

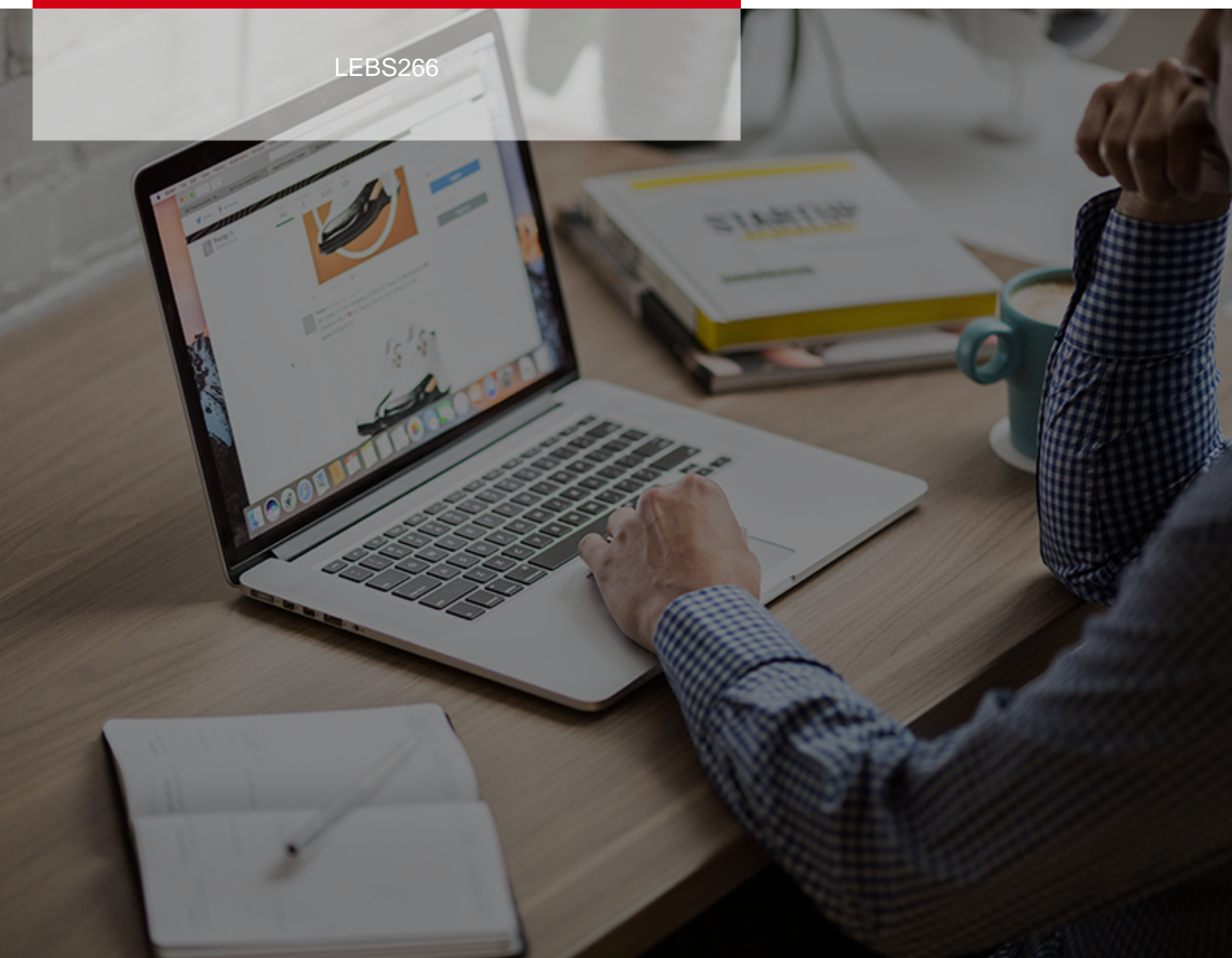
# CURSO

---

MARKETING CULTURAL  
-CERTIFICADO POR LA UNIVERSIDAD NEBRIJA CON 4  
ECTS-



LEBS266



## DESTINATARIOS

El Programa está especialmente diseñado para aquellas personas que estén interesadas en adquirir conocimientos sobre **Marketing Cultural** y que quieran asegurarse un recorrido ascendente en esta área, con una especial elevación y consolidación de competencias.

Permite conocer y analizar el mercado de distintos productos culturales segmentando según características y preferencias de distintos tipos de consumidores, entre otros conceptos relacionados con la temática del curso. Además, al final de cada unidad didáctica el alumno/a encontrará ejercicios de autoevaluación que le permitirá hacer un seguimiento de los conocimientos adquiridos a lo largo del curso de forma autónoma.

El alumno recibirá acceso a un curso inicial donde encontrará información sobre la metodología de aprendizaje, la titulación que recibirá, el funcionamiento del Campus Virtual, qué hacer una vez el alumno haya finalizado e información sobre Grupo Esneca Formación. Además, el alumno dispondrá de un servicio de **clases en directo**.

## FICHA TÉCNICA

CARGA HORARIA  
100H 

MODALIDAD  
ONLINE   
\*La modalidad incluye módulos con clases en directo

CURSO INICIAL  
ONLINE 

TUTORIAS  
PERSONALIZADAS 

IDIOMA  
ESPAÑOL 

DURACION  
HASTA UN AÑO   
\*Prorrogable

## IMPORTE

VALOR ORIGINAL: ~~2080 \$~~

VALOR ACTUAL: 520 \$

\*Importe expresado en Dólares Americanos

## CERTIFICACIÓN OBTENIDA

---

Una vez finalizados los estudios y superadas las pruebas de evaluación, el alumno recibirá un diploma que certifica el “ **MARKETING CULTURAL** ”, de ELBS ESCUELA DE LIDERAZGO, avalada por nuestra condición de socios de la CECAP, máxima institución española en formación y de calidad.

Los diplomas llevan el sello de **Notario Europeo** que da fe de la validez, contenidos y autenticidad del título a nivel nacional e internacional. Además, dispone del reconocimiento **Cum Laude** . Este distintivo lo otorga Emagister a los centros educativos y escuelas de negocios, que hayan recibido la mejor valoración de los servicios formativos prestados por los estudiantes.

Los diplomas llevan la Apostilla de la Haya, mediante la que se reconoce y garantiza la autenticidad y validez del Diploma en cualquier país firmante del convenio.

## REDES SOCIALES

---



[escuelaelbs.lat](http://escuelaelbs.lat)



[facebook.com/Elbs.Latam](https://facebook.com/Elbs.Latam)



[@elbs.latam](https://www.instagram.com/elbs.latam)



[@elbs\\_latam](https://twitter.com/elbs_latam)

# CONTENIDO FORMATIVO

---

## 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.
3. Supuesto práctico
  - Supuesto práctico 2.

## 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.
4. Supuesto práctico.

## 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.
5. Supuesto práctico.

## 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.
12. Supuesto práctico
  - Supuesto práctico 2.