

cursos

extensión
universitaria



2017

universidad
de león

**CITY BRANDING Y
ARTE URBANO
COMO
HERRAMIENTAS TURÍSTICAS**

28/02/2017 - 02/03/2017

Información y matrícula

Universidad de León
Unidad de Extensión Universitaria y Relaciones Institucionales.
Av. Facultad de Veterinaria, 25. 24004 · LEÓN.
Tel. 987 291 961 y 987 293 372 · Fax 987 291 963.
e-mail: ulesci@unileon.es
<http://www.unileon.es/extensionuniversitaria>

CITY BRANDING Y ARTE URBANO COMO HERRAMIENTAS TURÍSTICAS

DIRECTORA:

María Jesús Mures Quintana. Profesora. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Universidad de León.

LUGAR:

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

FECHAS:

28/02/2017 - 02/03/2017

HORARIO:

Martes, 28 de febrero de 2017: de 9:00 a 14:00.

Miércoles, 1 de marzo de 2017: de 9:00 a 14:00.

Jueves, 2 de marzo de 2017: de 9:00 a 14:00.

DURACIÓN:

15 horas lectivas + 10 horas de trabajo individualizado del alumno

NÚMERO DE ALUMNOS:

Mínimo: 15 y Máximo: 60

TASAS:

- Ordinaria: 90 €
- Alumnos ULE: 65 €
- Alumnos de otras universidades: 65 €
- Desempleados: 65 €

DESTINATARIOS:

Universitarios y público en general interesados en la innovación y la cultura como agentes de regeneración urbana. Y sus vínculos con el turismo, el arte, la economía y la sociedad.

CRÉDITOS DE LIBRE CONFIGURACIÓN:

1,5 créditos LEC - 1 créditos ECTS

OBJETIVOS:

La actividad del curso toma como base dos estrategias ligadas al desarrollo turístico, el City Branding y el Arte Urbano. Ambas han ido cobrando gran entidad durante los últimos años, considerándose

potentes armas transformadoras, ensalzando ciudades europeas, generando una imagen propia y convirtiéndolas en principales destinos.

Nos interesa el papel que ejercen tanto el City Branding como el Arte Urbano, actuando a modo de estrategias que participan en la reactivación, regeneración y conversión de un espacio en cualquiera de sus escalas territoriales: ciudad, barrio, vía pública y/o lugar puntual. ¿El objetivo? Generar una nueva identidad que actúe como atractor social y turístico.

Si bien es cierto que son dos herramientas que comparten un mismo fin sus medios plantean métodos diferentes, siendo en esta parte en la que nos centraremos. El City Branding es la estrategia que conlleva una mayor premeditación, una estructura sólida a la que le precede un estudio y análisis exhaustivo previo del lugar en el que actuar, el cual suele tener una escala territorial de acción ambiciosa. En este caso, hablamos de una estrategia de generación de identidad urbana global, con una mayor repercusión y alcance social y económico.

El uso del Arte como reinención y transformación de lienzos es algo de sobra conocido. La escala urbana del mismo es la que nos interesa en este curso.

El Arte Urbano es una de las estrategias turísticas de mayor repercusión, generando recorridos turísticos dentro de una misma ciudad e incluso actuando como conector entre diversos países, ejerciendo de motor económico de una ciudad o incorporando nuevos usos a lugares antes muertos. Su escala de aplicación es más acotada y necesita de una red menos compleja que la que despliega el City Branding.

Entenderemos estas dos disciplinas, también, como resucitadoras y rehabilitadoras sociales, económicas e, incluso, políticas.

PROGRAMA:

Martes, 28 de febrero;

De 9:00 a 11:30:

- Introducción al curso.

- City Branding y marca turística de ciudad.

- La identidad urbana como atractor socio-cultural.

- Definición de estrategias de City Branding y sus impactos turísticos.

De 11:30 a 12:00:

- Descanso.

De 12:00 a 13:30:

- El Arte Urbano y su aplicación en la regeneración urbana.

- Actuaciones urbanas de referencia.

- Artistas y colectivos urbanos influyentes.

- Definición de estrategias de actuación artística como regeneración turística y sus impactos socio-culturales.

De 13:30 a 14:00:

- Introducción y explicación del contexto del trabajo práctico a desarrollar en las sesiones posteriores.

Miércoles, 1 de marzo;

De 9:00 a 10:00:

- Selección de propuestas de trabajo.

- Formación de equipos de trabajo.

De 10:00 a 11:30:

- Conferencia: procesos, herramientas y formatos creativos de trabajo.

- Introducción a las sesiones prácticas de trabajo.

De 11:30 a 12:00:

- Descanso.

De 12:00 a 14:00:

- Desarrollo del trabajo por equipos.

- Breves sesiones periódicas de revisión y puesta en común.

Jueves, 2 de marzo;

De 9:00 a 10:00:

- Trabajo final de curso. Procesos y publicaciones.

De 10:00 a 11:30:

- Preparación del material de presentación final.

De 11:30 a 12:00:

- Descanso.

De 12:00 a 14:00:

- Exposición pública de los trabajos desarrollados en el curso.

PROFESORADO:

- Francisco Javier Martínez Sánchez.
- Aida Isabel Mas Candela.

COLABORADORA:

Ana Belén García Gallego. Profesora. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Universidad de León.