Máster Título Propio
Gestión Cultural



tech universidad tecnológica



tech universidad tecnológica

Máster Título Propio
Gestión Cultural

Modalidad: **Online**
Duración: **12 meses**
Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**
Horas lectivas: **1.500 h.**
Acceso web: **www.techtitute.com/humanidades/master/master-gestion-cultural**

Índice

01 Presentación — pág. 4

02 Objetivos — pág. 8

03 Competencias — pág. 12

04 Estructura y contenido — pág. 16

05 Metodología — pág. 30

06 Titulación — pág. 38

01

Presentación

La cultura ha sido siempre capaz de adaptarse a situaciones económicas complejas, propiciar transformaciones artísticas e incluso impulsar auténticos cambios sociales. En estos procesos confluyen una mirada generacional nueva con la experiencia de conocer el sector. Así, la figura del gestor cultural en este escenario es vital, ya que posee una cualificación elevada sobre recursos humanos, financiación, nuevas tecnologías, y por supuesto, cultura. Por esta razón, TECH ofrece al alumnado el conocimiento más avanzado sobre la conservación del patrimonio, el diseño y planificación de eventos, así como las estrategias de marketing más efectivas empleadas en la actualidad, que le permitirá posicionarse en un sector cada vez más competido y exigente. Todo ello, a través de un formato académico 100% online y con un contenido multimedia atractivo al que podrá acceder las 24 horas del día desde cualquier dispositivo electrónico con conexión a internet.





Con este Máster Título Propio 100% online lograrás convertirte en un gestor cultural de éxito”

La cultura ha sabido en las últimas décadas adaptarse a la irrupción de las nuevas tecnologías. Así conviven los eventos estrictamente digitales, con los híbridos y los que aún mantienen la esencia de la presencialidad. Seguir manteniendo la conexión entre las diferentes manifestaciones artísticas, la digitalización y las nuevas generaciones es un auténtico reto para un sector acostumbrado a la creatividad, la innovación y la transformación.

En este panorama, el papel del gestor cultural mantiene una gran relevancia dada su capacidad no sólo para poder desarrollar con éxito cualquier evento, sino también para poder conjugar la conservación y las tradiciones culturales con los proyectos disruptivos. Un equilibrio que requiere de perfiles altamente cualificados y con conocimientos que van más allá de la cultura. Es por ello, por lo que esta institución académica ha diseñado este Máster Título Propio en Gestión Cultural, que ofrece al alumnado el aprendizaje esencial para poder gestionar de manera adecuada y profesional cualquier acción en este sector.

Un programa donde, en 12 meses, el egresado se adentrará en los conceptos claves sobre la gestión de museos, galerías y exposición, la conservación del patrimonio o la documentación cultural. Además, en el transcurso de este programa profundizará en la gestión de diferentes eventos, la gran oportunidad que ofrece el turismo, así como las tecnologías actuales empleadas en las estrategias de marketing. Para ello, contará con material didáctico multimedia basado en vídeo resúmenes, vídeos en detalle, lecturas especializadas o casos de estudio elaborado por un equipo docente especializado en la gestión cultural.

El profesional está, por tanto, ante una excelente oportunidad de adquirir una enseñanza universitaria de nivel a través de un formato 100% online y a la que podrá acceder con facilidad, cuando y donde desee. Tan solo requiere de un ordenador, móvil o Tablet con conexión a internet para poder acceder al temario alojado en el Campus Virtual. Además, este programa ofrece la opción de poder distribuir la carga lectiva acorde a las necesidades del alumnado, lo que le otorga aún mayor flexibilidad. Así, esta instrucción es ideal para aquellas personas que busquen compatibilizar sus responsabilidades profesionales y/o labores con un Máster Título Propio.

Este **Máster Título Propio en Gestión Cultural** contiene el programa educativo más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en Gestión Cultural
- Los contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos con los que está concebido recogen una información científica y práctica sobre aquellas disciplinas indispensables para el ejercicio profesional
- Los ejercicios prácticos donde realizar el proceso de autoevaluación para mejorar el aprendizaje
- Su especial hincapié en metodologías innovadoras
- 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

Haz que tus proyectos destaquen en el sector cultural gracias a los conocimientos de marketing que te ofrece este programa universitario"

La biblioteca de recursos multimedia está disponible las 24 horas del día. Accede a ella fácilmente desde tu ordenador con conexión a internet"

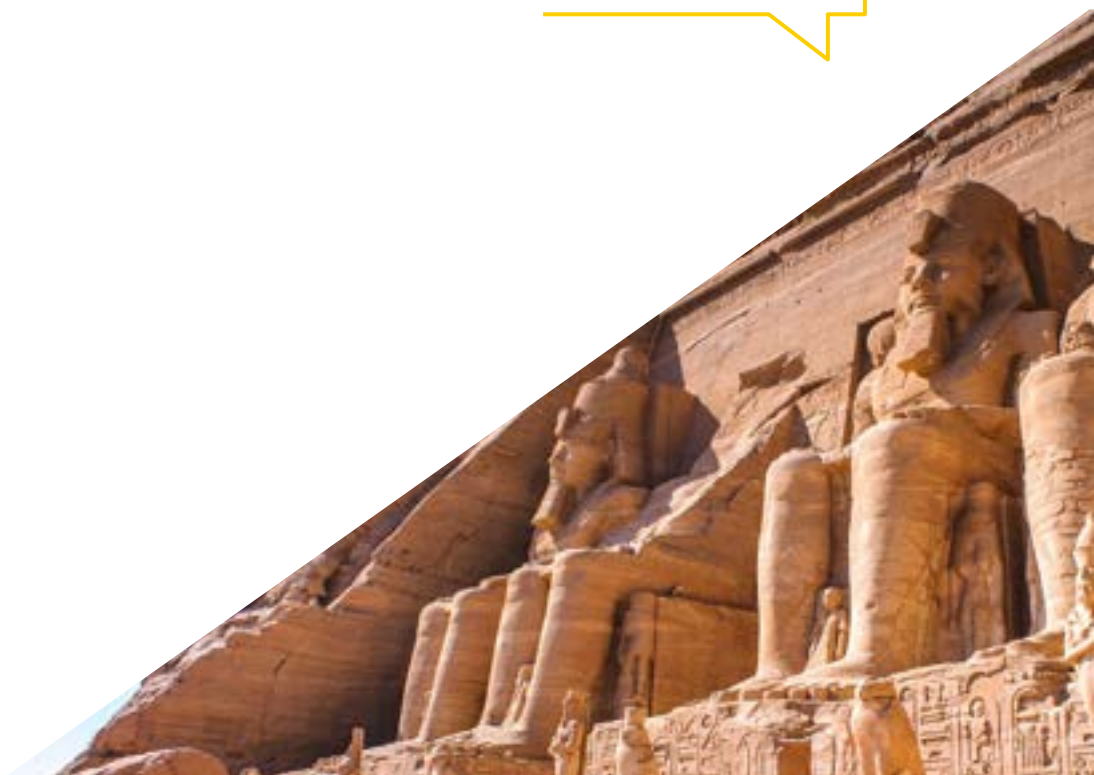
Ahonda en las diferentes fuentes de financiación públicas y privadas para la gestión de museos.

Accede a una titulación universitaria que te abrirá puertas en el ámbito de la Gestión Cultural. Matricúlate ahora.

El programa incluye, en su cuadro docente, a profesionales del sector 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 una capacitación inmersiva programada para entrenarse ante situaciones reales.

