INENKA
BUSINESS SCHOOL

MÁSTER EN ACTIVIDADES CULTURALES Y DESARROLLO

CON CERTIFICACIÓN UNIVERSITARIA INTERNACIONAL + EQUIVALENCIA A ECTS Y PRÁCTICAS GARANTIZADAS

INA053

www.escuelainenka.com

Escuela asociada a:

DESTINATARIOS

El **Máster en Actividades Culturales y Desarrollo** va dirigido a todas aquellas personas que deseen ampliar sus conocimientos acerca de las políticas y programaciones culturales relacionadas con el ámbito empresarial. A lo largo de la titulación, el alumno estudiará los elementos fundamentales de la política cultural y empresarial junto con los principios generales en el diseño de organizaciones. Una vez adquiridos estos conocimientos, el alumno aprenderá a identificar y clasificar infraestructuras, planificar espacios y tiempos y realizar una sistematización de la gestión de la calidad. Acto seguido, será instruido en la acción cultural, la aplicación de recursos materiales y las estrategias de participación en el ámbito de la cultura. En esta línea, el estudiante también conocerá los tipos de asociaciones del ámbito cultural, las técnicas comunicativas aplicadas a este ámbito y el proceso de elaboración de un plan de marketing. Por último, el alumno adquirirá conocimientos acerca de la aplicación de medidas correctoras ante las desviaciones en el programa.

MODALIDAD

• **ON LINE:** una vez recibida tu matrícula, enviaremos a tu correo electrónico las claves de acceso a nuestro Campus Virtual donde encontrarás todo el material de estudio.

Se incluye **PRÁCTICAS GARANTIZADAS** en empresas. Mediante este proceso se suman las habilidades prácticas a los conceptos teóricos adquiridos en el curso. Las prácticas serán presenciales, de 3 meses aproximadamente, en una empresa cercana al domicilio del alumno.

DURACIÓN

La duración del curso es de 1500h.

IMPORTE

Importe Original: ~~3600€~~

Importe Actual: 1800€

CERTIFICACIÓN OBTENIDA

Una vez finalizados los estudios y superadas las pruebas de evaluación, el alumno recibirá un diploma que certifica el "**MASTER EN ACTIVIDADES CULTURALES Y DESARROLLO**", de INENKA BUSINESS SCHOOL, avalada por nuestra condición de socios de la CECAP y AEEN, máximas instituciones españolas en formación y de calidad.

Los diplomas, además, llevan el sello de Notario Europeo, que da fe de la validez de los contenidos y autenticidad del título a nivel nacional e internacional.

Junto al diploma, el alumno recibirá un Carné Acreditativo de la formación firmado y sellado por la escuela, válido para demostrar los contenidos adquiridos.

Además, recibirás el Certificado Universitario Internacional DQ, expedido por la Agencia Universitaria DQ vinculada con la UAIII y la Universidad CLEA, que incluye la equivalencia a créditos europeos (ECTS) sobre la carga horaria de tu formación.

CONTENIDO FORMATIVO

DINAMIZACIÓN, PROGRAMACIÓN Y DESARROLLO DE ACCIONES CULTURALES

PARTE 1. PROGRAMACIONES CULTURALES

UNIDAD FORMATIVA 1. 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. Sistematización 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.

UNIDAD FORMATIVA 2. 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 eventos

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EVALUACIÓN DE PROCESOS DE GESTIÓN CULTURAL

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

UNIDAD FORMATIVA 3. RECURSOS DE LA PROGRAMACIÓN CULTURAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. RECURSOS ORGANIZATIVOS

1. Técnicas de organización para el desarrollo de eventos culturales.
2. Técnicas de organización de las distintas funciones relacionadas con la puesta en marcha y finalización del evento cultural.
3. Técnicas de recogida de información.
4. Elaboración de plantillas para la organización del evento cultural donde se desglosen y planifiquen las funciones requeridas.
5. Aplicación de los diferentes instrumentos para recopilar la información:
6. Técnicas de elaboración de:

UNIDAD DIDÁCTICA 2. RECURSOS HUMANOS Y FINANCIEROS

1. Elementos que conforman la gestión de recursos humanos.
2. Mecanismos de colaboración con responsables de cultura.
3. Procedimientos para el diseño de presupuestos públicos: conocimiento, aplicación y bases de ejecución.
4. Sistemas de gestión y organización de los recursos disponibles para optimizar costes.

PARTE 2. PROYECTOS DE ANIMACIÓN CULTURAL

UNIDAD FORMATIVA 1. DESARROLLO DE PROYECTOS DE ANIMACIÓN CULTURAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CARACTERIZACIÓN DE LA ANIMACIÓN CULTURAL

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

UNIDAD DIDÁCTICA 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 DIDÁCTICA 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.

UNIDAD FORMATIVA 2. REDES ASOCIATIVAS CULTURALES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PRÁCTICAS DE PARTICIPACIÓN ASOCIATIVA EN EL ÁMBITO CULTURAL

1. Mecanismos de participación social y cultural.
2. Proceso de análisis y caracterización del tejido asociativo en el marco del territorio.
3. Estrategias de participación en el ámbito de la cultura.
4. Identificación de la Red asociativa cultural.
5. Valoración del marco legislativo de la participación cultural.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. IDENTIFICACIÓN DE LA REALIDAD ASOCIATIVA EN EL ÁMBITO CULTURAL

1. Tipología de asociaciones y colectivos en el ámbito cultural.
2. Herramientas y protocolos para el reconocimiento de demandas de la red asociativa.
3. Sistemas de organización y dinámica interna de las asociaciones culturales.
4. Mecanismos y niveles de participación asociativa.
5. Análisis de las plataformas de coordinación entre redes asociativas.
6. Identificación del mapa de las redes asociativas del entorno.
7. Mecanismos de adaptación a las necesidades especiales de colectivos específicos dentro del campo cultural.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MECANISMOS DE COOPERACIÓN DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA EN LA PARTICIPACIÓN CULTURAL

1. Identificación del papel de la Administración publica en el apoyo asociativo:
2. Procedimientos para la obtención de recursos públicos y privados destinados al ámbito de la cultura:

UNIDAD DIDÁCTICA 4. APLICACIÓN DE HABILIDADES PROFESIONALES AL TRABAJO EN REDES ASOCIATIVAS:

1. Técnicas comunicativas aplicadas a la participación cultural.
2. Habilidades de relación
3. Habilidades administrativas

PARTE 3. 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.