

**Máster en Gestión de Marketing para Museos y Eventos Culturales + Titulación universitaria**



# ÍNDICE

**1** | Somos Educa  
Business School

**2** | Rankings

**3** | Alianzas y  
acreditaciones

**4** | By EDUCA  
EDTECH  
Group

**5** | Metodología  
LXP

**6** | Razones por las  
que elegir Educa  
Business School

**7** | Programa  
Formativo

**8** | Temario

**9** | Contacto

## SOMOS EDUCA BUSINESS SCHOOL

---

**EDUCA Business School** es una institución de formación online especializada en negocios. Como miembro de la Comisión Internacional de Educación a Distancia y con el prestigioso Certificado de Calidad AENOR (normativa ISO 9001) nuestra institución se distingue por su compromiso con la excelencia educativa.

Nuestra **oferta formativa**, además de **satisfacer las demandas del mercado laboral** actual, puede bonificarse como formación continua para el personal trabajador, así como ser homologados en Oposiciones dentro de la Administración Pública. Las titulaciones de EDUCA Business School se pueden certificar con la Apostilla de La Haya dotándolos de validez internacional en más de 160 países.

Más de

**18**

años de  
experiencia

Más de

**300k**

estudiantes  
formados

Hasta un

**98%**

tasa  
empleabilidad

Hasta un

**100%**

de financiación

Hasta un

**50%**

de los estudiantes  
repite

Hasta un

**25%**

de estudiantes  
internacionales

## RANKINGS DE EDUCA BUSINESS SCHOOL

---

**Educa Business School** se engloba en el conjunto de EDUCA EDTECH Group, que ha sido reconocido por su trabajo en el campo de la formación online.

Todas las entidades bajo el sello EDUCA EDTECH comparten la misión de democratizar el acceso a la educación y apuestan por la transferencia de conocimiento, por el desarrollo tecnológico y por la investigación. Gracias a ello ha conseguido el reconocimiento de diferentes rankings a nivel nacional e internacional.



## ALIANZAS Y ACREDITACIONES

---



FONDO  
SOCIAL  
EUROPEO



## BY EDUCA EDTECH

---

Educa Business School es una marca avalada por **EDUCA EDTECH Group**, que está compuesto por un conjunto de experimentadas y reconocidas instituciones educativas de formación online. Todas las entidades que lo forman comparten la misión de democratizar el acceso a la educación y apuestan por la transferencia de conocimiento, por el desarrollo tecnológico y por la investigación.



### ONLINE EDUCATION

---



# METODOLOGÍA LXP

---

La metodología **EDUCA LXP** permite una experiencia mejorada de aprendizaje integrando la AI en los procesos de e-learning, a través de modelos predictivos altamente personalizados, derivados del estudio de necesidades detectadas en la interacción del alumnado con sus entornos virtuales.

EDUCA LXP es fruto de la **Transferencia de Resultados de Investigación** de varios proyectos multidisciplinares de I+D+i, con participación de distintas Universidades Internacionales que apuestan por la transferencia de conocimientos, desarrollo tecnológico e investigación.



## 1. Flexibilidad

Aprendizaje 100% online y flexible, que permite al alumnado estudiar donde, cuando y como quiera.



## 2. Accesibilidad

Cercanía y comprensión. Democratizando el acceso a la educación trabajando para que todas las personas tengan la oportunidad de seguir formándose.



## 3. Personalización

Itinerarios formativos individualizados y adaptados a las necesidades de cada estudiante.



## 4. Acompañamiento / Seguimiento docente

Orientación académica por parte de un equipo docente especialista en su área de conocimiento, que aboga por la calidad educativa adaptando los procesos a las necesidades del mercado laboral.



## 5. Innovación

Desarrollos tecnológicos en permanente evolución impulsados por la AI mediante Learning Experience Platform.



## 6. Excelencia educativa

Enfoque didáctico orientado al trabajo por competencias, que favorece un aprendizaje práctico y significativo, garantizando el desarrollo profesional.

