



INESEM

BUSINESS SCHOOL

Máster en ICC: Gestión de Empresas Culturales y Creativas + 10 Créditos ECTS

+ Información Gratis

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

Máster en ICC: Gestión de Empresas Culturales y Creativas + 10 Créditos ECTS

duración total: 1.500 horas

horas teleformación: 450 horas

precio: 0 € *

modalidad: Online

* hasta 100 % bonificable para trabajadores.

descripción

Al finalizar el Master en ICC: Gestión de Empresas Culturales y Creativas, los alumnos estarán capacitados para asumir la organización, planificación e implementación de proyectos dirigidos a la promoción de la cultura a través de la realización de eventos, actos y actividades, así como la dirección y gestión financiera y administrativa de estos proyectos.

Prepárate para asumir los riesgos que la planificación de actividades culturales supone en los tiempos que corren por la precariedad de subvenciones y ayudas para su implementación.

Nuestro alumnado estará preparado para asumir la responsabilidad de las decisiones estratégicas que se adopten, gestionar los equipos de trabajo, los recursos humanos y materiales que se precisen para la implementación de estas actividades 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

- Comprender el proceso normativo y legislativo referente a la gestión de industrias creativas.
- Incorporar las políticas culturales a la práctica empresarial.
- Adquirir las competencias necesarias para la gestión de eventos y actividades culturales.
- Aprender a diseñar e implementar proyectos y eventos culturales.
- Conocer los aspectos necesarios para la promoción y marketing de actividades culturales.
- Entender los cambios de la era digital en la que nos encontramos y asimilarlos para dirigir la actividad empresarial de las industrias creativas.

para qué te prepara

El Master en ICC: Gestión de Empresas Culturales y Creativas pretende dotar a nuestro alumnado de las competencias y habilidades necesarias para la gestión, planificación y programación de actividades culturales de diversa índole. Te prepara planificación de actividades desde la organización del personal que participa en ellas hasta la planificación financiera y de marketing propia para su difusión.

salidas laborales

Con el Master en ICC: Gestión de Empresas Culturales y Creativas podrás formar parte de la organización de eventos en entidades públicas y/o privadas orientados a las industrias creativas y la promoción de la cultura, o si estás preparado emprender en el mundo empresarial y formar tu propia empresa de gestión de eventos culturales.

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 'Creación de Empresas'
- Manual teórico 'Sector Económico de la Propiedad Intelectual'
- Manual teórico 'Diseño de Proyectos Culturales (VOL. II)'
- Manual teórico 'Branding y Gestión de Marca'
- Manual teórico 'Organización de Eventos Deportivos'
- Manual teórico 'Gestión de Festivales de Música en Directo'
- Manual teórico 'Diseño de Proyectos Culturales (VOL. I)'
- Manual teórico 'Social Media Management'
- Manual teórico 'Gestión de Entidades no Lucrativas'



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

MÓDULO 1. CREACIÓN DE EMPRESAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ACTITUD Y CAPACIDAD EMPRENDEDORA

1. Evaluación del potencial emprendedor
2. Variables que determinan el éxito en el pequeño negocio o microempresa
3. Empoderamiento

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ANÁLISIS DE OPORTUNIDADES E IDEAS DE EMPRESA

1. Identificación de oportunidades e ideas de negocio
2. Análisis DAFO de la oportunidad e idea negocio
3. Análisis del entorno de la empresa
4. Análisis de decisiones previas
5. Plan de acción

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ESTRATEGIAS DE MARKETING EN EMPRESAS

1. Planificación y marketing
2. Determinación de la cartera de productos
3. Gestión estratégica de precios
4. Canales de comercialización
5. Comunicación e imagen de negocio
6. Estrategias de fidelización y gestión de clientes

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PLANIFICACIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA PREVISIONAL DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA EN EMPRESAS

1. Características y funciones de los presupuestos
2. El presupuesto financiero
3. Estructura y modelos de los estados financieros previsionales
4. Características de las principales magnitudes contables y masas patrimoniales
5. Estructura y contenido básico de los estados financiero-contables previsionales y reales
6. Memoria
7. Ejercicio Resuelto. Cuentas de Activo, Pasivo y Patrimonio Neto

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PLANIFICACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE LOS RECURSOS EN UNA EMPRESA

