

# MARKETING CULTURAL EN ENTORNOS DE CRISIS:

Públicos, Marketing y Revista Digital  
(Semi-Presencial)

Del 24 de septiembre al 18 de Noviembre 2012



FEDERACIÓN  
ANDALUZA  
DE MUNICIPIOS  
Y PROVINCIAS

FEDERACION ANDALUZA DE MUNICIPIOS Y PROVINCIAS

Avd. San Francisco Javier, 22.  
Edificio HERMES. 3ª Planta. Módulo 14.  
(41.018) SEVILLA  
Tlf. 954659756 Fax.954657842

Entidades Colaboradoras:



## CONTEXTUALIZACIÓN

La **Federación Andaluza de Municipios y Provincias**, en colaboración con la Consejería de Economía, Innovación Ciencia y Empleo de la Junta de Andalucía y las 10 Universidades Andaluzas, a través del **Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya**, han venido trabajando conjuntamente desde hace más dos años en la construcción de una ALIANZA para la transferencia de herramientas tecnológicas vinculadas con la gestión cultural local.

La **REVISTA DIGITAL DE LOS MUNICIPIOS ANDALUCES** se ha convertido en un espacio abierto para que los Gobiernos Locales puedan conocer, intercambiar experiencias y profundizar en el concepto de diversidad cultural como elemento esencial de transformación de la vida de los pueblos y ciudades de Andalucía.

Más de 20 Entidades Locales han participado en la primera fase de pilotaje para la que los Ayuntamientos participantes han contado con formación y asesoramiento específico.

Iniciamos este nuevo ciclo formativo dejando patentes **tres ideas-fuerzas** que sostienen el proyecto, son las siguientes:

- **Proporcionar** herramientas que permitan conocer a la población en general la oferta cultural de su municipio y la de municipios cercanos.
- **Dotar** a las entidades locales de una herramienta gratuita de difusión de actividades.
- **Posibilitar** la transferencia de tecnología desde el Observatorio Cultural del proyecto Atalaya (Junta de Andalucía + 10 Universidades) relacionada con las Revistas Digitales de carácter cultural al Observatorio de la Cultura Local de la FAMP.

Esta acción formativa está diseñada para adquirir nuevos conocimientos útiles para el desarrollo profesional; al tiempo que favorecerá la participación.

- **CONOCIMIENTO:** Que Atalaya preste ayuda a la FAMP en la construcción de una herramienta Web que permita que Andalucía tenga una sola ventana a la cultura que se oferta en los municipios andaluces a partir de la experiencia y arquitectura de la revista digital [diezencultura.es](http://www.culturallocal.es). Ya es una realidad. <http://www.culturallocal.es>
- **PARTICIPACIÓN:** Que Atalaya facilite a los municipios, a través de su equipo multidisciplinar de Usos, Hábitos y Demandas Culturales, una herramienta de conocimiento sobre las demandas y usos culturales de la ciudadanía claramente orientada hacia el aumento de su participación.

Elementos que ayudarán a la implementación de nuevas estrategias para la gestión cultural local en línea con “*el buen gobierno*”.

## OBJETIVOS

- ◆ Introducir los estudios de públicos en el trabajo diario de la Gestión cultural.
- ◆ Introducir las herramientas y prácticas del Marketing Cultural como una vía de maximizar los escasos recursos.
- ◆ Posibilitar la participación ciudadana en lo local para el diseño de las agendas culturales municipales.
- ◆ Contribuir a la excelencia de la gestión cultural gracias a la mejora de los servicios públicos locales.
- ◆ Proporcionar herramientas que permitan conocer a la población en general la oferta cultural de su municipio y la de municipios cercanos.
- ◆ Proporcionar a las entidades locales con escasos recursos de una herramienta gratuita de difusión de actividades.
- ◆ Capacitar a los/as profesionales de la gestión cultural para llegar a realizar análisis y diagnósticos sobre la situación de la cultura local en Andalucía.
- ◆ Posibilitar la transferencia de tecnología desde el Observatorio Cultural del proyecto Atalaya (Junta de Andalucía + 10 Universidades) relacionada con las Revistas Digitales de carácter cultural.

