



Análisis De Mercado De Productos Culturales

Sku: CT0548

Horas: 22

Formato: HTML

CONTENIDOS

1. Caracterización de la programación cultural. 1.1. Técnicas de formulación de objetivos en la programación cultural. 1.2. Identificación de elementos derivados de la aplicación de las técnicas del análisis de mercado de programas y productos culturales. 1.3. Valoración de la temporalización óptima para desarrollar una programación cultural. 2. Técnicas para el conocimiento del medio y de las organizaciones. 2.1. Análisis de los segmentos de mercado existentes y clientes potenciales. 2.2. Identificación de tipología de usuarios o consumidores culturales y su correspondencia con los productos culturales más demandados. 2.3. Identificación de las preferencias de los consumidores culturales. 2.4. Metodología para el análisis interno-externo de organizaciones. 2.5. Análisis y selección del público objetivo de la acción. 2.6. Metodología de análisis DAFO. 2.7. Técnicas para la elaboración de informes de oportunidades de mercado.