1. Componentes básicos de una empresa: Recursos Materiales y Humanos
2. Sistemas: planificación, organización, información y control
3. Recursos económicos propios y ajenos
4. Los procesos internos y externos en la pequeña empresa o microempresa
5. La estructura organizativa de la empresa
6. Variables a considerar para la ubicación del pequeño negocio o microempresa
7. Decisiones de inversión en instalaciones, equipamientos y medios
8. Control de gestión de la empresa
9. Identificación de áreas críticas

UNIDAD DIDÁCTICA 6. RENTABILIDAD Y VIABILIDAD DEL NEGOCIO O EMPRESA

1. Instrumentos de análisis: ratios financieros, económicos y de rotación más importantes
2. Tipos de equilibrio patrimonial y sus efectos en la estabilidad de la empresa
3. Rentabilidad de proyectos de inversión: VAN y TIR
4. Aplicaciones ofimáticas específicas de cálculo financiero
5. Ejercicio Resuelto. Rentabilidad y Viabilidad del Negocio o Empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 7. CONSTITUCIÓN JURÍDICA DE UNA EMPRESA

1. Clasificación de las empresas
2. Tipos de sociedades mercantiles más comunes en empresas
3. La forma jurídica de sociedad: exigencias legales, fiscales, responsabilidad frente a terceros y capital social
4. La elección de la forma jurídica de la empresa

5.Ejercicio Resuelto: Obligaciones contables y fiscales de las Empresas

UNIDAD DIDÁCTICA 8. PLAN DE NEGOCIO DE LA EMPRESA

- 1.Finalidad del Plan de Negocio
- 2.Previsión y planificación económica
- 3.La búsqueda de financiación
- 4.Presentación del plan de negocio y sus fases
- 5.Instrumentos de edición y presentación de la información
- 6.Presentación y divulgación del Plan de Negocio a terceros
- 7.Ejercicio Resuelto. Plan de Negocio de la Empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 9. INICIO DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA EN UNA EMPRESA

- 1.Trámites de constitución según la forma jurídica
- 2.La seguridad social: Altas, bajas, inscripción de la empresa, cese de trabajadores
- 3.Organismos públicos relacionados con la constitución, puesta en marcha y modificación de las circunstancias jurídicas de empresas
- 4.Los registros de propiedad y sus funciones
- 5.Los seguros de responsabilidad civil en empresas
- 6.Trámites telemáticos en el Sistema CIRCE

MÓDULO 2. SECTORES ECONÓMICOS DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INDUSTRIA MUSICAL

- 1.La Industria Musical: Introducción
- 2.Obras musicales
- 3.Editor musical y productor fonográfico
- 4.Artistas intérpretes
- 5.Videoclips y sincronizaciones
- 6.Mánagers y promotores de conciertos. Contratos 360º
- 7.Entidades de Gestión en la Industria Musical
- 8.Nueva Directiva sobre los derechos de autor en el mercado único digital 2016/0280 y su aplicación a los autores, artistas e intérpretes
- 9.Video tutorial: Estatuto del Artista

UNIDAD DIDÁCTICA 2. INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA Y TEATRAL

- 1.La Ley del Cine y su Reglamento
- 2.Obras cinematográficas
- 3.Coautores de obras audiovisuales
- 4.Contratación audiovisual y Contrato en la Industria Cinematográfica. Coproducción Audiovisual y Cinematográfica
- 5.Productores cinematográficos
- 6.Financiación de obras cinematográficas
- 7.Formatos televisivos
- 8.La industria del cine en España. Entidades de gestión
- 9.Obras teatrales y dramático-musicales. Obras de Gran Derecho en SGAE

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EDITORIALES Y PRENSA

- 1.La Industria editorial: Aproximación
- 2.Emresas editoriales
- 3.Contrato Editorial
- 4.El Derecho de Traducción
- 5.Prensa y Propiedad Intelectual
- 6.La tasa Google

UNIDAD DIDÁCTICA 4. VIDEOJUEGOS, SOFTWARE E INTERNET COMO SECTOR ECONÓMICO EN LA PROPIEDAD INTELECTUAL

- 1.Software
- 2.Videojuegos
- 3.Páginas Web

4. Medidas tecnológicas de protección en la LPI
5. Bases de datos
6. Video Tutorial: Jurisprudencia aplicada al sector

MÓDULO 3. GESTIÓN DE FESTIVALES DE MÚSICA EN DIRECTO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MÚSICA EN DIRECTO. LOS FESTIVALES EN LA ACTUALIDAD