El diseño de este programa se centra en el Aprendizaje Basado en Problemas, mediante el cual el profesional deberá tratar de resolver las distintas situaciones de práctica profesional que se le planteen a lo largo del curso académico. Para ello, contará con la ayuda de un novedoso sistema de vídeo interactivo realizado por reconocidos expertos.



02

Objetivos

TECH ha creado este Máster Título Propio en Gestión Cultural con el principal objetivo de ofrecer al alumnado el aprendizaje necesario para poder triunfar en este sector. Así, al concluir las 1.500 horas lectivas será capaz de poder aplicar las últimas tecnologías de la información en la difusión de eventos culturales, realizar programaciones acordes al público objetivo o establecer diferentes estrategias de difusión de la cultura. Los recursos multimedia a los que tendrá acceso las 24 horas del día favorecerán la adquisición de dichos conocimientos.





TECH se adapta a ti y por eso ha creado esta titulación universitaria sin presencialidad, ni clases con horarios fijos"

Objetivos generales

- Comprender las características de la gestión cultural en relación al sector turístico
- Gestionar el patrimonio cultural en los distintos espacios turísticos de acuerdo con los principios de la sostenibilidad
- Identificar y gestionar los planes existentes para proteger las colecciones de Bellas Artes
- Analizar las características de la demanda del turismo cultural de cada espacio turístico
- Conocer la gestión del patrimonio cultural en los diferentes espacios
- Manejar fuentes, planificar proyectos y organizar diferentes métodos para resolver problemas
- Demostrar los procedimientos para promover las ideas culturales
- Entender la importancia y organización de los eventos híbridos
- Conocer en profundidad las tendencias actuales en materia de organización de eventos

Al concluir los 12 meses de este Máster Título Propio serás capaz de diseñar de principio a fin cualquier evento cultural con éxito"

Objetivos específicos

Módulo 1. Conservación del patrimonio cultural

- Conocer las diferentes metodologías para el diagnóstico del estado de conservación de los bienes culturales
- Comprender los métodos de análisis y estudio de materiales y técnicas
- Entender los criterios de intervención en restauración y conservación

Módulo 2. Gestión de museos, galerías y exposiciones

- Conocer el papel del museo en la sociedad de la información
- Descubrir las tendencias en el coleccionismo internacional
- Adquirir las bases para una museografía didáctica en los museos de arte

Módulo 3. Documentación cultural: catalogación e investigación

- Identificar los procesos de la gestión de la información
- Saber las diferentes plataformas de difusión de colecciones y proyectos existentes
- Conocer la mediación y experiencias participativas

Módulo 4. Gestión cultural de la música y la danza

- Saber obtener fuentes de financiación
- Dominar el ámbito público y privado en relación a los precios
- Ser capaz de elegir entre los repertorios nichos saturados contra los nichos abandonados

Módulo 5. Gestión del turismo cultural

- Identificar los retos de la gestión del espacio
- Dominar las estrategias de desarrollo cultural y turístico del patrimonio local
- Planificar y gestionar eventos culturales en una ciudad Patrimonio de la Humanidad



Módulo 6. Marketing en el mercado cultural

- Conocer la cultura en el mundo digital
- Establecer la investigación como herramienta central del marketing
- Descubrir los productos culturales con mayor potencia en el mercado

Módulo 7. Producción y dirección en gestión cultural

- Potenciar el desarrollo cultural en las organizaciones del tercer sector
- Saber difundir el patrimonio cultural
- Crear y gestionar proyectos

Módulo 8. Tecnología y diseño para la promoción cultural

- Aprender dentro del contexto de la cultura los conceptos, principios y teorías básicas de la comunicación cultural y las industrias
- Comprender e interpretar la realidad en base a las habilidades y procedimientos culturales
- Aprender a diseñar y producir campañas o productos relacionados con la cultura

Módulo 9. Diseño de eventos culturales

- Saber definir el público objetivo
- Poner en práctica el marketing experiencial
- Elegir de manera adecuada la sede en función del evento

Módulo 10. Planificación de eventos culturales

- Organizar un programa cultural
- Conocer los requisitos de un plan de evacuación y las medidas de seguridad que ha de cumplir un evento
- Planificar los accesos a las sedes

03

Competencias

El alumnado que se sumerja en esta enseñanza universitaria verá como al finalizar los 12 meses de titulación habrá adquirido las competencias y habilidades necesarias para poder diseñar y poner en marcha con éxito cualquier evento cultural. Ello será posible gracias al conocimiento avanzado y actual que ofrece este programa, al material didáctico y a los casos de estudio, que les acercarán a situaciones reales, cuyos métodos podrá integrar en su praxis diaria.





Un programa que potenciará tus competencias en planificación y gestión de recursos en acciones culturales”

Competencias generales

- Dominar la digitalización del evento, las herramientas más utilizadas en la actualidad y nuevas tendencias
- Poner en marcha diferentes metodologías de conservación del patrimonio
- Gestionar adecuadamente información relevante o histórica
- Dar valor al papel de los museos y galerías en la educación

Mejorar tus habilidades para poner en valor el papel de la cultural en el ámbito turístico o educativo"





Competencias específicas

- Identificar qué tipo de público asiste a los diferentes tipos de eventos culturales
- Saber programar en función de la oferta y el público
- Establecer de manera exitosa estrategias de comunicación
- Conocer los distintos productos culturales
- Comprender el papel de las organizaciones del tercer sector en la sociedad
- Saber planificar los recursos materiales y humanos necesarios para llevar a cabo un acto cultural

04

Estructura y contenido

El plan de estudio de este Máster Título Propio ha sido diseñado para ofrecer al profesional el conocimiento más avanzado, exhaustivo y actualizado sobre la gestión cultural. Para ello, dispone de herramientas tecnológicas en las que se ha empleado la última tecnología aplicada a la enseñanza académica. Gracias a ella, accederá de un modo mucho más dinámico y visual a un contenido, en el que profundizará sobre la conservación del patrimonio, la planificación, diseño, producción y comunicación de un evento cultural, así como las diferentes posibilidades existentes en espacios turísticos. El sistema *Relearning,* utilizado por TECH en todas sus titulaciones, le llevará además a reducir las largas horas de estudio y memorización tan frecuentes en otras metodologías.





Con el sistema Relearning evitarás largas horas de estudio y avanzarás de un modo más natural por el contenido de esta enseñanza universitaria"

Módulo 1. Conservación del patrimonio cultural

1.1. Teoría de la conservación y restauración del patrimonio histórico y artístico
- 1.1.1. ¿Cómo se conserva el patrimonio?
- 1.1.2. ¿Quién se encarga de su mantenimiento?
- 1.1.3. Pasos a seguir para su mantenimiento
- 1.1.4. Evolución histórica
- 1.1.5. Criterios actuales

1.2. Conservador del museo
- 1.2.1. Descripción de un conservador de museo
- 1.2.2. Pasos a seguir para ser un conservador de museo
- 1.2.3. Deontología
- 1.2.4. Funciones

1.3. Metodología para el diagnóstico del estado de conservación de los bienes culturales
- 1.3.1. ¿Qué son los BIC?
- 1.3.2. Bienes culturales o BIC
- 1.3.3. Guía de conservación de los BIC
- 1.3.4. Alteración y agentes de deterioro

1.4. Métodos de análisis y estudio de materiales y técnicas
- 1.4.1. Definición de método y técnica
- 1.4.2. Análisis científicos
- 1.4.3. Técnicas para estudiar el patrimonio histórico-artístico
- 1.4.4. Limpieza y consolidación de los BIC

