



Desarrollo de acciones de comunicación y marketing cultural

Sku: CT0547

Horas: 22

Formato: HTML

CONTENIDOS

1. Protocolos de coordinación entre las acciones de marketing y los objetivos programados.
2. Procedimientos de desarrollo de acciones de marketing cultural para productos intangibles.
3. Metodología para el desarrollo de campañas de promoción de productos culturales.
 - 3.1. Técnicas de identificación de objetivos de la publicidad en el ámbito de la cultura.
 - 3.2. Técnicas de estructuración de contenidos de la publicidad para cada evento.
 - 3.3. Protocolos para el diseño de campañas de promoción de productos culturales utilizando como referente las estrategias de marketing público.
 - 3.4. Procedimientos para la elaboración de planificaciones de campañas de difusión de la programación cultural: canales de difusión de la programación cultural on line y convencionales.
4. Técnicas de análisis y selección de medios de comunicación.
 - 4.1. Identificación de los medios de comunicación más efectivos para llegar al público objetivo: convencionales y no convencionales. masivos.
 - 4.2. Identificación y selección de los soportes, espacios y mensajes publicitarios utilizados en la difusión de una programación cultural.
 - 4.3. Desarrollo de acciones de comunicación y marketing aplicados a la programación cultural.
 - 4.4. Gestión de las relaciones con los medios de comunicación.