Diplomado

Marketing y Análisis de Datos en el Periodismo Cultural



tech universidad tecnológica



tech universidad tecnológica

Diplomado

Marketing y Análisis de Datos en el Periodismo Cultural

Modalidad: **Online**
Duración: **8 semanas**
Titulación: **TECH - Universidad Tecnológica**
Horas lectivas: **200 h.**
Acceso web: **www.techtitute.com/periodismo-comunicacion/curso-universitario/marketing-analisis-datos-periodismo-cultural**

Índice

01 Presentación — *pág. 4*

02 Objetivos — *pág. 8*

03 Estructura y contenido — *pág. 12*

04 Metodología — *pág. 16*

05 Titulación — *pág. 24*

01

Presentación

El marketing es una técnica imprescindible en el ámbito cultural, puesto que permite dar difusión a los eventos y, por tanto, lograr la asistencia de un mayor público. Por ello, los periodistas culturales, sobre todo los que se dediquen a promocionar eventos, deben conocer cuáles son las herramientas más efectivas para cada campaña de marketing. Así mismo, no es necesario solo conocer las herramientas promocionales, sino también saber analizar los datos que estas ofrecen para identificar si nuestra campaña está siendo efectiva o no. En TECH nos hemos propuesto ayudarte a especializarte en este ámbito de alta demanda para que logres dar un impulso a tu profesión y por ello te ofrecemos este programa específico sobre Marketing y Análisis de Datos en Periodismo Cultural.





El marketing es una herramienta fundamental en cualquier sector, pero en la cultura se vuelve imprescindible para lograr que los eventos y actividades lleguen a un mayor público"

El periodismo cultural ha tenido una presencia destacada en los medios de comunicación de forma tradicional, pero normalmente ha sido una disciplina alejada de la academia. En otras épocas, los profesionales que han tenido recorrido periodístico en el área han ido aprendiendo a través de la práctica con muy pocas propuestas capacitativas. En la actualidad, la especialización es imprescindible en cualquier sector.

Este Diplomado tiene una orientación eminentemente profesional, y busca capacitar profesionales del periodismo cultural que sean capaces de dar respuesta a las exigencias del mercado. Se necesitan periodistas especializados en campos específicos como respuesta a la creciente segmentación del público al que se dirigen los actuales medios de comunicación. El ámbito de la especialización cultural es pertinente por la importancia creciente del sector referido a la gestión y creación cultural y, sobre todo, por la incorporación de la cultura al ámbito digital.

El objetivo de este programa es ampliar la capacitación del alumno con un alto nivel de profundización en el ámbito del periodismo cultural, que capacite al alumno en las funciones informativas y de difusión en el entorno profesional, haciendo especial hincapié en dos medios de comunicación: la radio y la televisión.

Y todo ello en una capacitación de excelente nivel académico, creado por profesionales especializados y con años de experiencia y, sobre todo, con un formato 100% online que te permitirá organizar tu estudio de manera sencilla, para que puedas compaginarlo con el resto de tus obligaciones diarias.

Este **Diplomado en Marketing y Análisis de Datos en el Periodismo Cultural** contiene el programa académico más completo y actualizado del panorama universitario. Las características más destacadas del programa son:

- El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en periodismo cultural
- Sus contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos con los que están concebidos, recogen una información científica y práctica sobre aquellas disciplinas indispensables para el ejercicio profesional
- Las novedades sobre el marketing y el análisis de datos en el periodismo cultural
- Los ejercicios prácticos donde realizar el proceso de autoevaluación para mejorar el aprendizaje
- El sistema interactivo de aprendizaje basado en algoritmos para la toma de decisiones sobre las situaciones planteadas
- Su especial hincapié en metodologías innovadoras en marketing y análisis de datos en el periodismo cultural
- Las lecciones teóricas, preguntas al experto, foros de discusión de temas controvertidos y trabajos de reflexión individual
- La disponibilidad de acceso a los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o portátil con conexión a internet