1.5. Criterios de intervención en restauración y conservación I
- 1.5.1. Definición de criterios
- 1.5.2. Intervenciones de emergencia
- 1.5.3. Planes para proteger las colecciones de Bellas Artes
- 1.5.4. Planes para proteger las etnografías

1.6. Criterios de intervención en restauración y conservación II
- 1.6.1. Planes para proteger los restos arqueológicos
- 1.6.2. Planes para proteger las colecciones científicas
- 1.6.3. Planes para proteger otros elementos del patrimonio cultural inmaterial
- 1.6.4. Importancia de la restauración

1.7. Problemas para conservar las BIC
- 1.7.1. ¿Qué implica la conservación?
- 1.7.2. Problemas de conservación
- 1.7.3. Criterios para llevar a cabo una restauración del patrimonio cultural
- 1.7.4. Rehabilitación de los BIC

1.8. Conservación preventiva en el patrimonio cultura
- 1.8.1. Concepto
  - 1.8.1.1. ¿Qué es la conservación preventiva?
  - 1.8.1.2. ¿Qué es el Plan Nacional de conservación preventiva?
- 1.8.2. Metodologías
- 1.8.3. Técnicas
- 1.8.4. ¿Quién se encarga de la conservación?

1.9. Estudio del contexto de los bienes culturales y colecciones patrimoniales I
- 1.9.1. ¿Qué es la valoración de bienes culturales?
- 1.9.2. Materiales empleados en la conservación de los bienes materiales y las colecciones patrimoniales
- 1.9.3. Almacenaje
- 1.9.4. Exposición

1.10. Estudio del contexto de los bienes culturales y colecciones patrimoniales II
- 1.10.1. ¿Qué implica y quién se encarga del embalaje?
- 1.10.2. Embalaje de los bienes culturales y las colecciones patrimoniales
- 1.10.3. Transporte de los bienes culturales y las colecciones patrimoniales
- 1.10.4. Manipulación de los bienes culturales y las colecciones patrimoniales

Módulo 2. Gestión de museos, galerías y exposiciones

2.1. Museos y galerías
- 2.1.1. Evolución del concepto de museo
- 2.1.2. Historia de los museos
- 2.1.3. Tipologías basadas en el contenido
- 2.1.4. Contenidos

2.2. Organización de los museos
- 2.2.1. ¿Cuáles son las funciones de un museo?
- 2.2.2. El núcleo del museo: las colecciones

2.2.3. El museo invisible: los almacenes
2.2.4. El programa DOMUS: sistema integrado de documentación y gestión museográfica
2.3. Difusión y comunicación del museo
2.3.1. La planificación de las exposiciones
2.3.2. Formas y clases de exposiciones
2.3.3. Las áreas de difusión y comunicación
2.3.4. Museos y turismo cultural
2.3.5. La imagen corporativa
2.4. Gestión de los museos
2.4.1. El área de dirección y administración
2.4.2. Fuentes de financiación: públicas y privadas
2.4.3. Las asociaciones de Amigos de los Museos
2.4.4. La tienda
2.5. El papel del museo en la sociedad de la información
2.5.1. Diferencias entre museología y museografía
2.5.2. El papel del museo en la sociedad actual
2.5.3. Las Tecnologías de la Información y la Comunicación al servicio del museo
2.5.4. Las aplicaciones para dispositivos móviles
2.6. El mercado del arte y los coleccionistas
2.6.1. ¿En qué consiste el mercado del arte?
2.6.2. El comercio del arte
2.6.2.1. Circuitos
2.6.2.2. Mercados
2.6.2.3. Internacionalización
2.6.3. Las ferias de arte más importantes del mundo
2.6.3.1. Estructura
2.6.3.2. Organización
2.6.4. Las tendencias en el coleccionismo internacional
2.7. Las galerías de arte
2.7.1. Cómo planificar una galería de arte
2.7.2. Funciones y constitución de las galerías de arte
2.7.3. Hacia una nueva tipología de galerías
2.7.4. Cómo se gestionan las galerías
2.7.4.1. Artistas
2.7.4.2. Marketing
2.7.4.3. Mercados
2.7.5. Diferencias entre museos, salas de exposiciones y galerías
2.8. Los artistas y sus exposiciones
2.8.1. El reconocimiento del artista
2.8.2. El artista y su obra
2.8.3. Los derechos de autor y la propiedad intelectual
2.8.4. Galardones y oportunidades
2.8.4.1. Certámenes
2.8.4.2. Becas
2.8.4.3. Premios
2.8.5. Las revistas especializadas
2.8.5.1. Crítico de arte
2.8.5.2. Periodista cultural
2.9. Los motivos de la cultura
2.9.1. Lo que la cultura representa
2.9.2. Lo que la cultura ofrece
2.9.3. Lo que la cultura necesita
2.9.4. Fomentar la cultura
2.10. Bases para una museografía didáctica en los museos de arte
2.10.1. Las exposiciones y museos de arte: el hecho diferencial
2.10.2. Algunas evidencias y opiniones sobre todo ello: De Boadella a Gombrich
2.10.3. El arte como un conjunto de convenciones
2.10.4. El arte inscrito en tradiciones culturales muy concretas
2.10.5. El arte en los museos y en los espacios de presentación del patrimonio
2.10.6. El arte y la didáctica
2.10.7. La interactividad como recurso didáctico en los museos de arte

Módulo 3. Documentación cultural: catalogación e investigación

3.1. Documentación de un museo
- 3.1.1. ¿Qué es la documentación de un museo?
- 3.1.2. ¿Cuál es la documentación de un museo?
- 3.1.3. Museos como centro de recogida de documentación
- 3.1.4. Documentación relacionada con los objetos museísticos

3.2. Gestión de la información y su aplicación práctica
- 3.2.1. Descripción de la gestión de la información
- 3.2.2. Surgimiento y desarrollo de la gestión de la información
  - 3.2.2.1. Siglo XX
  - 3.2.2.2. Actualidad
- 3.2.3. Herramientas para aplicar la gestión de la información
- 3.2.4. ¿Quién se puede encargar de la gestión de la información?

3.3. Sistema documental I
- 3.3.1. Contenido documental de archivo
  - 3.3.1.1. Archivo en la gestión documental
  - 3.3.1.2. Importancia de los archivos documentales
- 3.3.2. Funciones del personal encargado del archivo documental
- 3.3.3. Instrumentos documentales
  - 3.3.3.1. Registro
  - 3.3.3.2. Inventario
  - 3.3.3.3. Catálogo

3.4. Sistema documental II
- 3.4.1. Documentación
  - 3.4.1.1. Gráfica
  - 3.4.1.2. Técnica
  - 3.4.1.3. De restauración
- 3.4.2. Movimientos y fondos documentales
- 3.4.3. Documentación administrativa y archivo





3.5. Normalización documental
- 3.5.1. Herramientas de control terminológico
  - 3.5.1.1. Listas jerárquicas
  - 3.5.1.2. Diccionarios
  - 3.5.1.3. Tesauros
- 3.5.2. Normas de calidad
- 3.5.3. Aplicación de las TIC

3.6. Investigación en los museos
- 3.6.1. Marco teórico
- 3.6.2. Documentación versus investigación
- 3.6.3. Procesos de la gestión de la información

3.7. Plataformas de difusión de colecciones y proyectos
- 3.7.1. Transmisión de los conocimientos
- 3.7.2. Redes sociales
- 3.7.3. Medios de comunicación

3.8. La educación en el contexto del patrimonio y los museos
- 3.8.1. Didáctica de los museos
- 3.8.2. Papel de los museos y galerías en la educación
- 3.8.3. Marco teórico de los aprendizajes
  - 3.8.3.1. Formal
  - 3.8.3.2. No formal
  - 3.8.3.3. Informal