## RAZONES POR LAS QUE ELEGIR EDUCA BUSINESS SCHOOL

---

### 1. FORMACIÓN ONLINE ESPECIALIZADA

Nuestros alumnos acceden a un modelo pedagógico innovador **de más de 20 años de experiencia educativa con Calidad Europea.**



### 2. METODOLOGÍA DE EDUCACIÓN FLEXIBLE

Con nuestra metodología estudiarán **100% online** y nuestros alumnos/as tendrán acceso los 365 días del año a la plataforma educativa.



### 3. CAMPUS VIRTUAL DE ÚLTIMA TECNOLOGÍA



Contamos con una **plataforma avanzada** con material adaptado a la realidad empresarial, que fomenta la participación, interacción y comunicación con alumnos de distintos países.

## 4. DOCENTES DE PRIMER NIVEL

Nuestros docentes están acreditados y formados en **Universidades de alto prestigio en Europa**, todos en activo y con una amplia experiencia profesional.



## 5. TUTORÍA PERMANENTE



Contamos con un **Centro de Atención al Estudiante CAE**, que brinda atención personalizada y acompañamiento durante todo el proceso formativo.

## 6. DOBLE MATRICULACIÓN

Algunas de nuestras acciones formativas cuentan con la llamada **Doble matriculación**, que te permite obtener dos formaciones, ya sean de masters o curso, al precio de una.



## Máster en Gestión de Marketing para Museos y Eventos Culturales + Titulación universitaria



**DURACIÓN**  
1500 horas



**MODALIDAD  
ONLINE**



**ACOMPANIAMIENTO  
PERSONALIZADO**



**CREDITOS**  
5 ECTS

### Titulación

---

Doble Titulación: - Titulación de Máster en Gestión de Marketing para Museos y Eventos Culturales con 1500 horas expedida por EDUCA BUSINESS SCHOOL como Escuela de Negocios Acreditada para la Impartición de Formación Superior de Postgrado, con Validez Profesional a Nivel Internacional - Titulación Universitaria en Fundamentos de Dirección de Arte con 125 horas y 5 ECTS expedida por UTAMED - Universidad Tecnológica Atlántico Mediterráneo.



**EDUCA BUSINESS SCHOOL**

como centro acreditado para la impartición de acciones formativas  
expide el presente título propio

**NOMBRE DEL ALUMNO/A**

con número de documento XXXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

**Nombre del curso**

con una duración de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación de Educa Business School.

Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX/XXXX/XXXX/XXXXXX.

Con una calificación XXXXXXXXXXXXXXX.

Y para que conste expido la presente titulación en Granada, a (día) de (mes) del (año).

Firma del Alumno/a  
NOMBRE ALUMNO/A

La Dirección Académica  
NOMBRE DE AREA MANAGER



Con el Votado Colegiado, Categoría Especial del Consejo Económico y Social de la UGR (CCE) Pleno. Presidencia 10/15.

## Descripción

En la actualidad hay diversos eventos culturales, ya que la cultura se ha convertido en una fuente de conocimiento, sabiduría y economía para la ciudad que desarrolle y programe este tipo de actos. En todos los países existen cientos de eventos culturales realizados de distintas formas que difunden la cultura, como los museos, los espacios expositivos y eventos culturales. Este tipo de actividades son importantes en la actualidad y presentan una serie de características diferenciadoras referentes a la gestión que debe realizarse desde el punto de vista del marketing y la comunicación. Con el presente master marketing para museos se ofrece una serie de pautas y directrices para poder crear, desarrollar y poner en marcha acciones de marketing orientadas a este tipo de actividades de forma optima.

## Objetivos

Gracias al master marketing para museos podrás alcanzar, entre otros, los siguientes objetivos - Adquirir el museo como institución. - Conocer las tipologías existentes de museos. - Adquirir e investigar colecciones. - Realizar estrategias de comunicación en los museos. - Conocer el valor educativo de los museos. - Conocer y distinguir los diversos tipos de reuniones que se producen en el ámbito empresarial. - Conocer las normas básicas para vestir de etiqueta en aquellos eventos que así lo requieran. - Destacar la importancia de las/los Relaciones Públicas en el ámbito empresarial y conocer las claves para alcanzar el éxito en la organización. - Proporcionar una visión completa y general de todos los aspectos organizativos involucrados. - Iniciar al alumno en el campo del protocolo y la organización de eventos - Contribuir a la formación integral y multifuncional de los profesionales involucrados en la gestión y organización de eventos (seguridad, comunicación, ceremoniales, logística, marketing, patrocinios, etc.), favoreciendo con ello tanto su integración en los equipos de trabajo, como la mejora de su capacidad de coordinación de los mismos. - Analizar el mercado de distintos productos culturales segmentando según características y preferencias de distintos tipos de