Este programa te permitirá aumentar tu capacidad de éxito. Alcanza un mayor grado de profesionalidad en Marketing y Análisis de Datos en el Periodismo Cultural a través de la última tecnología educativa 100% online, para responder a la demanda del mercado en las nuevas tendencias en comunicación"

Este Diplomado es la mejor inversión que puedes hacer en la selección de un programa de actualización para poner al día tus conocimientos en Marketing y Análisis de Datos en el Periodismo Cultural"

Aumenta tu seguridad en la toma de decisiones, reforzando tus conocimientos a través de este programa

Conoce las últimas tendencias en Marketing y Análisis de Datos en el Periodismo Cultural y mejora los procesos de comunicación en todos los medios periodísticos.

Incluye en su cuadro docente a profesionales pertenecientes al ámbito del periodismo cultural, que vierten en esta capacitación la experiencia de su trabajo, además de reconocidos especialistas de sociedades de referencia y universidades de prestigio.

Su contenido multimedia, elaborado con la última tecnología educativa, permitirá al profesional un aprendizaje situado y contextual, es decir, un entorno simulado que proporcionará un estudio inmersivo programado para entrenarse ante situaciones reales.

El diseño de este programa se centra en el Aprendizaje Basado en Problemas, mediante el cual el periodista deberá tratar de resolver las distintas situaciones de práctica profesional que se le planteen. Para ello, el especialista contará con la ayuda de un novedoso sistema de vídeo interactivo realizado por reconocidos expertos en Marketing y Análisis de Datos en el Periodismo Cultural, y con gran experiencia.



02

Objetivos

Este programa está orientado al profesional del periodismo, de modo que pueda adquirir las herramientas necesarias para desarrollarse en el área del Marketing y Análisis de Datos en el Periodismo Cultural, conociendo las últimas tendencias y profundizando en aquellas cuestiones que configuran la vanguardia de esta área de conocimiento. Solo con la preparación adecuada, el profesional será capaz de realizar su labor de forma rigurosa y con calidad.





Nuestro objetivo es alcanzar el éxito en el ámbito académico y ayudarte a que tú también lo consigas a nivel profesional"

Objetivos generales

- Ampliar el conocimiento y la información al alumno con un mayor nivel de profundización en el ámbito del periodismo, aunque, más concretamente dentro del campo del periodismo cultural
- Aprender a realizar unas funciones informativas y de difusión en un entorno especializado y profesional, haciendo hincapié en la información dentro de los diferentes géneros del periodismo cultural

En TECH capacitamos una amplia comunidad de profesionales comprometidos con la sociedad. Queremos lo mejor para ti y te ayudamos a conseguirlo"





Objetivos específicos

- Comprender e interpretar datos de la realidad en base a las habilidades y procedimientos
- Comprender conocimientos en base al temario para aportar una evaluación crítica de los datos
- Emitir juicios de valor en el tema del marketing y la cultura
- Aprender a diseñar y producir campañas o productos relacionados con la cultura
- Demostrar los procedimientos para promover las ideas culturales
- Elaborar proyectos de transmisión de información coherente de forma mínima
- Comunicar la información de forma clara y precisa buscando la legibilidad
- Comunicar con rigor y valor informativo
- Comunicar con estilo coherente y reconocible
- Diseñar y producir campañas o productos comunicativos especializados en la comunicación
- Conocer y utilizar las tecnologías digitales para innovar en la producción y difusión de la cultura mediante las tecnologías digitales
- Tener las competencias transversales y específicas necesarias para afrontar con éxito la realidad del periodismo cultural en distintos ámbitos
- Conocer en profundidad la comunicación digital y el periodismo cultural
- Saber identificar, realizar y desarrollar historias con los diferentes puntos que la engloban, marcados por el rigor y la marca personal
- Conocer y desarrollar las guías esenciales para llevar a cabo una documentación dentro del periodismo cultural
- Conocer, comprender e identificar las nuevas temáticas del periodismo, la cultura y la web 3.0
- Conocer el uso de las redes sociales dentro del periodismo cultural y los géneros periodísticos
- Saber cómo hacer uso de la información a través de las redes sociales y desarrollar un plan de comunicación
- Desarrollar contenidos específicos dentro del periodismo cultural en lo que se refiere al posicionamiento

03

Estructura y contenido

La estructura de los contenidos ha sido diseñada por un equipo de profesionales en Marketing y Análisis de Datos en el Periodismo Cultural del territorio nacional, conscientes de la relevancia de la actualidad de la capacitación para poder realizar publicaciones de calidad académica, y comprometidos con la enseñanza de calidad mediante las nuevas tecnologías educativas.