3.9. Mediación y experiencias participativas
- 3.9.1. Educación para la igualdad y la integridad
- 3.9.2. Propuestas de concienciación y respeto al Medioambiente
- 3.9.3. Sociomuseología

3.10. Departamentos de Educación y Acción Cultural
- 3.10.1. Historia
- 3.10.2. Estructura
- 3.10.3. Funciones

Módulo 4. Gestión cultural de la música y la danza

4.1. Conceptualizaciones y fuentes
- 4.1.1. Relaciones en la gestión cultural
- 4.1.1.1. Economía
- 4.1.1.2. Sociología
- 4.1.1.3. Arte
- 4.1.2. La escasez de *databases* y encuestas fiables
- 4.1.3. Fuentes
- 4.1.3.1. Páginas web
- 4.1.3.2. Crítica
- 4.1.3.3. Prensa (todos los tipos)

4.2. Música y danza
- 4.2.1. Artes
- 4.2.1.1. En el tiempo
- 4.2.1.2. En el espacio
- 4.2.3. Recursos humanos para desarrollar la música y la danza
- 4.2.4. El disco y el vídeo
- 4.2.5. Resumen de los géneros a nivel mundial

4.3. Fuentes de financiación
- 4.3.1. Esbozos históricos
- 4.3.2. Subvenciones para las artes del tiempo de canon clásico en los últimos 70 años
- 4.3.3. Reflexiones sobre los modelos
- 4.3.4. Música y danza de canon no clásico

4.4. Tipos de organizaciones y recursos humanos
- 4.4.1. Cuestiones de principio
- 4.4.1.1. Entidades productoras
- 4.4.1.2. Entidades programadoras
- 4.4.1.3. Entidades mixtas
- 4.4.2. Orquestas sinfónicas
- 4.4.2.1. Figura del gerente
- 4.4.2.2. Figura del director musical
- 4.4.3. Orquestas de cámara
- 4.4.4. Compañías de ópera
- 4.4.5. Compañías de ballet
- 4.4.6. Auditorios
- 4.4.7. Festivales
- 4.4.8. Bandas musicales más importantes a nivel mundial

4.5. Las infraestructuras
- 4.5.1. Tipologías
- 4.5.1.1. Teatros
- 4.5.1.2. Museos
- 4.5.1.3. Estadios
- 4.5.1.4. Coliseos
- 4.5.1.5. Otros
- 4.5.2. Tamaños y aforos
- 4.5.3. Ubicación y transportes

4.6. El público
- 4.6.1. ¿Qué tipo de público se da en las músicas y las danzas?
- 4.6.2. Relación entre la oferta y el público
- 4.6.3. La variable del tipo de consumo
- 4.6.4. La variable de la edad
- 4.6.5. La variable educativo-cultural
- 4.6.6. La variable socioeconómica

4.7. Los precios y sus principales problemas
- 4.7.1. Organización de la oferta
- 4.7.1.1. Ciclos
- 4.7.1.2. Temporadas
- 4.7.1.3. Abonos
- 4.7.1.4. Programas
- 4.7.1.5. Funciones
- 4.7.2. Ámbito público y privado en relación a los precios
- 4.7.3. De Madona al canto gregoriano

4.8. La elección de los repertorios nichos saturados contra los nichos abandonados
- 4.8.1. Problemáticas
- 4.8.2. Antes el artista que su arte
- 4.8.3. ¿Se da un exceso de formatos y repertorios?
- 4.8.4. ¿Influyen negativamente los agentes de opinión?
- 4.8.5. El perfil de los programadores
- 4.8.6. El gusto personal y la cultura musical de los programadores
- 4.8.7. ¿Hay soluciones?

4.9. Elementos necesarios
- 4.9.1. Gestión musical y de danza
- 4.9.2. Los políticos
- 4.9.3. Agencias y agentes de conciertos
- 4.9.4. La crítica musical
- 4.9.5. Radio y televisión
- 4.9.6. Discográficas y videográficas

4.10. La gestión del patrimonio musical y los derechos de autor
- 4.10.1. Materiales escritos y derechos de autor
  - 4.10.1.1. Musicales
  - 4.10.1.2. Coreográficos
  - 4.10.1.3. Derechos de autor
- 4.10.2. Repertorios históricos
  - 4.10.2.1. Problemas de las ediciones
  - 4.10.2.2. Facilidades de las autoediciones
- 4.10.3. Repertorios clásicos
  - 4.10.3.1. Problemas con los costes
  - 4.10.3.2. Problemas con las escasas recaudaciones
- 4.10.4. Repertorios de estreno en cánones populares urbanos y jazz
- 4.10.5. Los archivos musicales de repertorio inédito, manuscrito o escrito
- 4.10.6. Las fonotecas
- 4.10.7. El peculiar caso de las danzas

Módulo 5. Gestión del turismo cultural

5.1. Introducción al patrimonio cultural
- 5.1.1. Turismo cultural
- 5.1.2. Patrimonio cultural
- 5.1.3. Recursos turísticos culturales

5.2. La sostenibilidad como referencia en el turismo y patrimonio cultural
- 5.2.1. Concepto de sostenibilidad urbana
- 5.2.2. Sostenibilidad turística
- 5.2.3. Sostenibilidad cultural

5.3. Capacidad de acogida y su aplicación en Destinos Turísticos
- 5.3.1. Conceptualización
- 5.3.2. Dimensiones de la capacidad de acogida turística
- 5.3.3. Estudio de casos
- 5.3.4. Enfoques y propuestas para el estudio de la capacidad de acogida turística

5.4. El uso turístico del espacio
- 5.4.1. Flujos de visitantes y espacios turísticos patrimoniales
- 5.4.2. Pautas generales de movilidad turística y uso del espacio
- 5.4.3. Turismo y espacios patrimoniales: efectos y problemas derivados de los flujos turísticos

5.5. Los retos de la gestión del espacio
- 5.5.1. Estrategias de diversificación de la utilización turística del espacio
- 5.5.2. Medidas de gestión de la demanda turística
- 5.5.3. La puesta en valor del patrimonio y el control de accesibilidad
- 5.5.4. Gestión de visitantes en espacios patrimoniales con modelos de visita complejos. Estudios de casos

5.6. Producto turístico cultural
- 5.6.1. El turismo Urbano y Cultural
- 5.6.2. Cultura y Turismo
- 5.6.3. Transformaciones en el mercado de los viajes culturales

5.7. Las políticas de conservación del patrimonio
- 5.7.1. Conservación Vs. Explotación del Patrimonio
- 5.7.2. Normativa internacional
- 5.7.3. Políticas de conservación

5.8. Gestión de recursos culturales en el espacio turístico
- 5.8.1. Promoción y gestión del turismo urbano
- 5.8.2. Gestión turística del Patrimonio
- 5.8.3. Gestión Pública y Gestión Privada

5.9. Empleabilidad en el Turismo Cultural
- 5.9.1. Las características de la empleabilidad en el turismo cultural
- 5.9.2. Estudio y perfiles en el turismo cultural
- 5.9.3. El guía turístico y la interpretación del patrimonio

5.10. Estudio de casos de éxito en la gestión del patrimonio cultural en el ámbito turístico
- 5.10.1. Estrategias de desarrollo cultural y turístico del patrimonio local
- 5.10.2. La gestión asociativa de un proyecto público
- 5.10.3. Análisis de los visitantes como instrumento de gestión cultural
- 5.10.4. Políticas locales de dinamización turística y grandes atractivos culturales
- 5.10.5. Planificación y gestión turística local en una ciudad Patrimonio de la Humanidad

