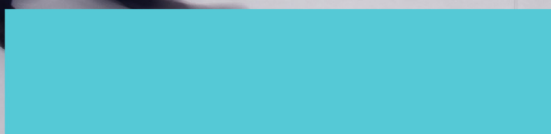




EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION



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





Elige aprender en la escuela
líder en formación online

ÍNDICE

1 | Somos
INESEM

2 | Rankings

3 | Alianzas y
acreditaciones

4 | By EDUCA
EDTECH
Group

5 | Metodología
LXP

6 | Razones por
las que
elegir
Euroinnova

7 | Financiación
y Becas

8 | Métodos de
pago

9 | Programa
Formativo

10 | Temario

11 | Contacto

SOMOS INESEM

INESEM es una **Business School online** especializada con un fuerte sentido transformacional. En un mundo cambiante donde la tecnología se desarrolla a un ritmo vertiginoso nosotros somos activos, evolucionamos y damos respuestas a estas situaciones.

Apostamos por **aplicar la innovación tecnológica a todos los niveles en los que se produce la transmisión de conocimiento**. Formamos a profesionales altamente capacitados para los trabajos más demandados en el mercado laboral; profesionales innovadores, emprendedores, analíticos, con habilidades directivas y con una capacidad de añadir valor, no solo a las empresas en las que estén trabajando, sino también a la sociedad. Y todo esto lo podemos realizar con una base sólida sostenida por nuestros objetivos y valores.

Más de

18

años de
experiencia

Más de

300k

estudiantes
formados

Más de un

90%

tasa de
empleabilidad

Hasta un

100%

de financiación

Hasta un

50%

de los estudiantes
repite

Hasta un

25%

de estudiantes
internacionales

[Ver en la web](#)



Leaders driving change
Elige Inesem



QS, sello de excelencia académica
Inesem: 5 estrellas en educación online

RANKINGS DE INESEM

INESEM Business School ha obtenido reconocimiento tanto a nivel nacional como internacional debido a su firme compromiso con la innovación y el cambio.

Para evaluar su posición en estos rankings, se consideran diversos indicadores que incluyen la percepción online y offline, la excelencia de la institución, su compromiso social, su enfoque en la innovación educativa y el perfil de su personal académico.



Ver en la web

ALIANZAS Y ACREDITACIONES

Relaciones institucionales



Relaciones internacionales



Acreditaciones y Certificaciones



[Ver en la web](#)

BY EDUCA EDTECH

Inesem es una marca avalada por **EDUCA EDTECH Group**, que está compuesto por un conjunto de experimentadas y reconocidas **instituciones educativas de formación online**. Todas las entidades que lo forman comparten la misión de **democratizar el acceso a la educación** y apuestan por la transferencia de conocimiento, por el desarrollo tecnológico y por la investigación.



ONLINE EDUCATION



Ver en la web



METODOLOGÍA LXP

La metodología **EDUCA LXP** permite una experiencia mejorada de aprendizaje integrando la AI en los procesos de e-learning, a través de modelos predictivos altamente personalizados, derivados del estudio de necesidades detectadas en la interacción del alumnado con sus entornos virtuales.

EDUCA LXP es fruto de la **Transferencia de Resultados de Investigación** de varios proyectos multidisciplinares de I+D+i, con participación de distintas Universidades Internacionales que apuestan por la transferencia de conocimientos, desarrollo tecnológico e investigación.



1. Flexibilidad

Aprendizaje 100% online y flexible, que permite al alumnado estudiar donde, cuando y como quiera.



2. Accesibilidad

Cercanía y comprensión. Democratizando el acceso a la educación trabajando para que todas las personas tengan la oportunidad de seguir formándose.



3. Personalización

Itinerarios formativos individualizados y adaptados a las necesidades de cada estudiante.



4. Acompañamiento / Seguimiento docente

Orientación académica por parte de un equipo docente especialista en su área de conocimiento, que aboga por la calidad educativa adaptando los procesos a las necesidades del mercado laboral.



5. Innovación

Desarrollos tecnológicos en permanente evolución impulsados por la AI mediante Learning Experience Platform.



6. Excelencia educativa

Enfoque didáctico orientado al trabajo por competencias, que favorece un aprendizaje práctico y significativo, garantizando el desarrollo profesional.



Programas
PROPIOS
UNIVERSITARIOS
OFICIALES

RAZONES POR LAS QUE ELEGIR INESEM

1. Nuestra Experiencia

- ✓ Más de **18 años de experiencia.**
- ✓ Más de **300.000 alumnos** ya se han formado en nuestras aulas virtuales
- ✓ Alumnos de los 5 continentes.
- ✓ **25%** de alumnos internacionales.
- ✓ **97%** de satisfacción
- ✓ **100% lo recomiendan.**
- ✓ Más de la mitad ha vuelto a estudiar en Inesem.

