



INESEM

BUSINESS SCHOOL

Postgrado en Gestión Cultural 3.0: Dinamización de Redes y Comunidades Culturales + Titulación Universitaria

+ Información Gratis

titulación de formación continua bonificada expedida por el instituto europeo de estudios empresariales

Postgrado en Gestión Cultural 3.0: Dinamización de Redes y Comunidades Culturales + Titulación Universitaria

duración total: 545 horas

horas teleformación: 210 horas

precio: 0 € *

modalidad: Online

* hasta 100 % bonificable para trabajadores.

descripción

Este curso en Gestión Cultural 3.0: Dinamización de Redes y Comunidades Culturales le ofrece una formación especializada en la materia. 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. Si tiene interés en dedicarse laboralmente a este entorno y quiere adquirir los conocimientos esenciales sobre gestión cultural este es su momento, con el Curso en Gestión Cultural 3.0: Dinamización de Redes y Comunidades Culturales podrá conocer las técnicas esenciales sobre programación y evaluación aplicadas a esta labor, además de adentrarse en las redes asociativas culturales.



+ Información Gratis

a quién va dirigido

Todos aquellos trabajadores y profesionales en activo que deseen adquirir o perfeccionar sus conocimientos técnicos en este área.

objetivos

- 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.
- Analizar infraestructuras para ejecutar la programación cultural utilizando los recursos disponibles y adecuados para su desarrollo.
- Aplicar procedimientos de evaluación de programaciones culturales.
- Aplicar técnicas de organización para el desarrollo de eventos culturales.
- Describir técnicas de organización de las distintas funciones relacionadas con la puesta en marcha y finalización del evento cultural valorando la importancia del orden y la limpieza.
- Analizar las redes asociativas culturales como medio de implementación de proyectos de animación cultural.
- Analizar el concepto de red asociativa cultural valorando su capacidad de implicación en el desarrollo de proyectos de animación cultural.
- Gestionar la imagen de una empresa dentro de las redes sociales e Internet para tener mayor reputación y dominar las principales técnicas del marketing y comunicación online.
- Saber maximizar el rendimiento de las redes sociales y comunidades online
- Conocer las distintas estrategias de éxito que te ayuden a aumentar la reputación online de la empresa.
- Aprender a dinamizar una comunidad online.
- Aprender a utilizar las diferentes aplicaciones surgidas a partir de la Web 2.0.
- Aprender a darse de alta en las diferentes redes sociales y conocer las características de cada una de ellas.
- Describir las bases de la arquitectura de la participación en la Web 2.0.
- Conocer las principales ventajas y desventajas del uso de las Redes Sociales.

para qué te prepara

Este Curso en Gestión Cultural 3.0: Dinamización de Redes y Comunidades Culturales le prepara para tener una visión amplia y precisa sobre el entorno de la gestión cultural, haciendo hincapié a las técnicas de programación y evaluación de esta labor, llegando a especializarse en este ámbito.

salidas laborales

Servicios culturales / Gestión cultural / Redes culturales / Responsable de Marketing / Community Manager / Gestión de redes sociales.

titulación

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de INESEM vía correo postal, la Titulación Oficial que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/máster, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la instituciones que avalan la formación recibida (Instituto Europeo de Estudios Empresariales).



INSTITUTO EUROPEO DE ESTUDIOS EMPRESARIALES

como centro de Formación acreditado para la impartición a nivel nacional de formación
EXPIDE LA SIGUIENTE TITULACIÓN

NOMBRE DEL ALUMNO/A

con D.N.I. XXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

Nombre de la Acción Formativa

de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación INESEM en la convocatoria de XXXX
Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX- XXXX-XXXX-XXXXXX

Con una calificación de SOBRESALIENTE

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

La dirección General

MARIA MORENO HIDALGO

Firma del alumno/a

Sello

NOMBRE DEL ALUMNO/A



forma de bonificación

- Mediante descuento directo en el TC1, a cargo de los seguros sociales que la empresa paga cada mes a la Seguridad Social.

metodología

El alumno comienza su andadura en INESEM a través del Campus Virtual. Con nuestra metodología de aprendizaje online, el alumno debe avanzar a lo largo de las unidades didácticas del itinerario formativo, así como realizar las actividades y autoevaluaciones correspondientes. Al final del itinerario, el alumno se encontrará con el examen final, debiendo contestar correctamente un mínimo del 75% de las cuestiones planteadas para poder obtener el título.