1. Contextualización
2. Historia de los festivales en España
3. Factores clave en los festivales musicales
4. Misión y orientaciones de un festival
5. Impacto turístico
6. Impacto económico

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ORGANIZACIÓN DE FESTIVALES

1. Aspectos a tener en cuenta
2. Actividades clave a la hora de organizar un festival de música
3. Pasos a seguir para la organización de un festival de música

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ASPECTOS TÉCNICOS

1. Derechos de autor y SGAE
2. Grabación de las actuaciones
3. Derechos de imagen
4. Web del festival
5. Permisos, licencias y seguros
6. Marca registrada

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CONTRATACIÓN

1. Tipo de contratación
2. Proceso de contratación
3. Contratación de artistas extranjeros
4. Estructura de un contrato por parte de la organización
5. Contratación pública: Licitaciones

UNIDAD DIDÁCTICA 5. GESTIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA DE FESTIVALES

1. Ingresos, gastos y presupuesto
2. Políticas de precios y abonos
3. Patrocinadores
4. Reventa de entradas
5. IVA y control de facturas
6. Incentivos fiscales para la música en directo

UNIDAD DIDÁCTICA 6. CONSUMIDORES Y USUARIOS: NORMATIVA DE APLICACIÓN EN EL SECTOR

1. Derechos del público
2. Protección de datos
3. Hojas de reclamación y denuncias ante Consumo

MÓDULO 4. GESTIÓN DE ENTIDADES NO LUCRATIVAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA GESTIÓN DE LAS ENTIDADES VOLUNTARIAS. ASOCIACIONES, FUNDACIONES, ONGS Y OTRAS ENTIDADES

1. Introducción a las entidades voluntarias
2. Teorías que justifican su desarrollo
3. Delimitación del Tercer Sector
4. Situación internacional del Tercer Sector
5. Tercer Sector en España
6. Importancia de la comunicación en el Tercer Sector
7. Recursos humanos de las entidades sin ánimo de lucro
8. Gestión de las entidades no lucrativas

- 9.El voluntariado
- 10.10. Las asociaciones
- 11.11. Las fundaciones
- 12.12. El marco legal

UNIDAD DIDÁCTICA 2. DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE RRHH EN LAS ENL

- 1.Conceptualización
- 2.Perspectivas en la dirección estratégica de los recursos humanos
- 3.La relación entre la estrategia empresarial y la de recursos humanos
- 4.Modelos de gestión estratégica de RRHH
- 5.Proceso de RRHH
- 6.Barreras a la RRHH
- 7.Características de los recursos humanos de las ENL
- 8.8.El recurso humano de una ENL: personal voluntario y asalariado
- 9.Plan de Gestión de Personal
- 10.La importancia de la participación del personal en las ENL

UNIDAD DIDÁCTICA 3. INTRODUCCIÓN A LAS COMPETENCIAS EN ENL

- 1.Las competencias, un nuevo enfoque para la gestión empresarial
- 2.Competencias en el contexto laboral
- 3.¿Cómo se adquieren las competencias?
- 4.Competencias. Tipología y significado
- 5.Competencias en las ENL

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA MOTIVACIÓN EN LA ENL

- 1.Teorías de la Motivación
- 2.Tipos de motivación y estándares de eficacia
- 3.Motivación en Entidades sin Ánimo de Lucro

UNIDAD DIDÁCTICA 5. COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA EN ENL

- 1.Importancia de la comunicación en la empresa
- 2.Comunicación interna
- 3.Herramientas de comunicación
- 4.Plan de comunicación interna
- 5.La comunicación externa
- 6.Cultura empresarial o corporativa
- 7.Clima laboral
- 8.Motivación y satisfacción en el trabajo
- 9.La importancia de la comunicación externa en las ENL
- 10.Características de la comunicación externa de las ENL. Diferencias con respecto a las empresas

UNIDAD DIDÁCTICA 6. PRINCIPIOS FUNDAMENTALES DE LA GESTIÓN DE PROYECTOS EN ENL

- 1.La naturaleza del proyecto
- 2.Las características de un proyecto
- 3.Los fundamentos de la gestión de proyectos
- 4.Las condiciones de una gestión eficaz
- 5.Principios necesarios para una gestión exitosa de proyectos
- 6.Los proyectos solidarios