Este Diplomado contiene el programa más completo y actualizado del mercado, ideado para ayudarte a alcanzar el éxito laboral"

Módulo 1. Investigación, gestión y marketing cultural

1.1. Las 4 P's
- 1.1.1. Aspectos básicos del marketing
- 1.1.2. El marketing mix
- 1.1.3. La necesidad (o no) del marketing en el mercado cultural

1.2. El marketing y el consumismo
- 1.2.1. El consumo de la cultura en España
- 1.2.2. El consumo de la cultura a nivel mundial
- 1.2.3. La calidad como factor transversal en los productos informativos

1.3. El arte por el arte
- 1.3.1. El arte de las masas
- 1.3.2. La homogeneidad del arte y su valor
- 1.3.3. ¿Se crea el arte para los medios o los medios transmiten el arte?

1.4. El arte dentro de programas ideológicos
- 1.4.1. Arte, política y activismo
- 1.4.2. Simbolismo básico dentro del arte
- 1.4.3. El simbolismo dentro del arte

1.5. El arte como producto de mercado
- 1.5.1. El arte en la publicidad
- 1.5.2. Gestión cultural para un desarrollo exitoso de la obra
- 1.5.3. La gestión del arte en la publicidad

1.6. El marketing de las principales industrias culturales
- 1.6.1. Tendencias actuales de las principales industrias culturales
- 1.6.2. Las necesidades de los consumidores/as representadas en las empresas
- 1.6.3. Productos culturales de éxito en los medios de comunicación
- 1.6.4. Productos culturales sin éxito en los medios de comunicación

1.7. La investigación como herramienta central del marketing
- 1.7.1. La recopilación de datos del mercado y de los consumidores/as
- 1.7.2. La diferenciación en relación con la competencia
- 1.7.3. Otras estrategias de investigación

1.8. El futuro del marketing cultural
- 1.8.1. Las tendencias del marketing cultural
- 1.8.2. Los productos culturales con mayor potencia en el mercado
- 1.8.3. Cambios en el marketing cultural

Módulo 2. Visualización de datos en el periodismo cultural

2.1. Los fundamentos de los modelos de visualización de la información
- 2.1.1. La imagen en la prensa
- 2.1.2. La visualización de la información
- 2.1.3. Formas de visualización de la información

2.2. Infografías en la prensa, periodismo de precisión y visualización analítica
- 2.2.1. Infografía en la prensa
- 2.2.2. Periodismo de precisión
- 2.2.3. Visualización analítica

2.3. Hacia un nuevo modelo periodístico
- 2.3.1. La digitalización de los datos
- 2.3.2. La interacción de los datos en los medios.
- 2.3.3. De la publicidad a la información

2.4. Visualización analítica y sociedad de la información
- 2.4.1. Eliminación de lo superfluo
- 2.4.2. Tablas, diagramas, gráficos, mapas
- 2.4.3. Cajas de datos, infogramas, inforrelatos

2.5. Construir una sección de infografía en los diferentes medios
- 2.5.1. Herramientas de creación de infografías
- 2.5.2. Adaptación de la información a los medios
- 2.5.3. La agencia de infografías

2.6. La visualización interactiva en un mundo multimedia y multiplataforma
- 2.6.1. La visualización interactiva
- 2.6.2. Principios esenciales del diseño de interacción
- 2.6.3. Multimedialidad