Nuestro equipo docente y un tutor especializado harán un seguimiento exhaustivo, evaluando todos los progresos del alumno así como estableciendo una línea abierta para la resolución de consultas.

El alumno dispone de un espacio donde gestionar todos sus trámites administrativos, la Secretaría Virtual, y de un lugar de encuentro, Comunidad INESEM, donde fomentar su proceso de aprendizaje que enriquecerá su desarrollo profesional.

materiales didácticos

- Manual teórico 'Redes Sociales'
- Manual teórico 'Community Manager'
- Manual teórico 'Gestión Cultural Vol. 1'
- Manual teórico 'Gestión Cultural Vol. 2'



profesorado y servicio de tutorías

Nuestro equipo docente estará a su disposición para resolver cualquier consulta o ampliación de contenido que pueda necesitar relacionado con el curso. Podrá ponerse en contacto con nosotros a través de la propia plataforma o Chat, Email o Teléfono, en el horario que aparece en un documento denominado “Guía del Alumno” entregado junto al resto de materiales de estudio. Contamos con una extensa plantilla de profesores especializados en las distintas áreas formativas, con una amplia experiencia en el ámbito docente.

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas, así como solicitar información complementaria, fuentes bibliográficas y asesoramiento profesional. Podrá hacerlo de las siguientes formas:

- **Por e-mail:** El alumno podrá enviar sus dudas y consultas a cualquier hora y obtendrá respuesta en un plazo máximo de 48 horas.

- **Por teléfono:** Existe un horario para las tutorías telefónicas, dentro del cual el alumno podrá hablar directamente con su tutor.

- **A través del Campus Virtual:** El alumno/a puede contactar y enviar sus consultas a través del mismo, pudiendo tener acceso a Secretaría, agilizando cualquier proceso administrativo así como disponer de toda su documentación



plazo de finalización

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá de la misma duración del curso. Existe por tanto un calendario formativo con una fecha de inicio y una fecha de fin.

campus virtual online

especialmente dirigido a los alumnos matriculados en cursos de modalidad online, el campus virtual de ineseem ofrece contenidos multimedia de alta calidad y ejercicios interactivos.

comunidad

servicio gratuito que permitirá al alumno formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: becas, descuentos y promociones en formación, viajes al extranjero para aprender idiomas...

revista digital

el alumno podrá descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, etc.

secretaría

Este sistema comunica al alumno directamente con nuestros asistentes, agilizando todo el proceso de matriculación, envío de documentación y solución de cualquier incidencia.

Además, a través de nuestro gestor documental, el alumno puede disponer de todos sus documentos, controlar las fechas de envío, finalización de sus acciones formativas y todo lo relacionado con la parte administrativa de sus cursos, teniendo la posibilidad de realizar un seguimiento personal de todos sus trámites con INESEM

programa formativo

PARTE 1. GESTIÓN CULTURAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONTEXTO 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. LA 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 las 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 cultural a través de las nuevas tecnologías

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PLANIFICAR PROGRAMACIONES PARA LA GESTIÓN CULTURAL

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

UNIDAD DIDÁCTICA 4. REALIZACIÓN DE UNA PROGRAMACIÓN DE LA GESTIÓN CULTURAL

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

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EVALUACIÓN DE PROCESOS DE GESTIÓN CULTURAL

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

UNIDAD DIDÁCTICA 6. PARTICIPACIÓN ASOCIATIVA EN EL ÁMBITO CULTURAL

- 1.Mecanismos de participación social y cultural
- 2.Procesos 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 7. 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 8. MECANISMOS DE COOPERACIÓN DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA EN LA PARTICIPACIÓN CULTURAL