consumidores. - Definir acciones de marketing cultural, en relación con los factores que intervienen en el diseño de políticas y campañas de comunicación, considerando los instrumentos habituales y los distintos tipos de objetivos y públicos a los que pretenda dirigirse. - Desarrollar acciones de marketing cultural vinculadas a un plan de marketing para productos intangibles. - Desarrollar una campaña de difusión de la programación cultural para el público potencial según un plan de marketing mix propuesto. - Aplicar sistemas de control y seguimiento de las variables y acciones previstas en distintos tipos de planes de marketing. - Analizar la evolución de una programación cultural vinculada a las acciones de marketing. - Establecer procedimientos para el diseño y desarrollo de programaciones culturales vinculadas a una planificación realizada por responsables de cultura. - Reconocer políticas culturales o empresariales que puedan ser aplicables al desarrollo de una programación cultural. - Describir distintas técnicas de recogida de información explicando su utilidad en la planificación. - Reconocer los cauces de colaboración adecuados entre los distintos estamentos culturales para desarrollar acciones culturales de forma conjunta. - Elaborar cronogramas de actividades culturales coordinadas con otros eventos consiguiendo una planificación eficaz. - Enumerar y describir los diferentes procedimientos de transmisión de información que se fundamentan en el uso de las TIC. - Analizar infraestructuras para ejecutar la programación cultural utilizando los recursos disponibles y adecuados para su desarrollo. - Aplicar procedimientos de evaluación de programaciones culturales. - Diferenciar técnicas para elaborar inventarios o fichas que describan la infraestructura de espacios culturales. - Reconocer y argumentar criterios de selección y adecuación de la infraestructura a los eventos culturales. - Identificar los diferentes equipamientos y sus posibilidades de uso considerando los tipos de eventos. - Reconocer procedimientos para la elaboración de informes de evaluación que reflejen los éxitos y propongan la subsanación de errores. - Programar proyectos de animación cultural vinculados a las redes asociativas culturales. - Analizar la estructura y características de proyectos contextualizados en la animación cultural. - Seleccionar y definir técnicas de análisis de la realidad aplicables al ámbito cultural. - Establecer los objetivos del proyecto de animación cultural en colaboración con el responsable de cultura de nivel superior y otros agentes.

## Para qué te prepara

---

Este curso está dirigido a todas aquellas personas que deseen desarrollar su actividad profesional en el ámbito público y privado, por cuenta ajena, en organismos, empresas e instituciones de carácter cultural y por cuenta propia como profesional independiente. Con el presente curso podrán desarrollar su función en cualquier organización que contemple la realización de acciones culturales, con apoyo y dirección, en su caso, de un profesional de nivel superior. Por otro lado, el curso está dirigido a todas las personas interesadas en la planificación y realización de los actos culturales.

## A quién va dirigido

---

Gracias al master marketing para museos te capacitarás para aplicar en el sector cultural, y más concretamente en museos, espacios expositivos y eventos culturales, las técnicas y herramientas más habituales propias del ámbito profesional del marketing.

## Salidas laborales

---

Técnico/a de servicios culturales, Animador/a cultural, Marketing, Marketing de servicios, Marketing cultural, Gestión de Museos, Dirección de arte, etc.

