



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

**Máster en Marketing de Museos, Espacios Expositivos y Eventos Culturales +  
Titulación Universitaria**





Elige aprender en la escuela  
**líder en formación online**

# ÍNDICE

**1** | Somos Euroinnova

**2** | Rankings

**3** | Alianzas y acreditaciones

**4** | By EDUCA EDTECH Group

**5** | Metodología LXP

**6** | Razones por las que elegir Euroinnova

**7** | Financiación y Becas

**8** | Métodos de pago

**9** | Programa Formativo

**10** | Temario

**11** | Contacto

## SOMOS EUROINNOVA

---

**Euroinnova International Online Education** inicia su actividad hace más de 20 años. Con la premisa de revolucionar el sector de la educación online, esta escuela de formación crece con el objetivo de dar la oportunidad a sus estudiandes de experimentar un crecimiento personal y profesional con formación eminentemente práctica.

Nuestra visión es ser **una institución educativa online reconocida en territorio nacional e internacional** por ofrecer una educación competente y acorde con la realidad profesional en busca del reciclaje profesional. Abogamos por el aprendizaje significativo para la vida real como pilar de nuestra metodología, estrategia que pretende que los nuevos conocimientos se incorporen de forma sustantiva en la estructura cognitiva de los estudiantes.

Más de

**19**

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

[Ver en la web](#)



**EUROINNOVA**  
INTERNACIONAL ONLINE EDUCATION



Desde donde quieras y como quieras,  
**Elige Euroinnova**



**QS, sello de excelencia académica**  
Euroinnova: 5 estrellas en educación online

## RANKINGS DE EUROINNOVA

---

Euroinnova International Online Education ha conseguido el reconocimiento de diferentes rankings a nivel nacional e internacional, gracias por su apuesta de **democratizar la educación** y apostar por la innovación educativa para **lograr la excelencia**.

Para la elaboración de estos rankings, se emplean **indicadores** como la reputación online y offline, la calidad de la institución, la responsabilidad social, la innovación educativa o el perfil de los profesionales.



[Ver en la web](#)



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

## ALIANZAS Y ACREDITACIONES



Ver en la web



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

## BY EDUCA EDTECH

---

Euroinnova 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

---



Ver en la web

# 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.



Programas  
**PROPIOS**  
**UNIVERSITARIOS**  
**OFICIALES**

## RAZONES POR LAS QUE ELEGIR EUROINNOVA

### 1. Nuestra Experiencia

- ✓ Más de **18 años de experiencia.**
- ✓ Más de **300.000 alumnos** ya se han formado en nuestras aulas virtuales
- ✓ Alumnos de los 5 continentes.
- ✓ **25%** de alumnos internacionales.
- ✓ **97%** de satisfacción
- ✓ **100% lo recomiendan.**
- ✓ Más de la mitad ha vuelto a estudiar en Euroinnova.

### 2. Nuestro Equipo

En la actualidad, Euroinnova cuenta con un equipo humano formado por más **400 profesionales**. Nuestro personal se encuentra sólidamente enmarcado en una estructura que facilita la mayor calidad en la atención al alumnado.

### 3. Nuestra Metodología



#### 100% ONLINE

Estudia cuando y desde donde quieras. Accede al campus virtual desde cualquier dispositivo.



#### APRENDIZAJE

Pretendemos que los nuevos conocimientos se incorporen de forma sustantiva en la estructura cognitiva



#### EQUIPO DOCENTE

Euroinnova cuenta con un equipo de profesionales que harán de tu estudio una experiencia de alta calidad educativa.



#### NO ESTARÁS SOLO

Acompañamiento por parte del equipo de tutorización durante toda tu experiencia como estudiante

## 4. Calidad AENOR

- ✓ Somos Agencia de Colaboración N°99000000169 autorizada por el Ministerio de Empleo y Seguridad Social.
- ✓ Se llevan a cabo auditorías externas anuales que garantizan la máxima calidad AENOR.
- ✓ Nuestros procesos de enseñanza están certificados por **AENOR** por la ISO 9001.



## 5. Confianza

Contamos con el sello de **Confianza Online** y colaboramos con la Universidades más prestigiosas, Administraciones Públicas y Empresas Software a nivel Nacional e Internacional.



## 6. Somos distribuidores de formación

Como parte de su infraestructura y como muestra de su constante expansión Euroinnova incluye dentro de su organización una **editorial y una imprenta digital industrial**.

## FINANCIACIÓN Y BECAS

---

Financia tu cursos o máster y disfruta de las becas disponibles. ¡Contacta con nuestro equipo experto para saber cuál se adapta más a tu perfil!

**25%** Beca  
ALUMNI

**20%** Beca  
DESEMPLEO

**15%** Beca  
EMPRENDE

**15%** Beca  
RECOMIENDA

**15%** Beca  
GRUPO

**20%** Beca  
FAMILIA  
NUMEROSA

**20%** Beca  
DIVERSIDAD  
FUNCIONAL

**20%** Beca  
PARA PROFESIONALES,  
SANITARIOS,  
COLEGIADOS/AS



[Solicitar información](#)

## MÉTODOS DE PAGO

---

Con la Garantía de:



Fracciona el pago de tu curso en cómodos plazos y sin interéres de forma segura.



Nos adaptamos a todos los métodos de pago internacionales:



y muchos mas...



[Ver en la web](#)



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

## Máster en Marketing de Museos, Espacios Expositivos y Eventos Culturales + Titulación Universitaria



**DURACIÓN**  
1500 horas



**MODALIDAD  
ONLINE**



**ACOMPANIAMIENTO  
PERSONALIZADO**



**CREDITOS**  
5 ECTS

### Titulación

---

Doble Titulación: - Titulación de Máster en Marketing de Museos, Espacios Expositivos y Eventos Culturales con 1500 horas expedida por EUROINNOVA INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION, miembro de la AEEN (Asociación Española de Escuelas de Negocios) y reconocido con la excelencia académica en educación online por QS World University Rankings - Titulación Universitaria en Dirección de Arte con 5 Créditos Universitarios ECTS. Formación Continua baremable en bolsas de trabajo y concursos oposición de la Administración Pública.

[Ver en la web](#)



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION



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.

## A quién va dirigido

---

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.

## Para qué te prepara

---

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.

[Ver en la web](#)



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

## Salidas laborales

---

Tras realizar el máster Marketing para Museos el alumno podrá desempeñar su labor profesional en áreas como: técnico/a de servicios culturales, animador/a cultural, marketing, marketing de servicios, marketing cultural, gestión de museos, dirección de arte, etc.

[Ver en la web](#)



**EUROINNOVA**  
INTERNACIONAL ONLINE EDUCATION

## 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

[Ver en la web](#)



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

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

## ¿Te ha parecido interesante esta información?

Si aún tienes dudas, nuestro equipo de asesoramiento académico estará encantado de resolverlas.

Pregúntanos sobre nuestro método de formación, nuestros profesores, las becas o incluso simplemente conócenos.

### Solicita información sin compromiso

¡Matricularme ya!

¡Encuétranos aquí!

Edificio Educa Edtech

Camino de la Torrecilla N.º 30 EDIFICIO EDUCA EDTECH,  
C.P. 18.200, Maracena (Granada)

 900 831 200

 [formacion@euroinnova.com](mailto:formacion@euroinnova.com)

 [www.euroinnova.edu.es](http://www.euroinnova.edu.es)

### Horario atención al cliente

Lunes a viernes: 9:00 a 20:00h Horario España

¡Síguenos para estar al tanto de todas nuestras novedades!



Ver en la web



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

 By  
**EDUCA EDTECH**  
Group