2.7. Selección y planificación. Los datos y la información. Reparto de trabajo. El tabajo del día a día. La elección del software. Los textos: titulares y cuerpo de la información. Las ilustraciones. Las fuentes. La firma.
- 2.7.1. Selección y planificación. Los datos y la información. Reparto de trabajo. El trabajo del día a día
- 2.7.2. Los textos: titulares y cuerpo de la información
- 2.7.3. Las ilustraciones. Las fuentes. La firma

2.8. La importancia de la elección tipográfica. Los colores y el tamaño también son información
- 2.8.1. La importancia de la elección tipográfica
- 2.8.2. Los colores
- 2.8.3. El tamaño

Módulo 3. Periodismo cultural

3.1. El periodismo cultural en los medios convencionales y su integración en el mundo digital
- 3.1.1. Objetivos y fuentes del periodismo cultural en los medios audiovisuales
- 3.1.2. Conocer al público y saber dónde encontrarlo
- 3.1.3. Programas y géneros del periodismo cultural en medios lineales y no lineales de Radio y Televisión

3.2. El arte de contar las historias
- 3.2.1. La perspectiva de la narratología y el storytelling
- 3.2.2. Autoconocimiento, motivación y metas personales en el ejercicio del periodismo cultural
- 3.2.3. La creatividad y el punto de vista del relato periodístico
- 3.2.4. El rigor informativo en la información cultural
- 3.2.5. La identidad y el estilo marca personal

3.3. Guías esenciales de documentación periodística cultural
- 3.3.1. Documentación histórica
- 3.3.2. Documentación actual
- 3.3.3. La rabiosa actualidad

3.4. La filosofía 3.0 de la comunicación
- 3.4.1. La web 3.0: definiciones y características
- 3.4.2. El periodismo cultural en la web 3.0
- 3.4.3. Características de la redacción periodística a partir de la convergencia.

3.5. Gestión de medios y redes sociales
- 3.5.1. Facebook
- 3.5.2. Twitter
- 3.5.3. Instagram
- 3.5.4. LinkedIn
- 3.5.5. Otras redes

3.6. Contenidos periodísticos interactivos
- 3.6.1. El rol del profesional del periodismo
- 3.6.2. Informar o entretener
- 3.6.3. Más medios digitales
- 3.6.4. Contenidos de periodismo interactivo

3.7. Los paradigmas de la comunicación
- 3.7.1. La audiencia y el usuario
- 3.7.2. El medio y el contenido
- 3.7.3. El soporte
- 3.7.4. El tiempo
- 3.7.5. La desinformación

3.8. Posicionamiento web: SEO, SEM, SMO, SMM y SERM. Contenidos periodísticos especializados
- 3.8.1. SEO
- 3.8.2. SEM
- 3.8.3. SMO
- 3.8.4. SMM
- 3.8.5. SERM

Una experiencia única, clave y decisiva para impulsar tu desarrollo profesional"

04

Metodología

Esta capacitación te ofrece una forma diferente de aprender. Nuestra metodología se desarrolla a través de un modo de aprendizaje de forma cíclica: ***el Relearning***.
Este sistema de enseñanza es utilizado en las facultades de medicina más prestigiosas del mundo y se ha considerado uno de los más eficaces por publicaciones de gran relevancia como el ***New England Journal of Medicine.***





Descubre el Relearning, un sistema que abandona el aprendizaje lineal convencional, para llevarte a través de sistemas cíclicos de enseñanza: una forma de aprender que ha demostrado su enorme eficacia, especialmente en las materias que requieren memorización"

En TECH empleamos el Método del caso

Nuestro programa te ofrece un método revolucionario de desarrollo de tus habilidades y conocimientos. Nuestro objetivo es afianzar tus competencias en un contexto cambiante, competitivo y de alta exigencia.

Con TECH podrás experimentar una forma de aprender que está moviendo los cimientos de las Universidades tradicionales de todo el mundo"



Nuestra Universidad es la primera en el mundo que combina los case studies de Harvard Business School con un sistema de aprendizaje 100 % online basado en la reiteración.