Módulo 6. Marketing en el mercado cultural

6.1. La cultura fuera de la industria
- 6.1.1. El Mercado del Arte
  - 6.1.1.1. Entorno de la industria cultural y creativa: el lugar de las organizaciones culturales en la sociedad
  - 6.1.1.2. El impacto económico global de la Industria Cultural y Creativa
- 6.1.2. El patrimonio cultural y las artes escénicas
  - 6.1.2.1. El patrimonio cultural y las artes escénicas en la sociedad
  - 6.1.2.2. El patrimonio cultural y las artes escénicas en los medios de comunicación

6.2. Las industrias culturales
- 6.2.1. El concepto de industria cultural
  - 6.2.1.1. La industria editorial
  - 6.2.1.2. La industria musical
  - 6.2.1.3. La industrial del cine

6.3. El periodismo y el arte
- 6.3.1. Nuevas y viejas formas de comunicación
  - 6.3.1.1. Inicios y evolución del arte en los medios
  - 6.3.1.2. Nuevas formas de comunicación y escritura

6.4. La cultura en el mundo digital
- 6.4.1. La cultura en el mundo digital
- 6.4.2. La omnipresencia de lo visual. Controversias de la era digital
- 6.4.3. La transmisión de la información a través de videojuegos
- 6.4.4. El arte colaborativo

6.5. La estructura mediática
- 6.5.1. El sector audiovisual y de la prensa
  - 6.5.1.1. El impacto en la cultura de los grandes grupos mediáticos
  - 6.5.1.2. Plataformas en directo, un desafío para los medios convencionales
- 6.5.2. El sector del periodismo cultural
  - 6.5.2.1. El mercado cultural en un mundo global. ¿Hacia la homogeneización o la diversificación?

6.6. Introducción al marketing
- 6.6.1. Las 4 P's
  - 6.6.1.1. Aspectos básicos del marketing
  - 6.6.1.2. El marketing mix
  - 6.6.1.3. La necesidad (o no) del marketing en el mercado cultural
- 6.6.2. El marketing y el consumismo
  - 6.6.2.1. El consumo de la cultura
  - 6.6.2.2. La calidad como factor transversal en los productos informativos

6.7. Marketing y valor: el arte por el arte, el arte dentro de programas ideológicos y el arte como producto del mercado
- 6.7.1. El arte por el arte
  - 6.7.1.1. El arte de las masas. La homogeneidad del arte y su valor
  - 6.7.1.2. ¿Se crea el arte para los medios o los medios transmiten el arte?
- 6.7.2. El arte dentro de programas ideológicos
  - 6.7.2.1. Arte, política y activismo
  - 6.7.2.2. Simbolismo básico dentro del arte
- 6.7.3. El arte como producto de mercado
  - 6.7.3.1. El arte en la publicidad
  - 6.7.3.2. Gestión cultural para un desarrollo exitoso de la obra

6.8. El marketing de las principales industrias culturales
- 6.8.1. Tendencias actuales de las principales industrias culturales
  - 6.8.1.1. Las necesidades de los consumidores/as representadas en las empresas
  - 6.8.1.2. Productos culturales de éxito en los medios de comunicación

6.9. La investigación como herramienta central del marketing
- 6.9.1. La recopilación de datos del mercado y de los consumidores/as
  - 6.9.1.1. La diferenciación en relación con la competencia
  - 6.9.1.2. Otras estrategias de investigación

6.10. El futuro del marketing cultural
- 6.10.1. El futuro del marketing cultural
  - 6.10.1.1. Las tendencias del marketing cultural
  - 6.10.1.2. Los productos culturales con mayor potencia en el mercado

Módulo 7. Producción y dirección en gestión cultural

7.1. Instrumentos para la gestión de organizaciones culturales I
- 7.1.1. La gestión cultural
- 7.1.2. Clasificación de los productos culturales
- 7.1.3. Objetivos de la gestión cultural

7.2. Instrumentos para la gestión de organizaciones culturales II
- 7.2.1. Organizaciones culturales
- 7.2.2. Tipología
- 7.2.3. UNESCO

7.3. Coleccionismo y mecenazgo
- 7.3.1. El arte de coleccionar
- 7.3.2. Desarrollador del gusto por el coleccionismo a lo largo de la historia
- 7.3.3. Tipos de colecciones

7.4. El papel de las fundaciones
- 7.4.1. ¿En qué consisten?
- 7.4.2. Asociaciones y Fundaciones
  - 7.4.2.1. Diferencias
  - 7.4.2.2. Semejanzas
- 7.4.3. Ejemplos de Fundaciones culturales a nivel mundial

7.5. Desarrollo cultural en las organizaciones del tercer sector
- 7.5.1. ¿Qué son las organizaciones del tercer sector?
- 7.5.2. Papel de las organizaciones del tercer sector en la sociedad
- 7.5.3. Redes

7.6. Instituciones y organismos públicos
- 7.6.1. Modelo de organización de la política cultural en Europa
- 7.6.2. Principales instituciones públicas en Europa
- 7.6.3. Acción cultural de los organismos internaciones europeos

7.7. Patrimonio cultural
- 7.7.1. La cultura como marca de un país
- 7.7.2. Políticas culturales
  - 7.7.2.1. Instituciones
  - 7.7.2.2. Figuras
- 7.7.3. La cultura como patrimonio de la humanidad

7.8. Difusión del patrimonio cultural
- 7.8.1. ¿Qué es el patrimonio cultural?
- 7.8.2. Gestión pública
- 7.8.3. Gestión privada
- 7.8.4. Gestión coordinada

7.9. Creación y gestión de los proyectos
- 7.9.1. ¿Qué es la creación y la gestión de proyectos?
- 7.9.2. Producciones
  - 7.9.2.1. Públicas
  - 7.9.2.2. Privadas
  - 7.9.2.3. Coproducciones
  - 7.9.2.4. Otras
- 7.9.3. Planificación de la gestión cultural

7.10. Arte, empresa y sociedad
- 7.10.1. El tercer sector como oportunidad social
- 7.10.2. Compromiso social de las empresas a través de los diferentes tipos de arte
  - 7.10.2.1. Inversión
  - 7.10.2.2. Rentabilidad
  - 7.10.2.3. Promoción
  - 7.10.2.4. Lucro
- 7.10.3. El arte como inclusión y transformación de la sociedad
- 7.10.4. El teatro como oportunidad social
- 7.10.5. Festivales que implican a la ciudadanía

Módulo 8. Tecnología y diseño para la promoción cultural

8.1. La importancia de la imagen en la actualidad
- 8.1.1. MTV
  - 8.1.1.1. Surgimiento de la MTV
  - 8.1.1.2. Videoclip
- 8.1.2. De MTV a YouTube
- 8.1.3. Marketing antiguo versus era digital

8.2. Creación de contenidos
- 8.2.1. Núcleo de la convicción dramática
  - 8.2.1.1. Objetivo de la escenificación
  - 8.2.1.2. Estrategia estético-estilística
  - 8.2.1.3. El paso del teatro al resto de las artes
- 8.2.2. *Target* del consumidor a nivel mundial
- 8.2.3. Creación de contenidos
  - 8.2.3.1. Flyer
  - 8.2.3.2. Teaser
  - 8.2.3.3. Redes sociales
- 8.2.4. Soportes de difusión