UNIDAD DIDÁCTICA 7. FINANCIACIÓN DE LAS ONG. SUBVENCIONES Y SU CONCESIÓN A LAS ONG

- 1.Financiación de las ONG
- 2.La Ley General de Subvenciones
- 3.Financiación de las entidades sin ánimo de lucro
- 4.Organismos convocantes de subvenciones
- 5.Selección de proyectos
- 6.Bases de la Administración General y presentación de proyectos de Cooperación Internacional
- 7.Subvenciones y ayudas gestionadas por la AECID. Justificación económica y técnica de proyectos

8.La fiscalidad de las ENL

UNIDAD DIDÁCTICA 8. ÁREA DE GESTIÓN DE CALIDAD EN UNA ENL

- 1.Generalidades. Por qué implantar un sistema de gestión de calidad en una ENL
- 2.Las etapas para la implantación de un sistema de calidad
- 3.Participación del personal en el sistema de calidad
- 4.Seguimiento y medición del sistema de calidad

MÓDULO 5. DISEÑO DE PROYECTOS CULTURALES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARCO NORMATIVO Y POLÍTICAS CULTURALES

- 1.Política cultural y empresarial
- 2.Políticas aplicables al desarrollo de una programación cultural
- 3.Sectores para la intervención cultural
- 4.Marcos institucionales
- 5.Diseño de organizaciones
- 6.Procesos administrativos

UNIDAD DIDÁCTICA 2. POLÍTICA Y GESTIÓN CULTURAL

- 1.Bases jurídicas para la gestión cultural
- 2.Evolución histórico-teórica de la Gestión Cultural
- 3.Gestión Estratégica en las Organizaciones Estratégicas
- 4.Infraestructuras Culturales
- 5.Identificación y Clasificación de las infraestructuras
- 6.Planificación y Gestión de Espacios y Tiempos
- 7.La Gestión de Calidad
- 8.Criterios de valoración económica en productos culturales
- 9.La sociedad de la información en la gestión cultural
- 10.Nuevas tecnologías para la gestión, difusión y evaluación de la cultura

UNIDAD DIDÁCTICA 3. DESARROLLO, TÉCNICAS Y PLANIFICACIÓN APLICADAS A LA GESTIÓN CULTURAL

- 1.Bases para la programación cultural
- 2.Proceso de valoración de los factores del medio

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ORGANIZACIÓN Y PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES Y EVENTOS

- 1.Desarrollo e implementación de la programación
- 2.Organización de actividades y eventos
- 3.Diseño, ejecución y cierre de un proyecto

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EVALUACIÓN DE LA GESTIÓN CULTURAL

- 1.Desarrollo y proceso de evaluación
- 2.Transmisión e interpretación de los resultados

UNIDAD DIDÁCTICA 6. RECURSOS DE LA PROGRAMACIÓN CULTURAL

- 1.Planificación e implementación de eventos culturales
- 2.Organización, puesta en marcha y finalización de eventos culturales
- 3.Técnicas de recogida de información
- 4.Plantillas para la organización del evento cultural donde se desglosen y planifiquen las funciones requeridas
- 5.Instrumentos de recogida información
- 6.Elaboración de:cronogramas, inventarios y relaciones de infraestructuras de espacios culturales

UNIDAD DIDÁCTICA 7. RECURSOS HUMANOS EN LA PROGRAMACIÓN CULTURAL

- 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

UNIDAD DIDÁCTICA 8. INTRODUCCIÓN A 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 DIDÁCTICA 9. IMPLEMENTACIÓN 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 10. LA PUESTA EN PRÁCTICA DE LA ANIMACIÓN SOCIOCULTURAL. RECURSOS

- 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

MÓDULO 6. ORGANIZACIÓN DE EVENTOS DEPORTIVOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PREPARACIÓN DE EVENTOS

- 1.La reunión y sus tipos
- 2.Diferentes tipos de reuniones atendiendo a sus características
- 3.Conceptos básicos y terminología
- 4.Requisitos a tener en cuenta en la preparación de reuniones
- 5.Principales fases de una reunión

UNIDAD DIDÁCTICA 2. TIPOS, REQUERIMIENTOS Y GESTIÓN DE EVENTOS

- 1.Clasificación de los diferentes tipos de eventos
- 2.Cómo organizar un evento
- 3.Requerimientos indispensables en la contratación del servicio
- 4.Gestión económica Pagos y cobros