2. Nuestro Equipo

En la actualidad, Inesem cuenta con un equipo humano formado por más **400 profesionales**. Nuestro personal se encuentra sólidamente enmarcado en una estructura que facilita la mayor calidad en la atención al alumnado.

3. Nuestra Metodología



100% ONLINE

Estudia cuando y desde donde quieras. Accede al campus virtual desde cualquier dispositivo.



APRENDIZAJE

Pretendemos que los nuevos conocimientos se incorporen de forma sustantiva en la estructura cognitiva



EQUIPO DOCENTE

Inesem cuenta con un equipo de profesionales que harán de tu estudio una experiencia de alta calidad educativa.



NO ESTARÁS SOLO

Acompañamiento por parte del equipo de tutorización durante toda tu experiencia como estudiante

4. Calidad AENOR

- ✓ Somos Agencia de Colaboración N°99000000169 autorizada por el Ministerio de Empleo y Seguridad Social.
- ✓ Se llevan a cabo auditorías externas anuales que garantizan la máxima calidad AENOR.
- ✓ Nuestros procesos de enseñanza están certificados por **AENOR** por la ISO 9001.



5. Somos distribuidores de formación

Como parte de su infraestructura y como muestra de su constante expansión Euroinnova incluye dentro de su organización una **editorial** y una **imprenta digital industrial**.

MÉTODOS DE PAGO

Con la Garantía de:



Fracciona el pago de tu curso en cómodos plazos y sin intereses de forma segura.



Nos adaptamos a todos los métodos de pago internacionales:



y muchos más...



Protección al
Comprador

Ver en la web

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



DURACIÓN
1500 horas



**MODALIDAD
ONLINE**



**ACOMPañAMIENTO
PERSONALIZADO**



CREDITOS
10 ECTS

Titulación

Múltiple Titulación: - Master en ICC: Gestión de Empresas Culturales y Creativas . Expedida por el Instituto Europeo de Estudios Empresariales. (INESEM). "Enseñanza no oficial y no conducente a la obtención de un título con carácter oficial o certificado de profesionalidad." - Titulación Propia Universitaria en Gestión de Entidades no Lucrativas. Titulación Propia Expedida por la Universidad Antonio de Nebrija con 5 créditos ECTS. - Titulación Propia Universitaria en Social Media Management. Titulación Propia Expedida por la Universidad Antonio de Nebrija con 5 créditos ECTS.

[Ver en la web](#)



INESEM BUSINESS SCHOOL

como centro acreditado para la impartición de acciones formativas
expide el presente título propio

NOMBRE DEL ALUMNO/A

con número de documento XXXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

NOMBRE DEL CURSO

con una duración de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación de Inesem Business School.
Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX/XXXX-XXXX-XXXXXX.
Con una calificación XXXXXXXXXXXXXXXX.
Y para que conste expido la presente titulación en Granada, a (día) de (mes) del (año).

NOMBRE ALUMNO/A

Firma del Alumno/a

NOMBRE DE ÁREA MANAGER

La Dirección Académica







Con Estatuto Consultivo, Categoría Especial del Consejo Económico y Social de la UNED2020 (Buenas Prácticas de RSE)

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.

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.

A quién va dirigido

Dirigido a aquellos alumnos con un grado o título equivalente en Administración y dirección de empresas, Empresariales o titulaciones propias de Bellas Artes y relacionadas con disciplinas artísticas, o aquellas personas que estén interesadas en la gestión de eventos y actividades culturales como medio de promoción de la cultura.

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.

TEMARIO

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. Empresas 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 product 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

Solicita información sin compromiso

¡Matricularme ya!

Teléfonos de contacto

España		+34 900 831 200	Argentina		54-(11)52391339
Bolivia		+591 50154035	Estados Unidos		1-(2)022220068
Chile		56-(2)25652888	Guatemala		+502 22681261
Colombia		+57 601 50885563	Mexico		+52-(55)11689600
Costa Rica		+506 40014497	Panamá		+507 8355891
Ecuador		+593 24016142	Perú		+51 1 17075761
El Salvador		+503 21130481	República Dominicana		+1 8299463963

!Encuétranos aquí!

Edificio Educa Edtech

Camino de la Torrecilla N.º 30 EDIFICIO EDUCA EDTECH,
C.P. 18.200, Maracena (Granada)

 formacion@euroinnova.com

 www.euroinnova.com

Horario atención al cliente

Lunes a viernes: 9:00 a 20:00h Horario España

¡Síguenos para estar al tanto de todas nuestras novedades!



Ver en la web