8.3. Diseñador gráfico y *community manager*
- 8.3.1. Fases de reuniones
- 8.3.2. ¿Por qué es necesario contar con un diseñador gráfico?
- 8.3.3. Papel del *community manager*

8.4. Inclusión de creadores en soportes de muestras convencionales
- 8.4.1. Inclusión de las TIC
  - 8.4.1.1. Ámbito personal
  - 8.4.1.2. Ámbito profesional
- 8.4.2. Adición del DJ y el VJ
  - 8.4.2.1. Uso del DJ y VJ en espectáculos
  - 8.4.2.2. Uso del DJ y VJ en teatro
  - 8.4.2.3. Uso del DJ y VJ en danza
  - 8.4.2.4. Uso del DJ y VJ en eventos
  - 8.4.2.5. Uso del DJ y VJ en eventos deportivos
- 8.4.3. Ilustradores a tiempo real
  - 8.4.3.1. Arena
  - 8.4.3.2. Dibujo
  - 8.4.3.3. Transparencias
  - 8.4.3.4. Narración visual

8.5. TIC para la escena y la creación I
- 8.5.1. Videoproyección, *videowall, videosplitting*
  - 8.5.1.1. Diferencias
  - 8.5.1.2. Evolución
  - 8.5.1.3. De la incandescencia al láser fósforo

8.5.2. El uso de softwares en los espectáculos
8.5.2.1. ¿Qué se emplea?
8.5.2.2. ¿Por qué se emplean?
8.5.2.3. ¿Cómo ayudan a la creatividad y la exhibición?
8.5.3. Personal técnico y artístico
8.5.3.1. Roles
8.5.3.2. Gestión
8.6. TIC para la escena y la creación II
8.6.1. Tecnologías interactivas
8.6.1.1. ¿Por qué se emplean?
8.6.1.2. Ventajas
8.6.1.3. Desventajas
8.6.2. AR
8.6.3. VR
8.6.4. 360º
8.7. TIC para la escena y la creación III
8.7.1. Formas de compartir información
8.7.1.1. Drop Box
8.7.1.2. Drive
8.7.1.3. iCloud
8.7.1.4. WeTransfer
8.7.2. Redes sociales y su difusión
8.7.3. Empleo de las TIC en los espectáculos en directo
8.8. Soportes de muestra
8.8.1. Soportes convencionales
8.8.1.1. ¿Qué son?
8.8.1.2. ¿Cuáles son los que se conocen?
8.8.1.3. Pequeño formato
8.8.1.4. Gran formato
8.8.2. Soportes no convencionales
8.8.2.1. ¿Qué son?
8.8.2.2. ¿Cuáles son?
8.8.2.3. ¿Dónde y cómo se pueden emplear?
8.8.3. Ejemplos
8.9. Eventos corporativos
8.9.1. Eventos corporativos
8.9.1.1. ¿Qué son?
8.9.1.2. ¿Qué se busca?
8.9.2. Las 5W+1H revisión concreta aplicada a lo corporativo
8.9.3. Soportes más empleados
8.10. Producción audiovisual
8.10.1. Recursos audiovisuales
8.10.1.1. Recursos en los museos
8.10.1.2. Recursos en la escena
8.10.1.3. Recursos en los eventos
8.10.2. Tipos de planos
8.10.3. Surgimiento de los proyectos
8.10.4. Fases del proceso

Módulo 9. Diseño de eventos culturales

9.1. Gestión de proyecto
9.1.1. Recopilación información, inicio proyecto: ¿Qué debemos hacer?
9.1.2. Estudio posibles ubicaciones
9.1.3. Pros y contras de las opciones elegidas
9.2. Técnicas de Investigación. *Desing Thinking*
9.2.1. Mapas de actores
9.2.2. *Focus Group*
9.2.3. *Bench Marking*

9.3. *Desing Thinking* Experiencial
- 9.3.1. Inmersión cognitiva
- 9.3.2. Observación encubierta
- 9.3.3. *World* Café

9.4. Definición público objetivo
- 9.4.1. A quién va dirigido el evento
- 9.4.2. Por qué hacemos el evento
- 9.4.3. Qué se pretende con el evento

9.5. Tendencias
- 9.5.1. Nuevas tendencias de puesta en escena
- 9.5.2. Aportaciones digitales
- 9.5.3. Eventos inmersos y experienciales

9.6. Personalización y diseño espacio
- 9.6.1. Adecuación del espacio a la marca
- 9.6.2. *Branding*
- 9.6.3. Manual de marca

9.7. Marketing experiencial
- 9.7.1. Vivir la experiencia
- 9.7.2. Evento inmersivo
- 9.7.3. Fomentar el recuerdo

9.8. Señalética
- 9.8.1. Técnicas de señalética
- 9.8.2. La visión del asistente
- 9.8.3. Coherencia del relato. Evento con la señalética

9.9. Las Sedes del evento
- 9.9.1. Estudios de las posibles sedes. Los 5 por qué
- 9.9.2. Elección de la sede en función del evento
- 9.9.3. Criterios de elección

9.10. Propuesta de puesta en escena. Tipos escenarios
- 9.10.1. Nuevas propuestas de puesta en escena
- 9.10.2. Priorización de proximidad con ponente
- 9.10.3. Escenarios afines a la interacción

Módulo 10. Planificación de eventos culturales

10.1. *Timing* y Organización del programa
- 10.1.1. Tiempo disponible para la organización del evento
- 10.1.2. Días de duración del evento
- 10.1.3. Actividades del evento

10.2. Organización de los espacios
- 10.2.1. Número de asistentes previstos
- 10.2.2. Número de salas simultáneas
- 10.2.3. Formatos de sala

10.3. Los Ponentes e Invitados
- 10.3.1. Elección de los ponentes
- 10.3.2. Contacto y confirmación de ponentes
- 10.3.3. Gestión de la asistencia de los ponentes

10.4. Protocolo
- 10.4.1. Rango de las personalidades invitadas
- 10.4.2. Disposición de la presidencia
- 10.4.3. Organización de los parlamentos

10.5. Seguridad
- 10.5.1. Control de acceso: el punto de vista de la seguridad
- 10.5.2. Coordinación con las FCSE
- 10.5.3. Control interno de los espacios

10.6. Emergencias
- 10.6.1. Plan de evacuación
- 10.6.2. Estudio de las necesidades en caso de emergencia
- 10.6.3. Creación punto asistencia médica

10.7. Capacidades
- 10.7.1. Evaluación de las capacidades
- 10.7.2. Distribución de los asistentes en la sede
- 10.7.3. Capacidades máximas y decisiones a tomar



10.8. Accesos
- 10.8.1. Estudio de número de accesos
- 10.8.2. Capacidad de cada uno de los accesos
- 10.8.3. Cálculo *timing* para entrada y salida en cada acceso

10.9. Transporte
- 10.9.1. Evaluación de las posibilidades de transporte
- 10.9.2. Accesibilidad en el transporte
- 10.9.3. Transporte propio o público. Pros y contras

10.10. Ubicaciones
- 10.10.1. Cuántas ubicaciones tiene el evento
- 10.10.2. Dónde están ubicadas
- 10.10.3. Facilidad de acceso a las sedes

Un programa diseñado para que conozcas la última tecnología interactivas empleada en la actualidad en eventos culturales"

06

Metodología

Este programa de capacitación 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, por ejemplo, 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"

Estudio de Caso para contextualizar todo el contenido

Nuestro programa ofrece un método revolucionario de desarrollo de habilidades y conocimientos. Nuestro objetivo es afianzar 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"



Accederás a un sistema de aprendizaje basado en la reiteración, con una enseñanza natural y progresiva a lo largo de todo el temario.