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

UNIDAD DIDÁCTICA 9. TÉCNICAS DE APLICACIÓN DE HABILIDADES PROFESIONALES AL TRABAJO EN REDES ASOCIATIVAS

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

UNIDAD DIDÁCTICA 10. LOS DIFERENTES 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 event 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 información
- 6.Técnicas de elaboración de: cronogramas, inventarios y relaciones de infraestructuras de espacios culturales

UNIDAD DIDÁCTICA 11. 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. COMMUNITY MANAGER EN COMUNIDADES CULTURALES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN DEL SOCIAL MEDIA

- 1.Tipos de redes sociales
- 2.La importancia actual del social media
- 3.Prosumer
- 4.Contenido de valor
- 5.Marketing viral
- 6.La figura del Community Manager
- 7.Social Media Plan
- 8.Reputación Online

UNIDAD DIDÁCTICA 2. SOCIAL CRM Y ATENCIÓN AL CLIENTE

- 1.Introducción
- 2.Marketing relacional
- 3.Experiencia del usuario
- 4.Herramientas de Social CRM
- 5.Atención al Cliente en Facebook
- 6.Atención al Cliente en Twitter
- 7.Atención al Cliente en Instagram

UNIDAD DIDÁCTICA 3. INTRODUCCIÓN AL COPYWRITING

- 1.¿Qué es el copywriting?
- 2.Conectar, emocionar y convencer
- 3.Principales técnicas de copywriting
- 4.SEO para Copywriting
- 5.La importancia de los títulos

UNIDAD DIDÁCTICA 4. BLOGGING, SEO Y ANALÍTICA

- 1.Sistema de Gestión de contenidos CSM
- 2.Blogs y Wordpress
- 3.Posicionamiento SEO
- 4.Contenido inteligente
- 5.Monitorización Social

UNIDAD DIDÁCTICA 5. GESTIÓN DE FACEBOOK

- 1.Primeros pasos con Facebook
- 2.Facebook para empresas
- 3.Configuración de la Fanpage
- 4.Configuración de mensajes: Facebook Messenger
- 5.Tipo de publicaciones
- 6.Creación de eventos
- 7.Facebook Marketplace
- 8.Administración de la página
- 9.Facebook Insights

UNIDAD DIDÁCTICA 6. GESTIÓN DE INSTAGRAM

- 1.Introducción a Instagram
- 2.Instagram para empresas
- 3.Creación de contenido
- 4.Uso de Hashtags
- 5.Instagram Stories
- 6.Herramientas creativas
- 7.Colaboración con influencers
- 8.Principales estadísticas

UNIDAD DIDÁCTICA 7. GESTIÓN DE TWITTER

- 1.Introducción a Twitter
- 2.Elementos básicos de Twitter
- 3.Twitter para empresas
- 4.Servicio de atención al cliente a través de Twitter
- 5.Contenidos
- 6.Uso de Hashtags y Trending Topic
- 7.Twitter Analytics
- 8.TweetDeck
- 9.Audiense
- 10.Hootsuite
- 11.Bitly

UNIDAD DIDÁCTICA 8. GESTIÓN DE YOUTUBE

- 1.Introducción a Youtube
- 2.Vídeo Marketing
- 3.Crear una canal de empresa
- 4.Optimización del canal
- 5.Creación de contenidos
- 6.Gestión de comentarios
- 7.Youtube Analytics
- 8.Youtube vs Vimeo
- 9.Keyword Tool
- 10.Youtube Trends

UNIDAD DIDÁCTICA 9. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- FACEBOOK ADS

- 1.Introducción a Facebook Ads
- 2.Tipos de Campañas y objetivos publicitarios
- 3.Segmentación: públicos
- 4.Presupuesto
- 5.Formatos de anuncios
- 6.Ubicaciones
- 7.Administrador de anuncios
- 8.Seguimiento y optimización de anuncios

UNIDAD DIDÁCTICA 10. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- INSTAGRAM ADS