El alumno aprenderá, mediante actividades colaborativas y casos reales, la resolución de situaciones complejas en entornos empresariales reales.

Un método de aprendizaje innovador y diferente

Este programa de Periodismo y Comunicación de TECH Universidad Tecnológica es un programa intensivo que te prepara para afrontar todos los retos en este área, tanto en el ámbito nacional como internacional. Su objetivo principal es favorecer tu crecimiento personal y profesional ayudándote a conseguir el éxito. Para ello nos basamos en los case studies de la Harvard Business School, con la que tenemos un acuerdo estratégico que nos permite emplear los materiales con los que se estudia en la más prestigiosa Universidad del mundo: HARVARD.

> *Somos la única Universidad online que ofrece los materiales de Harvard como material docente en sus cursos"*

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores escuelas de negocios del mundo desde que éstas existen. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, el método del caso consistió en presentarles situaciones complejas reales para que tomasen decisiones y emitiesen juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas. En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard

Ante una determinada situación, ¿qué harías tú? Esta es la pregunta a la que te enfrentamos en el método del caso, un método de aprendizaje orientado a la acción. A lo largo del curso, te enfrentarás a múltiples casos reales. Deberás integrar todos tus conocimientos, investigar, argumentar y defender tus ideas y decisiones.

Relearning Methodology

Nuestra Universidad es la primera en el mundo que combina los case studies de Harvard University con un sistema de aprendizaje 100 % online basado en la reiteración, que combina 16 elementos didácticos diferentes en cada lección.

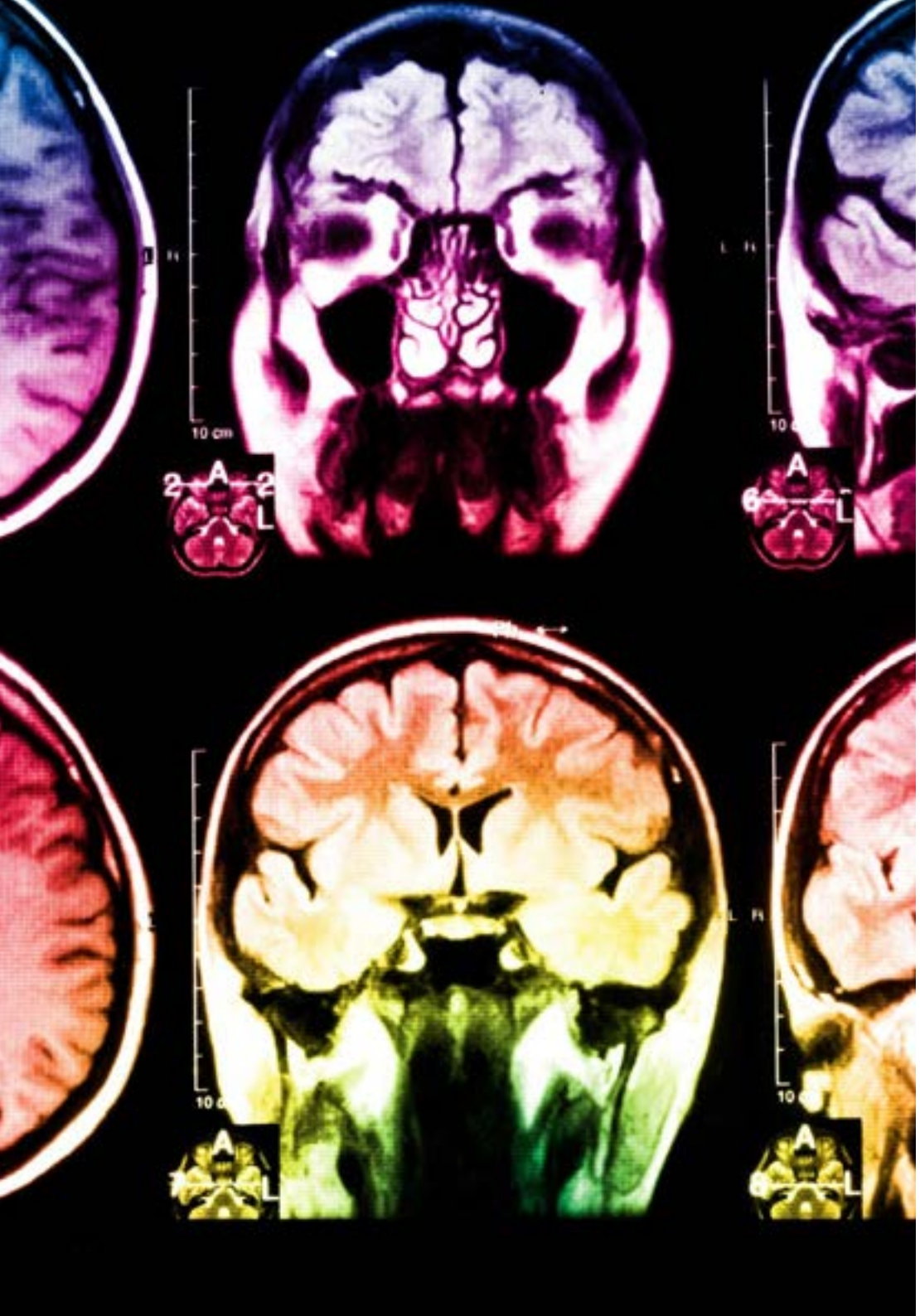
Potenciamos los case studies de Harvard con el mejor método de enseñanza 100 % online: el Relearning.