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

El presente programa de TECH es una enseñanza intensiva, creada desde 0, que propone los retos y decisiones más exigentes en este campo, ya sea en el ámbito nacional o internacional. Gracias a esta metodología se impulsa el crecimiento personal y profesional, dando un paso decisivo para conseguir el éxito. El método del caso, técnica que sienta las bases de este contenido, garantiza que se sigue la realidad económica, social y profesional más vigente.

> *Nuestro programa te prepara para afrontar nuevos retos en entornos inciertos y lograr el éxito en tu carrera"*

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores escuelas de Humanidades 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 debería hacer un profesional? Esta es la pregunta a la que nos enfrentamos en el método del caso, un método de aprendizaje orientado a la acción. A lo largo del programa, los estudiantes se enfrentarán a múltiples casos reales. Deberán integrar todos sus conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones.

Relearning Methodology

TECH aúna de forma eficaz la metodología del Estudio de Caso con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración, que combina 8 elementos didácticos diferentes en cada lección.

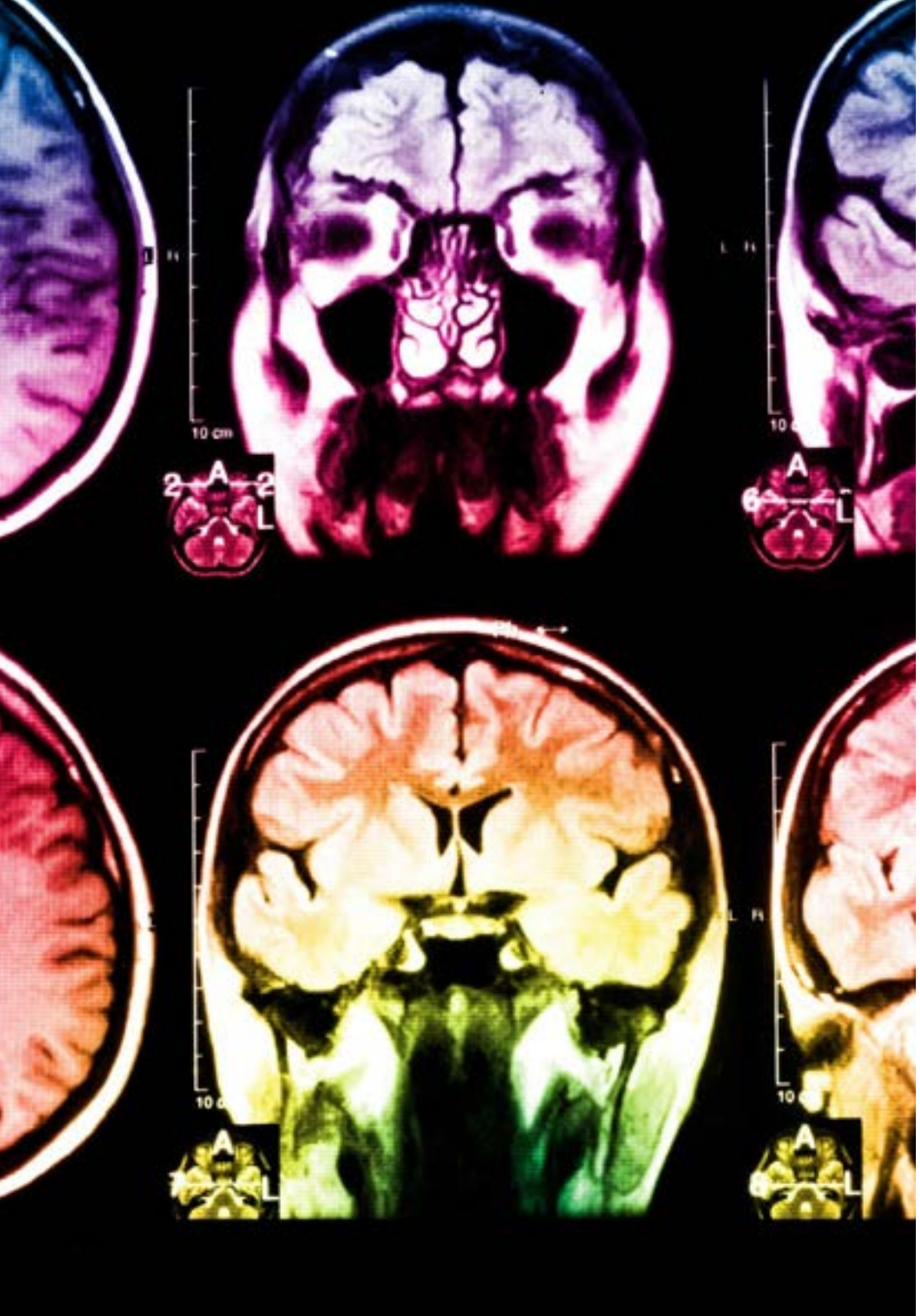
Potenciamos el Estudio de Caso con el mejor método de enseñanza 100% online: el Relearning.

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 (aprender, desaprender, olvidar y reaprender). Por eso, se combinan cada uno de estos elementos de forma concéntrica. Con esta metodología se han capacitado 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 filosofía, 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 capacitación, 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 y 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.

Este programa ofrece los mejores materiales educativos, preparados a conciencia para los profesionales:

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, para crear el método de trabajo online de TECH. Todo ello, con las técnicas más novedosas que ofrecen piezas de gran calidad en todos y cada uno los materiales que se ponen a disposición del alumno.

Clases magistrales

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

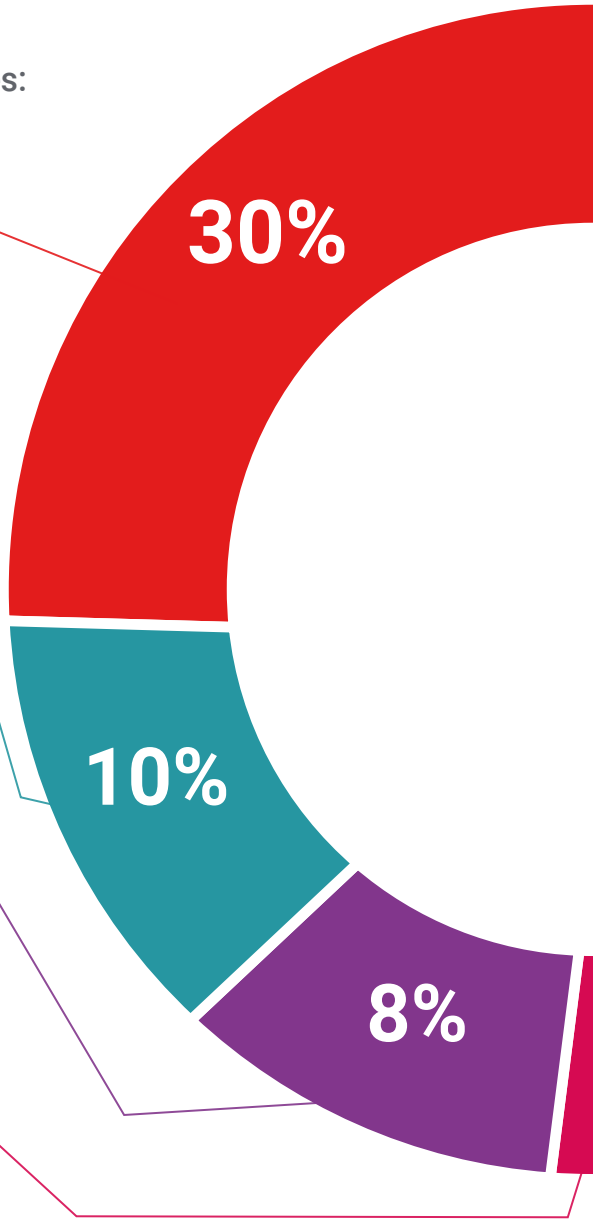
El denominado Learning from an Expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en las futuras decisiones difíciles.

