



Área profesional: Turismo y Patrimonio Cultural
Acción Formativa:

Marketing Cultural

OBJETIVOS

- Una vez finalizado el Módulo el alumno será capaz de desarrollar acciones de comunicación y marketing cultural.
- En concreto el alumno será capaz de: 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

METODOLOGIA

La **metodología online** propuesta se ajusta a las características y necesidades de cada alumno/a, combinando las metodologías de **enseñanza programada** y de **trabajo autónomo** del alumnado con el **asesoramiento de un/a formador/a especializado** y mediante el uso de las nuevas tecnologías de la información y comunicación, creando un entorno de aprendizaje activo, próximo y colaborativo en el **Campus Virtual**.

- **ENSEÑANZA PROGRAMADA:** Persigue transmitir los conocimientos al alumnado sin la intervención directa de el/la formador/a, a través de la organización y estructuración de los contenidos de forma secuencial. La realización periódica de ejercicios y pruebas de autoevaluación permiten afianzar lo aprendido y corregir los posibles errores en el aprendizaje.
- **TRABAJO AUTÓNOMO:** Sistema de trabajo donde el/la alumno/a asume la responsabilidad de su proceso de aprendizaje, adaptándolo a su ritmo de trabajo y a sus propias necesidades, lo que exige una mayor implicación por su parte.

Las acciones formativas están diseñadas para propiciar el fomento de las habilidades, conocimientos y experiencias relevantes para el desarrollo profesional dentro del ámbito de la temática del curso.

El material didáctico objeto fundamental del proceso de enseñanza, será puesto a disposición del alumno en el Campus de manera ordenada y en los formatos más idóneos para ajustarlos a las especificaciones del curso. El alumno debe trabajarlos de manera autónoma dedicando un tiempo que dependerá de las necesidades individualizadas del alumno.

PROGRAMA

UD1. Análisis de mercado de productos culturales.

- 1.1. Caracterización de la programación cultural.
- 1.2. Técnicas para el conocimiento del medio y de las organizaciones.
- 1.3. Supuesto práctico 1.
- 1.4. Supuesto práctico 2.

UD2. Planificación de acciones de comunicación y marketing cultural.

- 2.1. Técnicas de comunicación en las actividades culturales.
- 2.2. Tipología de elementos que intervienen en la política de marketing.
- 2.3. Procedimientos de elaboración del plan de marketing.
- 2.4. Supuesto práctico.

UD3. Desarrollo de acciones de comunicación y marketing cultural.

- 3.1. Protocolos de coordinación entre las acciones de marketing y los objetivos programados.
- 3.2. Procedimientos de desarrollo de acciones de marketing cultural para productos intangibles.
- 3.3. Metodología para el desarrollo de campañas de promoción de productos culturales.
- 3.4. Técnicas de análisis y selección de medios de comunicación.
- 3.5. Supuesto práctico.

UD4. Seguimiento y evaluación de programas y acciones vinculados al marketing cultural.

- 4.1. Sistemática de formulación de objetivos de control del plan de marketing teniendo como referencia la consecución de los objetivos.
- 4.2. Métodos para el control y seguimiento de las decisiones y acciones en los planes de marketing.

- 4.3. Metodologías para valorar el grado de satisfacción del cliente.
- 4.4. Técnicas de seguimiento de presupuestos.
- 4.5. Identificación de variables de control en las acciones de marketing.
- 4.6. Desarrollo de indicadores de impacto y eficacia de las acciones de marketing.
- 4.7. Adaptación de herramientas de cálculo para su utilización en acciones de marketing cultural.
- 4.8. Técnicas de tabulación e interpretación de resultados.
- 4.9. Aplicación de medidas correctoras ante las desviaciones en el programa: planes de contingencia.
- 4.10. Procedimientos para la detección y gestión de implantación acciones de mejora.
- 4.11. Protocolos para la elaboración estructuración y presentación de informes de seguimiento con los resultados obtenidos destinados a responsables de las políticas culturales.
- 4.12. Supuesto práctico 1.
- 4.13. Supuesto práctico 2.

DURACIÓN

100 horas lectivas

HOMOLOGACIÓN

Esta formación puede ser homologada por el Instituto Andaluz de la Administración Pública



Instituto Andaluz de
Administración Pública

SOBRE NOSOTROS

Égora tiene la consideración de **Centro o Entidad Colaboradora de la Junta de Andalucía** en materia de **Formación Profesional para el Empleo**. Contamos con dos centros presenciales acreditados por el **SEPE** para la impartición de Especialidades Formativas y Certificados de Profesionalidad. Por otro lado, somos una **entidad inscrita en el Registro Estatal de Entidades de Formación para el Empleo (FUNDAE)** con código 1475 para impartir, dentro de la iniciativa de Formación Programada por las Empresas, formación profesional para el empleo distinta de las especialidades formativas incluidas en el Catálogo de especialidades formativas, de acuerdo con lo establecido en la Ley 30/2015, de 9 de septiembre, por la que se regula el Sistema de Formación Profesional para el empleo en el ámbito laboral y del artículo 14.3 del Real Decreto 694/2017, de 3 de julio, que desarrolla la citada Ley.



Fundación Estatal
PARA LA FORMACIÓN EN EL EMPLEO



CALIDAD

Égora plantea la calidad como un objetivo primordial, dirigiendo todos nuestros esfuerzos en el cumplimiento de los requisitos y expectativas de sus clientes, contribuyendo a su satisfacción. En este sentido, nuestra empresa tiene implementado un **Sistema de Gestión de la Calidad**, mediante el cual, **ÉGORA ASESORES DE FORMACIÓN, S.L. cumple con los requisitos de la Norma ISO 9001:2015**, auditado anualmente por la empresa internacional certificadora **Bureau Veritas**. Contamos con un Departamento de Calidad formado por un equipo profesional cualificado, que garantiza un Sistema de Gestión de Calidad maduro y comprometido con las necesidades de nuestros clientes, asegurando que la formación impartida y servicios prestados cumplen con los requisitos explícitos e implícitos, legales y reglamentos particulares.



ADHESIONES

Égora pertenece a diferentes asociaciones e instituciones oficiales:



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

CEC

CONFEDERACIÓN
EMPRESARIOS

PROVINCIA DE CÁDIZ



asociación de
empresarios
de Conil



FPEMPRESA

Asociación de Centros
de Formación Profesional