## TEMARIO

---

### PARTE 1. MUSEOS

#### UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL CONCEPTO DE MUSEO

1. Concepto de museo, historia y evolución
2. Museografía y Museología
3. Funciones de un museo
4. La función del museo en la Sociedad contemporánea
5. Tipología
6. El sistema español de museos
  1. - Ley, gestión y titularidad de los museos
  2. - Redes de museos y exposiciones

#### UNIDAD DIDÁCTICA 2. LAS COLECCIONES. EL MUSEO COMO CONSERVADOR

1. Introducción
2. Historia de las colecciones
3. Documentación de las colecciones
4. Conservación y restauración
  1. - Departamento técnico de conservación
  2. - Conservación preventiva de los museos
  3. - Restauración
5. Difusión
6. Investigación
  1. - Departamento Técnico de Investigación
  2. - Investigación interna del museo
  3. - Proyección externa

#### UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL MUSEO COMO ORGANIZACIÓN

1. Tipos de organizaciones gestoras y modelos de gestión
  1. - Las organizaciones dependientes orgánicamente
  2. - Las organizaciones dependientes con autonomía de gestión
  3. - Las organizaciones independientes
2. La misión y la política
3. Los planes y los programas

#### UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL MUSEO COMO EQUIPO HUMANO PROFESIONAL

1. Órganos de dirección y organización del personal
  1. - El patronato
  2. - La dirección
  3. - La organización del personal
2. Los recursos humanos
  1. - Áreas o servicios de los museos

2. - Políticas de personal
3. Profesionalidad: formación del personal
4. Ética profesional en museos

#### UNIDAD DIDÁCTICA 5. EXPOSICIÓN: FUNCIÓN, FORMA Y ESTRUCTURA

1. El museo comunicador
  1. - Estrategias de comunicación en el museo
2. Qué es una exposición, función y estructura
3. Historia y evolución de las exposiciones
4. Clase de exposiciones
5. Modelos de exposiciones
6. El espacio Expositivo: las obras y la arquitectura dentro de los museos
7. Montaje de una exposición
  1. - El uso y visualización de los objetos
  2. - Tipos de Montajes
  3. - Los muebles y elementos supletorios
  4. - La iluminación: tipos y formas
  5. - Control Ambiental
  6. - Protección y conservación de las obras
  7. - El recorrido

#### UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL PÚBLICO Y LOS MUSEOS

1. Historia
2. El público de los museos
3. Necesidades de los visitantes
4. El estudio de visitantes
5. El público: educación y ocio en los museos
6. Retos actuales de los museos
7. La nueva orientación al público de los museos

#### UNIDAD DIDÁCTICA 7. MUSEOS Y EDUCACIÓN

1. Museos y educación: misión educativa del museo
2. Educación y Acción Cultural en el museo
3. Educación inclusiva. Atención a la diversidad y la interculturalidad
4. Modelos educativos en el museo
5. Aprender a Aprender en el museo: contexto social de aprendizaje
6. Desarrollo cognitivo y socio-afectivo infantil y adolescente
7. Planificación, desarrollo y evaluación de programas educativos

#### UNIDAD DIDÁCTICA 8. FINANCIACIÓN Y GESTIÓN DOCUMENTAL EN LOS MUSEOS

1. La financiación. La obtención de recursos económicos
2. Historia de la documentación en museos. Normativa y procesos de normalización
3. Técnicas y procedimientos documentales en el museo
  1. - Tratamiento documental: técnicas y procedimientos de registro, inventario, clasificación y catalogación de fondos museográficos

## UNIDAD DIDÁCTICA 9. NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LOS MUSEOS

1. Definiciones de los conceptos relativos al ámbito de los museos y TIC. Aplicación de las TIC en la comunicación con el público de los museos
2. Nuevas tecnologías. Dispositivos móviles y fijos en los museos
3. La realidad virtual e internet en los museos
4. Diseño gráfico aplicado a la museología, la imagen, la tipología y los textos en el museo, elementos de difusión
5. Programas de diseño gráfico y maquetación Photoshop CS3 Illustrator CS3 Indesign CS3

## UNIDAD DIDÁCTICA 10. NORMATIVA Y PREVENCIÓN DE RIESGOS EN MUSEOS

1. Normativa relacionada con museos
2. Prevención de riesgos en los museos

## PARTE 2. DIRECCIÓN DE ARTE

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL DIRECTOR DE ARTE

1. El papel de un director de arte: crear, diseñar y dirigir
2. Cualidades y actitudes
3. La dirección de arte en cine, publicidad y TV
4. La agencia
5. El proyecto

