

Curso de

MARKETING CULTURAL Y ESTRATEGIA DIGITAL

Modalidad presencial

Inicio: **02 de julio**

Horario: **martes de 7:00 a 10:10 p.m.(10 min de break)**

Modalidad virtual

Inicio: **08 de julio**

Horario: **lunes de 7:00 a 10:30 p.m.(30 min de break)**

Inicio: **julio 2024**

Duración : **24 horas**

Modalidad: **presencial y virtual**



CONSTRUYENDO
PUENTES
hacia nuestra
cultura

Te contamos sobre el curso

Tradicionalmente el marketing se ha visto ligado al aspecto comercial, sin embargo, las iniciativas culturales han aprovechado sus diferentes herramientas para visibilizar y encontrar nuevas formas de acercamiento con la audiencia, así como de buscar una relación sostenible con ella.

En este curso se revisarán los principios del marketing y cómo su aplicación es diferente en el entorno de los productos culturales. También se aprenderán conceptos básicos de proyectos de comunicación, revisión de sitios web y uso de las herramientas para la difusión de contenidos culturales multimedia en el mundo digital.



Modalidad presencial

- Lugar: **av. Paseo Colón 125. Museo de Arte de Lima.**
- Fechas: **12-jul | 9-jul | 16-jul | 30-jul | 13-ago | 20-ago | 27-ago | 3-sep de 2024.**

Modalidad virtual

- Lugar: **a través de la plataforma del MALI.**
- Fechas: **8-jul | 15-jul | 22-jul | 5-ago | 12-ago | 19-ago | 26-ago | 2-sep de 2024.**

¿Por qué estudiar en el MALI?

El **MALI** es reconocido como una institución de renombre en el campo del arte y la cultura. Su trayectoria y prestigio respaldan la calidad de la educación que recibirás en el **curso de marketing cultural y estrategia digital**.



Palacio de la Exposición

El MALI se encuentra en una de las edificaciones históricas más emblemáticas de Lima, reconocida por su contribución al arte y la cultura.



Exposiciones de arte y diseño

Tendrás acceso a las diferentes exposiciones y eventos que se realicen en nuestra institución, obteniendo una visión vanguardista del arte y el diseño.



Visión del arte y diseño

Serás parte en la preservación de la memoria local y la ampliación del acceso a las artes, contribuyendo a la reflexión sobre una historia común, a la formación de mejores ciudadanos y de una esfera pública sensible a las expresiones artísticas.



Maestros especializados

Contarás con una plana docente nacional e internacional especializada en el arte, diseño y cultura. Estos expertos compartirán su conocimiento, técnicas y experiencias para una educación de primer nivel.



Cursos prácticos

Como estudiante tendrás una formación de aprendizaje activo, a través de la resolución de problemas prácticos, poniendo a prueba constante los conocimientos adquiridos.



Extensión
Profesional

Competencias



El alumno desarrolla habilidades para identificar las necesidades culturales en públicos objetivos.



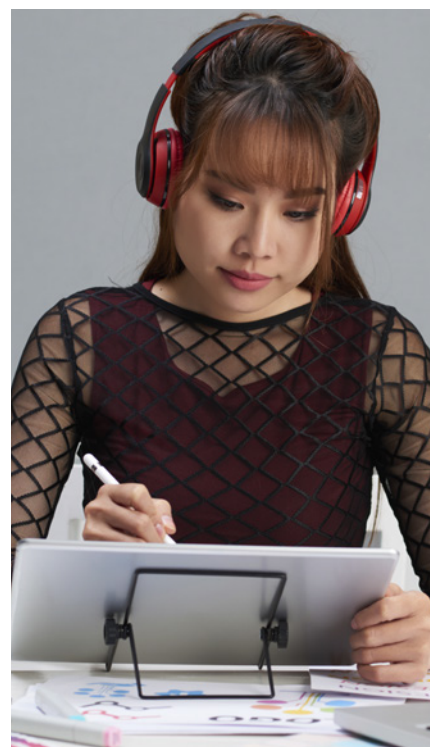
Identifica segmentos y mejora el posicionamiento de proyectos en espacios físicos y en línea.



Aplica el conocimiento en su quehacer cultural.

Dirigido a

El curso se ofrece a trabajadores de organizaciones culturales públicas y privadas, funcionarios de entidades e instancias regionales y municipales de cultura, profesionales con iniciativas en el sector cultural o áreas afines, profesionales de otros sectores interesados en la gestión cultural y personas interesadas en la gestión cultural.





