



MÁSTER EN MUSEOLOGÍA (online)
TEMA 13 MARKETING CULTURAL
PROGRAMA ACADÉMICO

Instituto Iberoamericano de Museología IBEROMUS

España-Portugal-Colombia-Costa Rica-Uruguay-Bolivia-Brasil-Venezuela-Rep. Dominicana-Panamá-Cuba-Honduras-Paraguay-
Argentina-Perú-Guatemala-Ecuador-Chile-México

Contacto: www.institutomuseologia.com info@institutomuseologia.com

Todos los derechos reservados©

TEMA 13: MARKETING CULTURAL.

1. La gestión moderna de marketing en los museos.
1.2 Marketing Cultural: cómo comercializar un producto en el sector creativo-cultural.
1.3 La planificación estratégica de marketing en la organización cultural. Especial referencia a los museos.
2. Modelo de planificación de estrategias de marketing en el sector cultural: 7 herramientas y 7 relaciones. Modelo 7+7.
3. El producto cultural y la industria cultural.
4. Planificación de servicios de innovación abierta en cultura: cambio de roles e incremento de la participación de los agentes de interés.
5. Gestión de relaciones con los consumidores: estrategias de desarrollo de públicos.
6. Gestión de relaciones con la competencia.
7. Gestión de servicios culturales: museos.
7.1 Tipos de beneficio que generan las acciones de marketing cultural.
7.2 Diseño del servicio en museos.
8. El precio de los museos.
9. La distribución en los museos.
10. La comunicación colaborativa: efectos sobre el producto, la producción y la difusión de actividades culturales.
Bibliografía.
Ejercicios de autoevaluación.
Práctica.

Instituto Iberoamericano de Museología IBEROMUS

España-Portugal-Colombia-Costa Rica-Uruguay-Bolivia-Brasil-Venezuela-Rep. Dominicana-Panamá-Cuba-Honduras-Paraguay-Argentina-Perú-Guatemala-Ecuador-Chile-México

Contacto: www.institutomuseologia.com info@institutomuseologia.com

Todos los derechos reservados©