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. COMUNICACIÓN Y CONTEXTO

1. Comunicación y contexto
2. Creatividad multidisciplinar
3. El director de arte como comunicador visual

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL EQUIPO CREATIVO

1. Trabajo en equipo: técnicas y orientaciones
2. El equipo artístico
3. La relación del director de arte con otros profesionales

### UNIDAD DIDÁCTICA 4. COMPETENCIAS EN CREACIÓN DE UNA MARCA

1. La planificación estratégica
2. Valor de marca. Brand Equity
3. Marcas corporativas y marcas producto

### UNIDAD DIDÁCTICA 5. CONOCIMIENTO EN ARTES GRÁFICAS

1. Elección de sistemas de impresión para cada proyecto
2. Litografía - Offset
3. Impresión digital
4. Hecograbado
5. Serigrafía

6. Tipografía
7. Flexografía

#### UNIDAD DIDÁCTICA 6. COMPETENCIAS EN DISEÑO EDITORIAL

1. Edición
2. Herramientas de trabajo del editor
3. Libro de estilo
4. Criterios para definir los estilos editoriales

#### UNIDAD DIDÁCTICA 7. ESTRATEGIAS DE PACKAGING

1. Morfología (posibilidades)
2. Genérico/personalizado
3. Naming/marca/imagen
4. Componentes visuales
5. Estética, innovación y tendencias
6. Herramientas de diseño: Apoyo CAD/CAM/CAE

#### UNIDAD DIDÁCTICA 8. INDUSTRIA AUDIOVISUAL

1. Cumplimiento de plazos y calidades
2. Elaboración de órdenes y partes diarios de trabajo
3. Citaciones de personal artístico y técnico
4. Control de logística de la producción

#### UNIDAD DIDÁCTICA 9. DIRECCIÓN DE DISEÑO WEB Y USABILIDAD

1. Tipografía
2. Tipografía para web
3. Color
4. Formas
5. Imágenes
6. Contenido audiovisual
7. Efectos

#### UNIDAD DIDÁCTICA 10. GESTIÓN Y PLANIFICACIÓN

1. Introducción a la gestión y planificación
2. Planteamiento de los objetivos
3. Como programar el tiempo
4. Las TIC a nuestro servicio
5. Delegación de las tareas

#### PARTE 3. ORGANIZACIÓN, GESTIÓN Y PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

##### UNIDAD DIDÁCTICA 1. ORGANIZACIÓN DE REUNIONES

1. Introducción
2. Tipos de reuniones

3. Terminología usada en las reuniones, juntas y asambleas
4. Preparación de las reuniones
5. Etapas de una reunión

#### UNIDAD DIDÁCTICA 2. ORGANIZACIÓN DE EVENTOS

1. Tipos de Eventos
2. Organización del Evento
3. Condiciones técnicas y económicas requeridas al servicio contratado
4. Medios de cobro y pago

#### UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL ORGANIZADOR DE EVENTOS (RELACIONES PÚBLICAS)

1. Definición y concepto de Relaciones Públicas
2. Como montar una operación de relaciones públicas

#### UNIDAD DIDÁCTICA 4. PROTOCOLO EMPRESARIAL PARA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS

1. Introducción
2. Real Decreto 2099/83 Ordenamiento General de precedencias en el Estado
3. El regalo en la empresa
4. La etiqueta
5. Ubicación correcta de símbolos
6. La imagen de la empresa

#### UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA COMUNICACIÓN

1. Conceptualización de la comunicación
2. Elementos constitutivos de la comunicación
3. Teorías de la comunicación según el contexto
4. Obstáculos en la comunicación
5. Tipos de comunicación

#### UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA COMUNICACIÓN EN EL PROTOCOLO EMPRESARIAL

1. Políticas de Comunicación Integral (PCI)
2. La formación comunicacional de los directivos
3. Cómo hablar en público
4. El comportamiento ante los medios de comunicación