Bachiller en Periodismo de la Pontificia Universidad Católica; Country Manager Perú de Impronta Comunicaciones. Premiado en PR (Relaciones Públicas) en Cannes Lions (Francia), Clío Awards (EE. UU.), El Ojo de Iberoamérica (Argentina) y Effie Awards (Perú); tras haber creado estrategias de difusión para marcas e instituciones como Mibanco, USAID, la FPC, Backus, BBVA, Natura; los ministerios de Turismo, Cultura, entre otros.

Redactor General de Marketing de El Comercio y de la página Publicidad & Marketing de dicho medio periodístico por ocho años. Profesor y ponente de publicidad y relaciones públicas. Músico y creador de contenidos.

Julio Pérez

Docente módulo 1 - presencial y virtual



Publicista por la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP). Cuenta con especialización digital en la University of San Francisco, la Universidad Austral de Argentina y la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC).

Ha sido parte del trabajo en digital con más de 30 marcas y tiene más de 10 años de experiencia. Laboró como coordinador de estrategia y contenidos digitales en el Ministerio de Cultura; coordinador de redes sociales en Latina (canal 2); consultor digital en La Tarumba y en la Sunedu; Social Media Manager de Conciertos Perú, Saga Falabella, Peugeot, entre otras marcas.

Viene ejerciendo la docencia en estrategia digital, social media, Community Management, estrategias publicitarias en diferentes universidades e institutos.

Daniel Vergaray

Docente módulo 2 - presencial



Profesional con más de 15 años de experiencia en las áreas de marketing y gestión comercial, con mayor énfasis en comunicación, account management y estrategia digital; experiencia desarrollada en mercados internacionales como Alemania, España, Italia y Perú.

Actualmente se desempeña como Business Director en Wunderman Thompson.

Carlos Rojas

Docente módulo 2 - virtual

Contenidos del curso

Módulo 1

Introducción

- Presentación del curso.
- Conceptos fundamentales de marketing.
- El mercado cultural y creativo.
- Distribución de bienes culturales.

Estrategia

- Estrategia y plan de marketing.
- Campañas de marketing y comunicación cultural.

Públicos y audiencias

- Desarrollo de públicos y audiencias.
- Hábitos de consumo y comportamientos del consumidor.
- Segmentación de mercados.
- Técnicas de investigación de mercados.

Identidad y difusión

- Estrategia de marca: identidad corporativa.
- Estrategia de promoción y herramientas de difusión: offline y online.

Módulo 2

Fundamentos de la comunicación digital

- Conceptos básicos de la publicación en línea.
- Conceptos teóricos y casos prácticos de proyectos culturales.

Planeamientos de comunicación para medios digitales

- Desarrollo de campañas comunicacionales en medios digitales.

Metodologías de segmentación de públicos objetivos

- Análisis de casos prácticos.
- Creación de planes estratégicos.
- Identificación de públicos dentro de los proyectos culturales.

Planeamientos de comunicación en las organizaciones culturales

- Análisis de proyectos de gestión cultural.
- Aplicación de herramientas de difusión y comunicación digital.
- Implementación de un plan de comunicación.

Certificación

Los estudiantes que aprueben el curso y participen en más del 50% de sesiones recibirán un certificado a nombre del MALI – Museo de Arte de Lima que indica las 24 horas de duración del curso.

Inscripción

Realizar el depósito o transferencia en la cuenta del MALI:

BCP AHORRO SOLES

Cuenta bancaria:

191-34389140-0-03

Cuenta interbancaria (CCI):

002 191 134389140003 51

ASOCIACIÓN MUSEO DE ARTE DE LIMA

RUC: 20168496690

Enviar el comprobante a **extension@mali.pe** junto con los siguientes datos del alumno:

- Nombres y apellidos completos
- DNI
- Teléfono móvil
- Correo electrónico
- Fecha de nacimiento
- Distrito de residencia
- Nombre del curso y horario elegido

Si te inscribes fuera de Perú, solicita el procedimiento a extension@mali.pe

** El MALI se reserva el derecho a reprogramar el inicio, en caso no cuente con un mínimo de inscripciones.*

Inversión

Pago al contado **S/890**

**Consulta nuestros descuentos por pronto pago y grupos corporativos.*

Informes

MALI Educación

✉ extension@mali.pe

☎ [Whatsapp: 922 171 175](https://www.whatsapp.com/business/profile/922171175)

Síguenos en:   

www.mali.pe/educacion