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA IMPORTANCIA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS EN EL DESARROLLO DE LOS EVENTOS

- 1.Las relaciones públicas Concepto y principales funciones
- 2.La campaña de relaciones públicas

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL DISEÑO Y ELABORACIÓN DE EVENTOS DEPORTIVOS

- 1.Protocolos y homenajes
- 2.Principios fundamentales en la gestión de un evento deportivo
- 3.El marketing en la organización de eventos deportivos
- 4.Cómo elaborar presupuestos
- 5.Comité de dirección y coordinación

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PLANIFICACIÓN Y PROCESOS EN LA GESTIÓN DE EVENTOS DEPORTIVOS

- 1.El plan estratégico
- 2.La planificación y sus fases
- 3.Fines, objetivos y metas de la planificación deportiva
- 4.La planificación temporal y geográfica
- 5.Protocolo de planificación
- 6.Gestión del deporte y uso de instalaciones
- 7.Oferta y demanda
- 8.Características del proyecto deportivo
- 9.La importancia de una buena dirección de proyectos

UNIDAD DIDÁCTICA 6. DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE INFRAESTRUCTURAS DEPORTIVAS

- 1.Funciones de la dirección
- 2.Funciones de la subdirección
- 3.Funciones del departamento de mantenimiento de infraestructuras
- 4.Funciones de la subdirección de proyectos
- 5.Funciones del departamento de seguimiento
- 6.Funciones de la subdirección de administración y finanzas
- 7.Funciones del departamento de recursos materiales
- 8.Funciones del departamento de recursos financieros

9. Funciones del departamento de recursos humanos

UNIDAD DIDÁCTICA 7. PUBLICIDAD Y PATROCINIO DE EVENTOS DEPORTIVOS

1. Los medios de patrocinio deportivo
2. Los medios de patrocinio deportivo en España
3. La publicidad de eventos deportivos
4. La oferta de patrocinio
5. Requisitos de los patrocinadores

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LOS BENEFICIOS Y REPERCUSIONES DE LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS DEPORTIVOS

1. Aportaciones socioeconómicas y mejoras en los espacios de realización de eventos
2. Aspectos beneficiosos de la realización de eventos desde un punto de vista sociopolítico
3. Repercusión de la realización de eventos deportivos

MÓDULO 7. SOCIAL MEDIA MANAGEMENT

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. 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 3. 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 4. 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 5. GESTIÓN DE LINKEDIN

1.Introducción a LinkedIn

2.Linkedin para empresas

3.Creación de perfil y optimización

4.Grupos

5.SEO para LinkedIn

6.Analítica en LinkedIn

7.Linkedin Recruiter

UNIDAD DIDÁCTICA 6. 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 7. 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

9.Power Editor

10.Pixel de Facebook

UNIDAD DIDÁCTICA 8. 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 9. 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 10. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- LINKEDIN ADS

1.Introducción a LinkedIn Ads

- 2.Formatos de anuncios
- 3.Objetivos publicitarios
- 4.Creación de campañas
- 5.Segmentación
- 6.Presupuesto
- 7.Seguimiento y medición de resultados

UNIDAD DIDÁCTICA 11. 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

MÓDULO 8. BRANDING Y GESTIÓN DE MARCA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ¿QUÉ ES UNA MARCA? DEFINICIÓN E INTEGRANTES

- 1.¿Qué es una marca?
- 2.Personalidad y estructura de marca

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL PROCESO DE CREACIÓN DE LA MARCA

- 1.La planificación estratégica
- 2.Brand equity o el valor de marca
- 3.Marcas corporativas y marcas producto

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA MARCA Y SU COMUNICACIÓN

- 1.Métodos tradicionales
- 2.La presencia de la marca en el Medio Online
- 3.La imagen como comunicadora

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ESTRATEGIAS Y GESTIÓN DE MARCA

- 1.Modelo de arquitectura de marcas
- 2.El brand manager como gestor
- 3.Brand meaning management-identidad de marca
- 4.El storytelling
- 5.Branded content y prodcut placement
- 6.Personal branding - cómo crear tu propia marca
- 7.Otras manifestaciones - cool hunting, detección de insight
- 8.El packaging como motivo de compra
- 9.Merchandising o la marca convertida en producto
- 10.Servicios de información tecnológica de la OEPM

MÓDULO 9. PROYECTO FINAL DE MÁSTER