En 2019 obtuvimos los mejores resultados de aprendizaje de todas las universidades online en español en el mundo.

En TECH aprenderás con una metodología vanguardista concebida para capacitar a los directivos del futuro. Este método, a la vanguardia pedagógica mundial, se denomina Relearning.

Nuestra Universidad es la única en habla hispana licenciada para emplear este exitoso método. En 2019 hemos conseguido mejorar los niveles de satisfacción global de nuestros alumnos (calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso, objetivos…) con respecto a los indicadores de la mejor universidad online en español.





En nuestro programa el aprendizaje no es un proceso lineal, sino que sucede en espiral (aprendemos, desaprendemos, olvidamos y reaprendemos). Por eso, combinamos cada uno de estos elementos de forma concéntrica. Con esta metodología hemos capacitado a más de 650.000 graduados universitarios con un éxito sin precedentes. En ámbitos tan distintos como la bioquímica, la genética, la cirugía, el derecho internacional, las habilidades directivas, las ciencias del deporte, la filosofia, el derecho, la ingeniería, el periodismo, la historia o los mercados e instrumentos financieros. Todo ello en un entorno de alta exigencia, con un alumnado universitario de un perfil socioeconómico alto y una media de edad de 43,5 años.

El relearning te permitirá aprender con menos esfuerzo y más rendimiento, implicándote más en tu especialización, desarrollando el espíritu crítico, la defensa de argumentos y el contraste de opiniones: una ecuación directa al éxito.

A partir de la última evidencia científica en el ámbito de la neurociencia, no solo sabemos organizar la información, las ideas, las imágenes, los recuerdos, sino que sabemos que el lugar y el contexto donde hemos aprendido algo es fundamental para que seamos capaces de recordarlo y almacenarlo en el hipocampo, para retenerlo en nuestra memoria a largo plazo.

De esta manera, y en lo que se denomina Neurocognitive context-dependent e-learning, los diferentes elementos de nuestro programa están conectados con el contexto donde el participante desarrolla su práctica profesional.

En este programa tendrás acceso a los mejores materiales educativos, preparados a conciencia para ti:

Material de estudio

Todos los contenidos didácticos son creados por los especialistas que van a impartir el curso, específicamente para él, de manera que el desarrollo didáctico sea realmente específico y concreto.

Estos contenidos son aplicados después al formato audiovisual que creará nuestra manera de trabajo online, con las técnicas más novedosas que nos permiten ofrecerte una gran calidad, en cada una de las piezas que pondremos a tu servicio.

