entrega oportuna de sus trabajos parciales y el trabajo final. Además, se tendrá en cuenta la asistencia como componente del desempeño, el 30% de inasistencia inhabilita el derecho a la evaluación.

VARIABLES	PONDERACIONES	UNIDADES DIDÁCTICAS DENOMINADAS MÓDULOS
Evaluación de Conocimiento	30%	El ciclo académico comprende 4
Evaluación de Producto	35%	
Evaluación de Desempeño	35%	

Siendo el promedio final (PF), el promedio simple de los promedios ponderados de cada módulo (PM1, PM2, PM3, PM4)

$$PF = \frac{PM1 + PM2 + PM3 + PM4}{4}$$



UNIVERSIDAD NACIONAL
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN
FACULTAD DE CIENCIA SOCIALES



**DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE CIENCIAS SOCIALES
Y COMUNICACIÓN**

BIBLIOGRAFÍA Y REFERENCIAS WEB

8.1 Fuentes bibliográficas

- Beltrán, L. R. (2005). *La comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: un recuento de medio siglo*. Quito: CIESPAL.
- Kaplún, M. (2002). *Una pedagogía de la comunicación*. Madrid: Ediciones de la Torre.
- Martín-Barbero, J. (2010). *De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía*. México D.F.: Fondo de Cultura Económica.
- Freire, P. (2005). *Pedagogía de la autonomía*. México D.F.: Siglo XXI Editores.
- Hall, S. (2018). *La identidad cultural en la posmodernidad*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- Néstor García Canclini. (2021). *Culturas híbridas: Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Buenos Aires: Paidós.
- Hopenhayn, M. (2020). *Cultura y desarrollo en América Latina: una mirada comunicacional*. CEPAL – Naciones Unidas.
- Kotler, P., Bowen, J. & Makens, J. (2019). *Marketing para turismo, hotelería y gastronomía*. México D.F.: Pearson Educación.
- Richards, G. (2018). *Cultural Tourism: A Review of Recent Research and Trends*. *Tourism Management Perspectives*, 25, 217–227.
- De la Torre, S. (2023). *Comunicación, patrimonio e identidad: Estrategias de difusión cultural en el siglo XXI*. Lima: Universidad de San Marcos.

8.2 Fuentes electrónicas

- CIESPAL – Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina: <https://ciespal.org>
- FAO – Comunicación para el desarrollo sostenible: <https://www.fao.org/communication-for-development>
- UNESCO – Comunicación e información para el desarrollo: <https://www.unesco.org/es/communication-information>
- Communication Initiative Network (The CI): <https://www.comminit.com>
- WACC – World Association for Christian Communication (recursos de comunicación y desarrollo): <https://waccglobal.org>
- Banco Mundial – Proyectos de desarrollo y comunicación: <https://www.worldbank.org>
- IICA – Comunicación y extensión para el desarrollo rural: <https://www.iica.int/es>