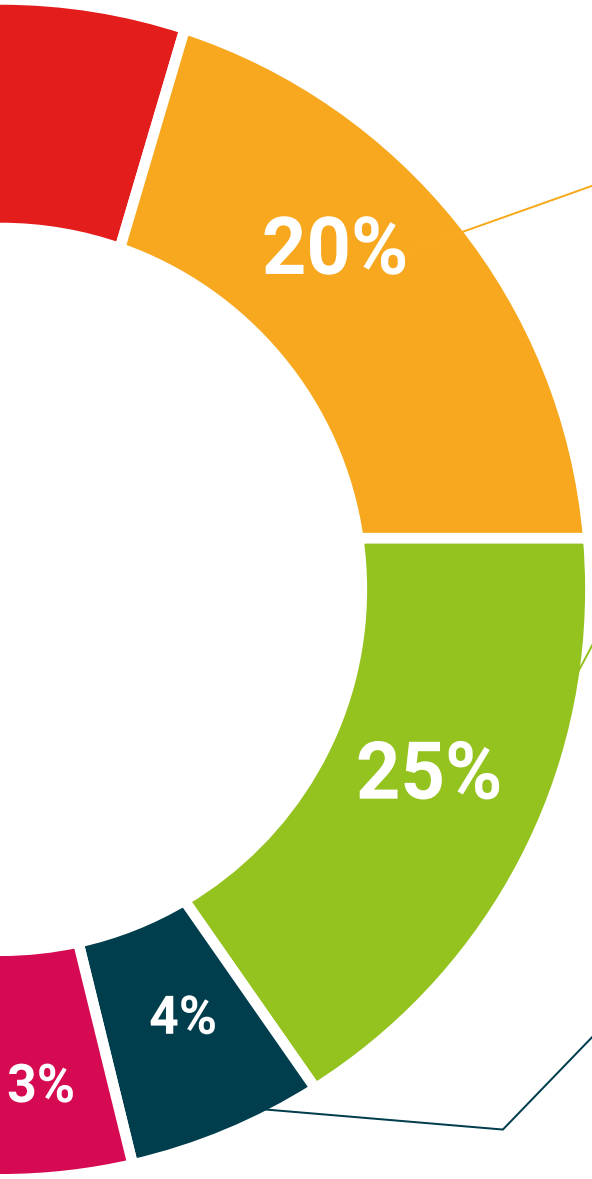
Prácticas de habilidades y competencias

Realizarán 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 y guías internacionales, entre otros. En la biblioteca virtual de TECH el estudiante tendrá acceso a todo lo que necesita para completar su capacitación.





Case studies

Completarán una selección de los mejores casos de estudio elegidos expresamente para esta titulación. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.

Resúmenes interactivos

El equipo de TECH presenta los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audios, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

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

Testing & Retesting

Se evalúan y reevalúan periódicamente los conocimientos del alumno a lo largo del programa, mediante actividades y ejercicios evaluativos y autoevaluativos para que, de esta manera, el estudiante compruebe cómo va consiguiendo sus metas.

06

Titulación

El Máster Título Propio en Gestión Cultural garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Máster Propio expedido por TECH Universidad Tecnológica.





Supera con éxito este programa y recibe tu titulación universitaria sin desplazamientos ni farragosos trámites”

Este **Máster Título Propio en Gestión Cultural** contiene el programa más completo y actualizado del mercado.

Tras la superación de la evaluación, el alumno recibirá por correo postal* con acuse de recibo su correspondiente título de **Máster Propio** emitido por **TECH Universidad Tecnológica**.

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

Título: **Máster Título Propio en Gestión Cultural**

N.º Horas Oficiales: **1.500 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

MÁSTER TÍTULO PROPIO

en

Gestión Cultural

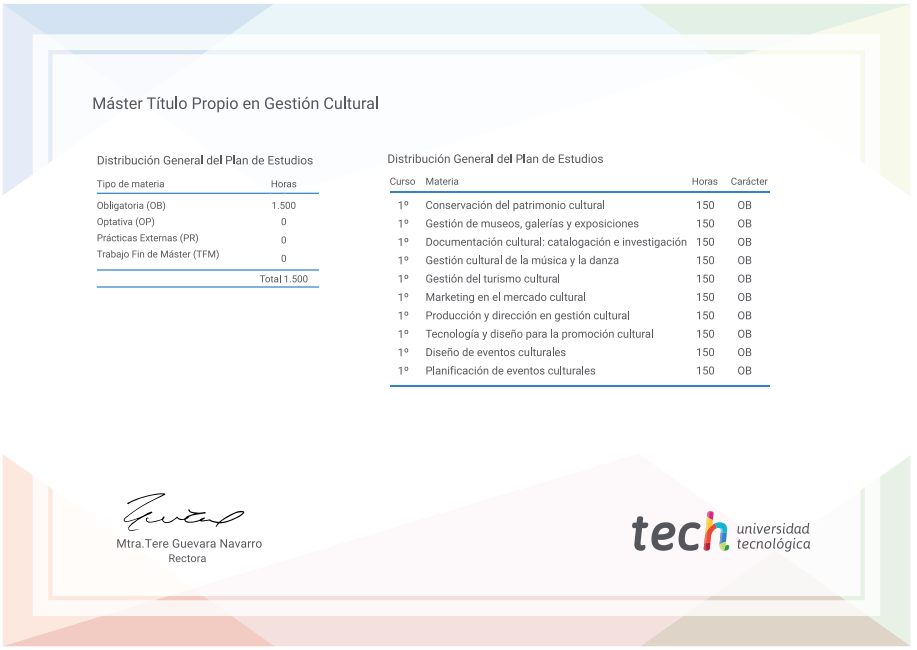
Se trata de un título propio de esta Universidad con una duración de 1.500 horas, con fecha de inicio dd/mm/aaaa y fecha de finalización dd/mm/aaaa.

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

código único TECH: AFWOR23S techtitute.com/titulos


Máster Título Propio en Gestión Cultural

Distribución General del Plan de Estudios

Tipo de materia	Horas
Obligatoria (OB)	1.500
Optativa (OP)	0
Prácticas Externas (PR)	0
Trabajo Fin de Máster (TFM)	0
	Total 1.500

Distribución General del Plan de Estudios

Curso	Materia	Horas	Carácter
1º	Conservación del patrimonio cultural	150	OB
1º	Gestión de museos, galerías y exposiciones	150	OB
1º	Documentación cultural: catalogación e investigación	150	OB
1º	Gestión cultural de la música y la danza	150	OB
1º	Gestión del turismo cultural	150	OB
1º	Marketing en el mercado cultural	150	OB
1º	Producción y dirección en gestión cultural	150	OB
1º	Tecnología y diseño para la promoción cultural	150	OB
1º	Diseño de eventos culturales	150	OB
1º	Planificación de eventos culturales	150	OB

Mtra.Tere Guevara Navarro
Rectora

tech universidad tecnológica

*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.



Máster Título Propio

Gestión Cultural

Modalidad: **Online**

Duración: **12 meses**

Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**

Horas lectivas: **1.500 h.**

Máster Título Propio
Gestión Cultural



tech universidad tecnológica