

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

### **CADENAS DE VALOR. -**

MURADIAN, R., VERSCHOOR, G., BOLÍVAR, E.; OCHOA, G. (2012). Construyendo cadenas de valor incluyentes: una comparación de dos casos de biocomercio en Suramérica. Mundo Amazónico, 3, 43.

NUTZ, N; SIEVERS, M. (2016) Guía general para el desarrollo de cadenas de valor: Cómo crear empleo y mejores condiciones de trabajo en sectores objetivos. OIT: Oficina Internacional del Trabajo: Ginebra

VV.AA. (2011) Cadenas de valor de las áreas artísticas en Bogotá: caracterización y estrategias para mejorar su funcionamiento. SCR D: Bogotá.

### **DERECHOS DE AUTOR. -**

JARAMILLO, A. (2013) Cultura al derecho: guía general de derechos de autor para el sector cultural en Colombia. Ministerio de Cultura: Bogotá

### **DISEÑO DE PROYECTOS. -**

CERDA, H. (2001) Cómo elaborar proyectos. Diseño, ejecución y evaluación de proyectos sociales y educativos. Editorial Magisterio: Bogotá.

ROSELLÓ, D. (2004) Diseño y evaluación de proyectos culturales. Ed. Ariel: España

### **EMPRENDIMIENTO. –**

MINISTERIO DE CULTURA DE COLOMBIA (2009) Manual de emprendimiento cultural. Manual para la implementación de procesos de emprendimiento y creación de industrias culturales: Bogotá

VV.AA. (2017) Arte, cultura y acción: Herramientas para fortalecer iniciativas culturales. Universidad Nacional de Colombia – SCRCD: Bogotá.

VV.AA. (2017) Artistas jóvenes emprendedores: ¿Cómo hacer del arte una opción de vida? Universidad Nacional de Colombia – SCRCD: Bogotá.

WILLS, E. y otros autores. (2006) Arte y Parte: manual para el emprendimiento en artes e industrias creativas. Ministerio de Cultura, Cámara de Comercio de Bogotá y British Council: Bogotá.

### **FURENTES DE FINANCIACIÓN. –**

CASTELLANOS, Gonzalo. (2014) Emprendedores culturales ¡Sí hay recursos! ¿Dónde están y cómo se usan? Ministerio de Cultura: Bogotá

### **MARKETING CULTURAL. -**

KOTLER, P.; KARTAJAYA, H.; SETIAWAN, I. (2011) Marketing 3.0: cómo atraer a los clientes con un marketing basado en valores. LID editorial: Madrid.

LEAL, A.; QUERO, M. (2011) Manual de marketing y comunicación cultural. Servicio de Publicaciones de la Universidad. (Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya, n. 44): Cádiz

### **FORMACIÓN EN GESTIÓN CULTURAL. –**

OROZCO, A. (2017) La formación en gestión cultural en Colombia 1991-2016: Aproximación inicial desde los procesos de educación no formal. Ponencia presentada en el 2do. Congreso Latinoamericano de Gestión Cultural: Cali

## **PLANEACIÓN ESTRATÉGICA. -**

KAISER, M. (2010) Planeación estratégica en las artes: una guía práctica. Dirección de publicaciones del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes: México

## **POLÍTICA CULTURAL. -**

BUSTAMANTE, U.; MARISCAL, J.; CANAL, C. (2015). Política cultural: Acercamiento metodológico desde la gestión cultural. Universidad Nacional de Colombia: Bogotá.

MINISTERIO DE CULTURA DE COLOMBIA. (2010) Compendio de Políticas Culturales: Bogotá.

OCHOA, A. (2003) Entre los deseos y los derechos. Ministerio de Cultura – Convenio Andrés Bello: Bogotá

PLAN DECENAL DE CULTURA BOGOTÁ 2012-2021. (2011) SCRCD: Bogotá.

POLÍTICA PÚBLICA DISTRITAL DE ECONOMÍA CULTURAL Y CREATIVA. (2019) SCRCD: Bogotá.

## **PRODUCCIÓN DE EVENTOS CULTURALES, ARTÍSTICOS O PATRIMONIALES. -**

DE LEÓN, M. (2005) Espectáculos escénicos. Producción y Difusión. Instituto Distrital de Cultura y Turismo: Bogotá

MINISTERIO DE CULTURA DE COLOMBIA (2014) CEM: manual para la creación de eventos musicales.

PEÑA, R. (2002). Gestión de la producción. Ed. Escenología, A.C.: México

PÉREZ, M. (2006) Técnicas de organización y gestión aplicadas al teatro y al espectáculo. Ñaque Editora: España

## **PÚBLICOS. -**

UBERSFELD, A. (1997) La escuela del espectador. Editorial ADE: España

PAVIS, P. (2000) El Análisis de los Espectáculos. Editorial PAIDÓS: España

REY, G. (2010) Los sentidos despiertos. Públicos y apropiación de la música, la danza y el teatro en Bogotá. Orquesta Filarmónica de Bogotá: Colombia

## **SOSTENIBILIDAD. -**

ASHOKA; MCKINSEY AND COMPANY. (2004) Emprendimientos sociales sostenibles: cómo elaborar planes de negocios para organizaciones sociales. Editora Peirópolis: Sao Paulo.

LICONA, W.; VÉLEZ, A. (2007) Apuntes de la gestión cultural a la administración de las culturas. Siglo del Hombre Editores: Bogotá.