Clases magistrales

Existe evidencia científica sobre la utilidad de la observación de terceros expertos.

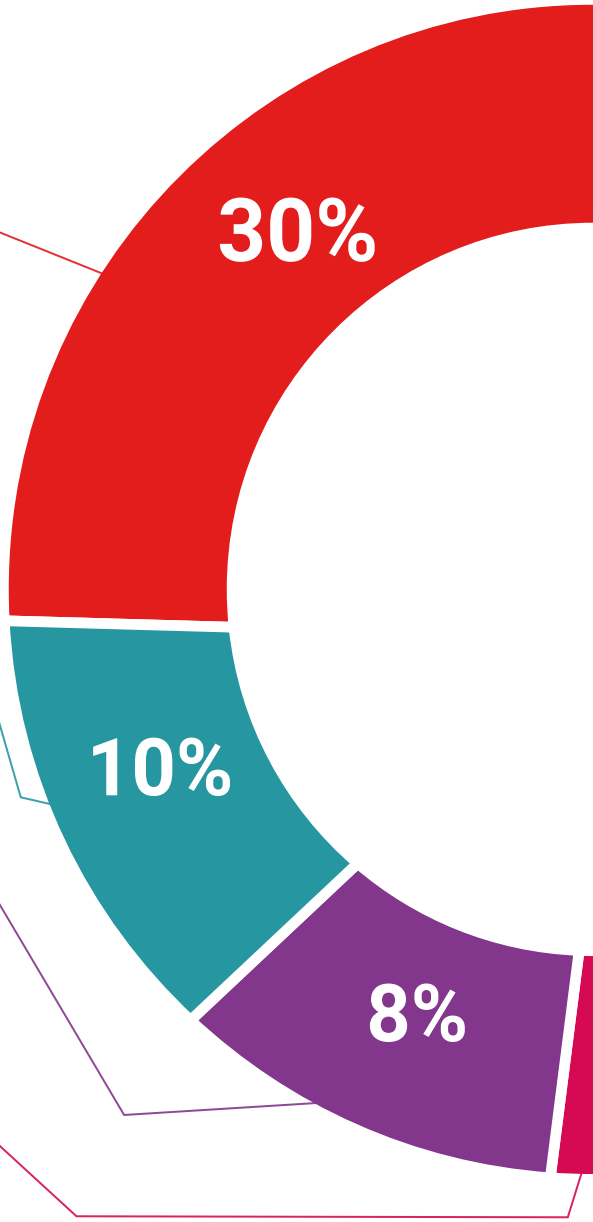
El denominado Learning from an expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en nuestras futuras decisiones difíciles.

