### **Curso: Márketing cultural e do patrimonio no eido local**

**PROGRAMA DEFINITIVO**

**EQUIPO DOCENTE**

**Coordinadora - María Fernanda Arenas (Nani Arenas)**

**Materia:** Marketing turístico y cultural y estrategias de comunicación

Twitter: @Naniarenas -

Instagram: Nani Arenas

Linkedin: <http://www.linkedin.com/in/naniarenas>

Facebook: <https://www.facebook.com/LaViajeraEmpedernida>

[**www.laviajeraempedernida.com/**](http://www.laviajeraempedernida.com/)

Naniarenasmail@gmail.com

**Patricia Múñoz**

**Materia:** Patrimonio y cultura: productos culturales, identidad y marca cultural

[patrimunozrana@gmail.com](mailto:patrimunozrana@gmail.com)

[**www.labrujulamareada.com**](http://www.labrujulamareada.com)

**Cristina Collazo**:

**Materia:** Analísis, medición e ferramentas para medir retornos

[[/var/folders/_y/5n54t3455x94j3lh_lxkjpdw0000gn/T/com.microsoft.Word/WebArchiveCopyPasteTempFiles/uc?export=download&id=0B_CQqAfBygcBU2QzZEFNVC0xRmc&revid=0B_CQqAfBygcBS0t2Zk9ZakZaNGExc2Z4VERpNld2K2RRTHZvPQ](mailto:cristinacollazoccp@gmail.com)cristinacollazoccp@gmail.com](mailto:cristinacollazoccp@gmail.com)

/var/folders/_y/5n54t3455x94j3lh_lxkjpdw0000gn/T/com.microsoft.Word/WebArchiveCopyPasteTempFiles/uc?export=download&id=0B_CQqAfBygcBdGJLWXBJaGx4OEk&revid=0B_CQqAfBygcBaXhGc0RqODBUUFFvQUtBblRndERjdjM2Y1ZnPQ[Cristina Collazo](https://www.linkedin.com/in/cristinacollazopina?trk=hp-identity-name)

/var/folders/_y/5n54t3455x94j3lh_lxkjpdw0000gn/T/com.microsoft.Word/WebArchiveCopyPasteTempFiles/uc?export=download&id=0B_CQqAfBygcBU09xVjBHZ3ZsZzg&revid=0B_CQqAfBygcBVUN1QjVBOXZaLzZtaE9zNDZwbGhwRVgvNDBzPQ[Cris\_da\_Pinup](https://www.instagram.com/cris_da_pinup/)

**OBJETIVOS DE LA FORMACION:**

* Analizar las particularidades de la comunicación y el márketing físico y dixital en las políticas culturales y el turismo cultural local
* Entender las posibilidades de internet. Las TIC y las novas metodologías como herramienta para márketing en la administración local de cultura y turismo
* Conocer las tecnologías que se aplican en márketing digital y sus aplicaciones en campañas para la difusión de políticas culturales y turismo local
* Iniciar y/o profundizar en la integración de los medios digitales en las estrategias de márketing y comunicación de las administraciones locales en ñas áreas de turismo y a cultura
* Aprender a generar contenidos y a xestionar los contenidos creados por terceros.
* Aprender a medir campañas y a analizar retornos. ROI e DAFO.

**Destinatarios/as:**

Personal de los departamentos de cultura y turismo de las entidades locales

**CONTENIDOS DE LA FORMACIÓN DIVIDIDOS EN TRES BLOQUES**

* **1. Marketing turístico e cultural e estrategias de comunicación**

**Docente: Nani Arenas**

**Días:**

Lunes 5 de noviembre: de 17 a 20 horas

Martes 6 de noviembre: de 17 a 20 horas

Jueves 15 de noviembre: de 17 a 20 horas

Martes 20 de noviembre: de 17 a 20 horas

Jueves 22 de noviembre: de 17 a 20 horas

Lunes 26 de noviembre: última sesión: de 17 a 20 horas

• Historia, filosofía y fundamentos de la comunicación

• Re/digitalizándonos: E-marketing, social media, y novas tendencias en comunicación en los entornos locales

• Metodología para el lanzamiento de nuevas políticas, programaciones y actividades en medios digitales  
• Planificación: Comunicar cuando toca, comunicando todo el tempo: estrategia social media. ROI y DAFO.

• La importancia de la creatividad en turismo: ejemplos y márketing de guerrilla

• Vídeos, fotografía, gifts, folletos, guías, presentaciónes, webs… Herramientas de apoyo para la promoción turística e cultural

• Presupuestos para la comunicación cultural: Como rentabilizar el presupuesto local para la promoción turística. Transparencia, un valor en alza.

• Bloggers, instagramers, youtubers e influencers, figuras claves en el nuevo panorama comunicativo.

• • Viajes de prensa, fam trips, blog trips, instagramers, campañas de posicionamiento de producto y de destino.

• Las relaciones con los medios tradicionaless:

• Creación de productos turísticos.   
• Personal para la comunicación: Externalizamos? No? La figura del community/social media manager en las áreas de Cultura y Turismo. Las redes locales

• Publicidad, venta, relaciones públicas y nuevas estrategias en técnicas de promoción.

• Ferias. Eventos, congresos, jornadas profesionales… Segmento MICE

* **2. Analísis, medición y herramientas para medir retornos**

**Docente: Cristina Collazo**

**Días:**

Jueves 8 de noviembre: de 17 a 20 horas

Lunes 19 de noviembre: de 17 a 20 horas

Lunes 26 de noviembre: última sesión: de 17 a 20 horas

• Herramientas de gestión, medición y análisis de campañas.

• Segmentación de públicos y fidelización.

• La importancia da reputación digital.

• TIC, y propiedad intelectual: producción, difusión y consumo de productos culturales y comunicativos en espacios digitales. Derechos de autor.

• Big Data e Inteligencia de datos. Herramientas de medición: Estimación de las demandas y previsión, diseño de CRM e investigación de mercados.

* **3. Patrimonio y cultura: productos culturales, identidad y marca cultural**
* **Docente: Patricia Múñoz**

**Días:**

Lunes 12 de noviembre: de 17 a 20 horas

Martes 13 de noviembre: de 17 a 20 horas

Lunes 26 de noviembre: última sesión: de 17 a 20 horas

• El turismo y la cultura: conceptos transversales

• Identificar la marca cultural de cada ayuntamiento   
• Comunicar a identidad. Diferenciación y diversidad.

• La conciencia vecinal del territorio.   
• Comunicar el Patrimonio en su año Europeo: Como aprovecharnos de las iniciativas comunitarias. Visibilizar las colaboraciones y ayudas.   
• Campañas de crowdfunding y matchfunding: Cuando la comunicación busca cofinanciamento para iniciativas de base municipal y vecinal. A responsabilidad cultural corporativa: mecenazgo agradecido  
• Educación para la democracia cultural: Participar multiplicando la comunicación. Involucrar a la población: los mejores prescriptores.