3

## METODOLOGIA



La metodología de enseñanza a distancia se sustenta en la plataforma de software libre MOODLE con el apoyo profesional experto bajo las siguientes características técnicas:

**Enfoque pedagógico:** La filosofía planteada por Moodle incluye una aproximación constructiva basada en el constructivismo social de la educación, enfatizando que los estudiantes (y no sólo los profesores) pueden contribuir a la experiencia educativa en

muchas formas. Las características de Moodle reflejan esto en varios aspectos, como hacer posible que los estudiantes puedan comentar en entradas de bases de datos (o inclusive contribuir entradas ellos mismos), o trabajar colaborativamente. Habiendo dicho esto, Moodle es lo suficientemente flexible para permitir una amplia gama de modos de enseñanza.

La **metodología basada en el Taller** permite la aportación por parte de los participantes de sugerencias de mejora para la herramienta

#### HORAS LECTIVAS:

40 horas de las que 37 serán “on line” y 3 presenciales (Minitalleres\*)

#### CONTENIDOS DEL PROGRAMA

##### **ENSEÑANZA A DISTANCIA (E.LEARNING VÍA plataforma MOODLE)**

- Los Estudios de Mercado y los Estudios de público en la Gestión Cultural.
- Introducción general al Marketing Cultural y a la Comunicación Cultural.
- La participación de los públicos en el diseño de políticas culturales
- Estrategias de Marketing específicas en entornos culturales
- Las Revistas Digitales en España en el ámbito de la cultura.
- Las Revistas digitales especializadas en entornos web.
- Principios y características de una revista digital: el ejemplo de diezencultura.es
- Presentación de [www.culturalocal.es](http://www.culturalocal.es)

##### **ENSEÑANZA PRESENCIAL (MINITALLER)**

Se realizarán 4 mini-talleres presenciales en horario de 10,00 h. a 13,00 h., en cuatro puntos diferentes de Andalucía para que el alumnado asista a 1 mini-taller de 3 horas (el más cercano geográficamente) Trabajo que se llevará a cabo a través de la intranet de [www.culturalocal.es](http://www.culturalocal.es).

FECHA	PROVINCIA	LOCALIDAD	LUGAR DE CELEBRACION
16-10-2012	Córdoba	Moriles	Aula De Guadalinfo. Casa de la Cultura, C/ Sevilla, 11
23-10-2012	Cádiz	Medina-Sidonia	Centro Joven. Avda. Pascual Cervera, Parque El Caminillo S/N
30-10-2012	Jaén	Andújar	Palacio De Los Niños De D. Gome (Museo Arqueológico "Profesor Sotomayor"), C/ Maestra, S/N.
6-11-2012	Málaga	Torrox	Avda. Andalucía 7 Edificio Usos Múltiples

### **PROGRAMA DEL MINITALLER:**

- La herramienta culturalocal.es (Funcionalidades y filosofía)
- La intranet de culturalocal.es
- Mejora de la comunicación y el marketing local a través de la herramienta culturaloca.es
- Procedimiento de adhesión a culturalocal.es

### **TRABAJO FINAL**

Trabajo práctico. Tras la formación habrá un período de tutorización online (PLATAFORMA MOODLE) para el despliegue de la herramienta web en los municipios elegidos para la experiencia piloto.

### **MATERIALES**

*Materiales en plataforma moodle*

*Ejercicios en plataforma moodle*

*Dossier en Fotocopias*

*Resto material en CD*

### **PROFESORADO**

ANTONIO JAVIER GONZALEZ RUEDA

E-MAIL: [antonio.gonzalez@uca.es](mailto:antonio.gonzalez@uca.es)

*Director del Servicio de Actividades Culturales de la Universidad de Cádiz. Comisario UCA de los Actos del Bicentenario. Licenciado en Historia y Diplomado Universitario en Biblioteconomía y Documentación por la Universidad de Granada y Experto Universitario en Programas de gestión Cultural por la Universidad de Cádiz. Ha sido Animador Socio Cultural del Ayuntamiento de San Fernando y, desde 1992, es Técnico Superior de Actividades Culturales de la Universidad de Cádiz.*

*Director Científico del proceso de evaluación institucional de la política cultural de Puerto Real, Algeciras y Sanlúcar. Pertenece al Consejo Científico de la revista de Gestión Cultural PERIFÉRICA (de la que es Editor) y al Consejo Técnico de VIGÍA (Observatorio Cultural de la Provincia de Cádiz. Pertenece al Club de Evaluadores EFQM Acreditados del Club de Excelencia en la Gestión. Es editor, entre otros, del libro especializado MANUAL DE MARKETING Y COMUNICACIÓN CULTURAL*