- 1.Introducción a Instagram Ads
- 2.Objetivos publicitarios
- 3.Tipos de anuncios
- 4.Administrador de anuncios
- 5.Presupuesto
- 6.Instagram Partners
- 7.Segmentación

UNIDAD DIDÁCTICA 11. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- TWITTER ADS

- 1.Objetivos publicitarios
- 2.Audiencias en Twitter
- 3.Tipos de anuncios
- 4.Administrador de anuncios
- 5.Creación de campañas y optimización
- 6.Twitter Cards
- 7.Instalación código de seguimiento
- 8.Listas de remarketing

UNIDAD DIDÁCTICA 12. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- PUBLICIDAD EN YOUTUBE

- 1.Ventajas de la publicidad en Youtube
- 2.Youtube y Google Adwords
- 3.Tipos de anuncios en Youtube
- 4.Campaña publicitarias en Youtube con Google Adwords
- 5.Creación de anuncios desde Youtube

PARTE 3. DINAMIZACIÓN DE REDES SOCIALES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EXPERTO EN TECNOLOGÍAS DE LA WEB 2.0

- 1.Origen de la Web 2.0
- 2.Principales características de la Web 2.0
- 3.Aplicaciones de la Web 2.0. Principios constitutivos
- 4.Ventajas de la Web 2.0
- 5.Nuevas tendencias: la Web 3.0

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EXPERTO EN APLICACIONES WEB 2.0

- 1.Introducción
- 2.Blogs, webs, wikis
- 3.Marcadores sociales
- 4.Aplicaciones en línea
- 5.Servicios de alojamiento: fotografías, vídeos y audio
- 6.Evolución del perfil de usuario: usuarios 2.0

UNIDAD DIDÁCTICA 3. REDES SOCIALES Y WEB 2.0

- 1.Medios sociales
- 2.Redes sociales
- 3.Blogs
- 4.Microblogging
- 5.Wikis
- 6.Podcast
- 7.Plataformas de vídeo
- 8.Plataformas de fotografía

UNIDAD DIDÁCTICA 4. APLICACIÓN DE LAS REDES SOCIALES

- 1.Historia de las redes sociales
- 2.Definición de las redes sociales
- 3.Diccionario básico de las redes sociales
- 4.Servicios de redes sociales

5.Importancia e impacto social de las redes sociales

6.Profesiones de las redes sociales

7.Ventajas y desventajas de las redes sociales

UNIDAD DIDÁCTICA 5. CLASIFICACIÓN DE LAS REDES SOCIALES

1.Redes sociales generales

2.Redes sociales especializadas

UNIDAD DIDÁCTICA 6. MOBILE SOCIAL MEDIA: LOS SMARTPHONES

1.Los smartphones

2.El potencial del móvil para las redes sociales

3.Ejemplo de aplicaciones móviles para conectarse a redes sociales

4.Del Social Media al Social Media Móvil

UNIDAD DIDÁCTICA 7. USO RESPONSABLE DE LAS REDES SOCIALES

1.Introducción al uso responsable de las redes sociales

2.Aspectos a tener en cuenta ante una conexión en red

3.Menores e incapaces en las redes sociales

UNIDAD DIDÁCTICA 8. ASPECTOS LEGALES EN REDES SOCIALES

1.Servicios en las Redes Sociales

2.Protección de Datos de Carácter Personal

3.Protección de la Privacidad, Honor, Intimidad y Propia Imagen

4.Protección de la Propiedad Intelectual

5.Protección de los consumidores y usuarios

6.Delitos en las redes sociales

UNIDAD DIDÁCTICA 9. FACTORES EN SOCIAL MEDIA

1.Qué factores medir en Social Media para conocer su eficacia

2.Técnicas para Medir las Conversiones en los Social Media

3.Cómo crear un Social Media Plan para tu Negocio

4.Cómo usar el Social Media Marketing para incrementar las ventas

5.Las 5 estrategias en Social Media usadas por grandes empresas para aumentar sus ventas

6.Aprende a medir en términos cuantificables el ROI de una estrategia de Social Media

7.Aprende a medir el ROI en tus campañas de Email Marketing