#### UNIDAD DIDÁCTICA 7. CLASIFICACIÓN DE EVENTOS EMPRESARIALES

1. Cómo se planifica un acto público
2. Tipos de eventos
3. La seguridad en los actos

#### UNIDAD DIDÁCTICA 8. ORGANIZACIÓN DE EVENTOS (I)

1. Concepto de certamen ferial: Tipología de ferias
2. Formas de composición organizativa de las ferias

3. Organización de un recinto ferial
4. Gestión operativa de un Certamen ferial

#### UNIDAD DIDÁCTICA 9. ORGANIZACIÓN DE EVENTOS FERIALES (II)

1. Oferta y demanda de eventos feriales
2. Marketing y comunicación ferial
3. Comercialización del evento

#### UNIDAD DIDÁCTICA 10. ORGANIZACIÓN DE CONGRESOS (I)

1. Precongreso
2. El congreso: días previos y celebración
3. La candidatura
4. El Comité Organizador
5. Definición del Congreso
6. Naturaleza del Congreso
7. Objetivos
8. PARTICIPANTES
9. Elección de sede y fechas
10. La imagen
11. Medios
12. Comité de honor

#### UNIDAD DIDÁCTICA 11. ORGANIZACIÓN DE CONGRESOS (II)

1. Las Secretarías del Congreso
2. Financiación del Congreso
3. Postcongreso

#### UNIDAD DIDÁCTICA 12. DISEÑO Y PLANIFICACIÓN DE UN EVENTO DEPORTIVO (I)

1. Deporte y protocolo
2. Esquema general de la organización y gestión de un evento deportivo
3. Estrategia de Marketing
4. Elaboración de Presupuestos
5. Creación del Comité de dirección y coordinación

#### UNIDAD DIDÁCTICA 13. DISEÑO Y PLANIFICACIÓN DE UN EVENTO DEPORTIVO (II)

1. Planificación estratégica
2. Fases de la planificación estratégica
3. Planificación deportiva
4. Tipos de planificaciones
5. Proceso planificador
6. La gestión deportiva
7. Punto de encuentro entre oferta y demanda
8. El proyecto deportivo
9. Dirección de proyectos deportivos

#### UNIDAD DIDÁCTICA 14. BENEFICIOS DE LA ORGANIZACIÓN DE UN EVENTO DEPORTIVO

1. Introducción
2. Beneficios socioeconómicos fundamentales
3. Beneficios sociopolíticos
4. Repercusión de la imagen de las ciudades y los países y el impacto sobre el turismo de los grandes eventos

#### UNIDAD DIDÁCTICA 15. PATROCINIO DE EVENTOS: EL PATROCINIO DE UN EVENTO DEPORTIVO

1. Introducción
2. El patrocinio deportivo en España
3. Las posibilidades publicitarias de los eventos deportivos
4. Intereses y exigencias de los patrocinadores

#### UNIDAD DIDÁCTICA 16. HABILIDADES Y COMPETENCIAS COMUNICATIVAS

1. Habilidades conversacionales
2. La escucha
3. La empatía
4. La reformulación
5. La aceptación incondicional
6. La destreza de personalizar
7. La confrontación

#### UNIDAD DIDÁCTICA 17. PUBLICIDAD, MARKETING Y LA IDENTIDAD CORPORATIVA

1. La publicidad
2. Identidad corporativa

#### ANEXO 1. EJEMPLO PRÁCTICO DE PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

1. ¿Por qué organizamos un evento?
2. Planificación y Organización del Evento
3. Formato del evento y Público objetivo
4. Presupuesto y programación
5. Destino y lugar de celebración

#### PARTE 4. MARKETING CULTURAL

##### UNIDAD DIDÁCTICA 1. ANÁLISIS DE MERCADO DE PRODUCTOS CULTURALES

1. Caracterización de la programación cultural
2. Técnicas para el conocimiento del medio y de las organizaciones

##### UNIDAD DIDÁCTICA 2. PLANIFICACIÓN DE ACCIONES DE COMUNICACIÓN Y MARKETING CULTURAL

1. Técnicas de comunicación en las actividades culturales.
2. Tipología de elementos que intervienen en la política de marketing:
3. Procedimientos de elaboración del plan de marketing:

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. DESARROLLO DE ACCIONES DE COMUNICACIÓN Y MARKETING CULTURAL

1. Protocolos de coordinación entre las acciones de marketing y los objetivos programados.
2. Procedimientos de desarrollo de acciones de marketing cultural para productos intangibles.
3. Metodología para el desarrollo de campañas de promoción de productos culturales:
4. Técnicas de análisis y selección de medios de comunicación:

### UNIDAD DIDÁCTICA 4. SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DE PROGRAMAS Y ACCIONES VINCULADOS AL MARKETING CULTURAL

1. Sistemática de formulación de objetivos de control del plan de marketing teniendo como referencia la consecución de los objetivos
2. Métodos para el control y seguimiento de las decisiones y acciones en los planes de marketing.
3. Metodologías para valorar el grado de satisfacción del cliente.
4. Técnicas de seguimiento de presupuestos.
5. Identificación de variables de control en las acciones de marketing.
6. Desarrollo de indicadores de impacto y eficacia de las acciones de marketing.
7. Adaptación de herramientas de cálculo para su utilización en acciones de marketing cultural.
8. Técnicas de tabulación e interpretación de resultados.
9. Aplicación de medidas correctoras ante las desviaciones en el programa: planes de contingencia.
10. Procedimientos para la detección y gestión de implantación acciones de mejora.
11. Protocolos para la elaboración, estructuración y presentación de informes de seguimiento con los resultados obtenidos, destinados a responsables de las políticas culturales.

## PARTE 5. POLÍTICA Y GESTIÓN CULTURAL

### UNIDAD DIDÁCTICA 1 CONTEXTUALIZACIÓN DE LAS POLÍTICAS CULTURALES

1. Elementos fundamentales en la política cultural y empresarial
2. Reconocimiento de políticas culturales o empresariales aplicables al desarrollo de una programación cultural
3. Identificación de los sectores de la intervención cultural
4. Clasificación de los marcos institucionales
5. Principios generales en el diseño de organizaciones
6. Aplicación de lógicas y procesos administrativos

### UNIDAD DIDÁCTICA 2 GESTIÓN CULTURAL

1. Identificación de las bases jurídicas de la gestión cultural
2. Relación de referentes teóricos de la gestión cultural
3. Gestión estratégica
4. Análisis de infraestructuras culturales
5. Identificación y clasificación de infraestructuras
6. Planificación y gestión de espacios y tiempos
7. Sistema de gestión de calidad
8. Utilización de criterios de valoración económica en productos culturales
9. Aplicación de la sociedad de la información y el conocimiento en la gestión cultural
10. Aplicación de instrumentos para la gestión, difusión y evaluación de la cultura a través de las nuevas tecnologías

## PARTE 6. PROGRAMACIÓN Y EVALUACIÓN APLICADAS A LA GESTIÓN CULTURAL

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. PLANIFICACIÓN DE LAS PROGRAMACIONES PARA LA GESTIÓN CULTURAL

1. Principios de la programación cultural
2. Técnicas de valoración de los factores del medio

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. PROGRAMACIÓN DE LA GESTIÓN CULTURAL

1. Elaboración de la programación
2. Organización de los eventos

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. EVALUACIÓN DE PROCESOS DE GESTIÓN CULTURAL

1. Desarrollo del proceso de evaluación
2. Transmisión de los resultados

## PARTE 7. DESARROLLO DE PROYECTOS DE ANIMACIÓN CULTURAL

### UNIDAD DIDACTICA 1. CARACTERIZACIÓN DE LA ANIMACIÓN CULTURAL

1. Definición y rasgos de la política cultural y de animación
2. Identificación de los productos culturales
3. Animación y acción cultural

### UNIDAD DIDACTICA 2. PLANIFICACIÓN, ORGANIZACIÓN Y EVALUACIÓN DE ACTIVIDADES DE ANIMACIÓN CULTURAL

1. Contextualización de las actividades de animación cultural
2. Estructuración de proyectos contextualizados en la animación cultural
3. Elaboración de una guía para realizar la programación de actividades de animación cultural
4. Identificación de los problemas operativos en la puesta en práctica del proyecto de animación cultural

### UNIDAD DIDACTICA 3. RECURSOS DE ANIMACIÓN CULTURAL

1. Aplicación de recursos materiales, técnicos y de seguridad
2. Elaboración de presupuestos relativos al desarrollo de los proyectos de animación
3. Gestión de los recursos humanos: voluntarios "amateurs" y profesionales
4. Mecanismos de formación de los recursos humanos en el ámbito de la animación cultural