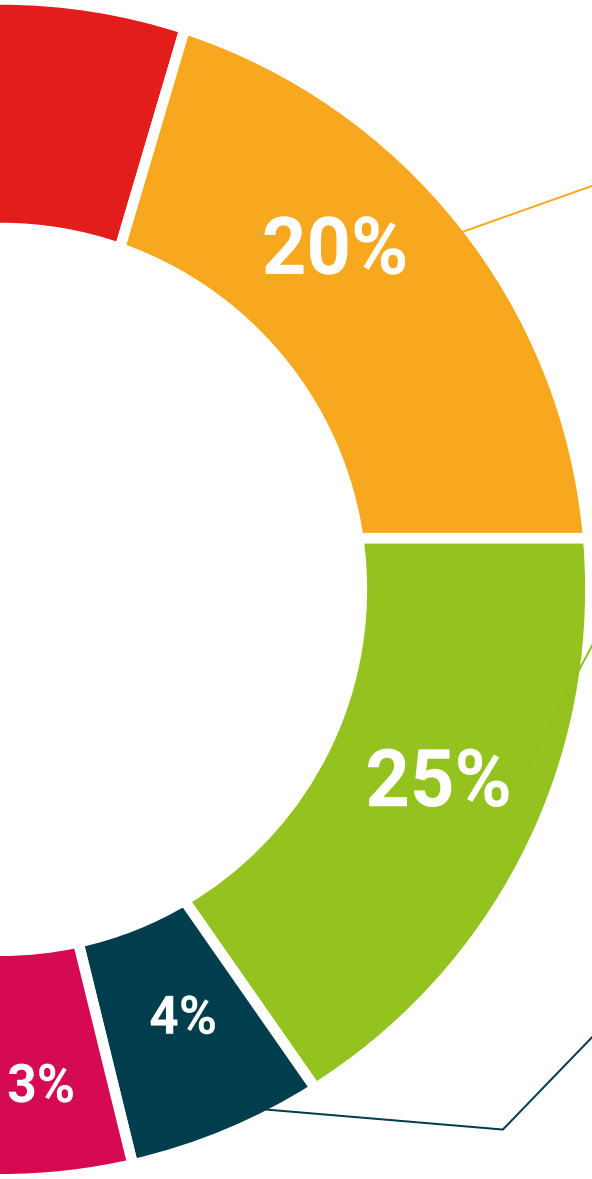
Prácticas de habilidades y competencias

Realizarás actividades de desarrollo de competencias y habilidades específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un especialista precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.

Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso, guías internacionales..., en nuestra biblioteca virtual tendrás acceso a todo lo que necesitas para completar tu capacitación.





Case Studies

Completarás una selección de los mejores cases studies de la materia que se emplean en Harvard. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.

Resúmenes interactivos

Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

Este sistema exclusivo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".

Testing & Retesting

Evaluamos y reevaluamos periódicamente tu conocimiento a lo largo del programa. Lo hacemos sobre 3 de los 4 niveles de la Pirámide de Miller.

05

Titulación

El Diplomado en Marketing y Análisis de Datos en el Periodismo Cultural garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Diplomado expedido por TECH - Universidad Tecnológica.





Incluir en tu CV un título de Diplomado en Marketing y Análisis de Datos en el Periodismo Cultural te permitirá dar un paso de gigante en tu competitividad en el sector, con las competencias de un experto en la materia"

Este **Diplomado en Marketing y Análisis de Datos en el Periodismo Cultural** contiene el programa científico más completo y actualizado del mercado.

Tras la superación de las evaluaciones, el alumno recibirá por correo postal con acuse de recibo su correspondiente **Título de Diplomado** emitido por **TECH - Universidad Tecnológica**.

El título expedido por **TECH - Universidad Tecnológica** expresará la calificación que haya obtenido en el Diplomado, y reunirá los requisitos comúnmente exigidos por las bolsas de trabajo, oposiciones y comités evaluadores carreras profesionales.

Título: **Diplomado en Marketing y Análisis de Datos en el Periodismo Cultural**

Nº Horas Oficiales: **200 h.**


tech universidad tecnológica

Otorga la presente

CONSTANCIA

a

C. _____, con documento de identificación nº_____

Por haber superado con éxito y acreditado el programa de

DIPLOMADO

en

Marketing y Análisis de Datos en el Periodismo Cultural

Se trata de un título propio de esta Universidad con una duración de 200 horas, con fecha de inicio dd/mm/aaaa y fecha de finalización dd/mm/aaaa.

TECH es una Institución Particular de Educación Superior reconocida por la Secretaría de Educación Pública a partir del 28 de junio de 2018.

A 17 de junio de 2020

Mtra.Tere Guevara Navarro
Rectora

Este título propio se deberá acompañar siempre del título universitario habilitante expedido por la autoridad competente para ejercer profesionalmente en cada país. código único TECH: AFWOR23S techtitute.com/titulos

*Apostilla de La Haya. En caso de que el alumno solicite que su título en papel recabe la Apostilla de La Haya, TECH EDUCATION realizará las gestiones oportunas para su obtención, con un coste adicional.



Diplomado

Marketing y Análisis de Datos en el Periodismo Cultural

Modalidad: **Online**

Duración: **8 semanas**

Titulación: **TECH - Universidad Tecnológica**

Horas lectivas: **200 h.**

Diplomado

Marketing y Análisis de Datos en el Periodismo Cultural



tech universidad tecnológica