

Curso de

# MARKETING CULTURAL Y ESTRATEGIA DIGITAL

## Modalidad presencial

Inicio: **02 de diciembre**

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

## Modalidad virtual

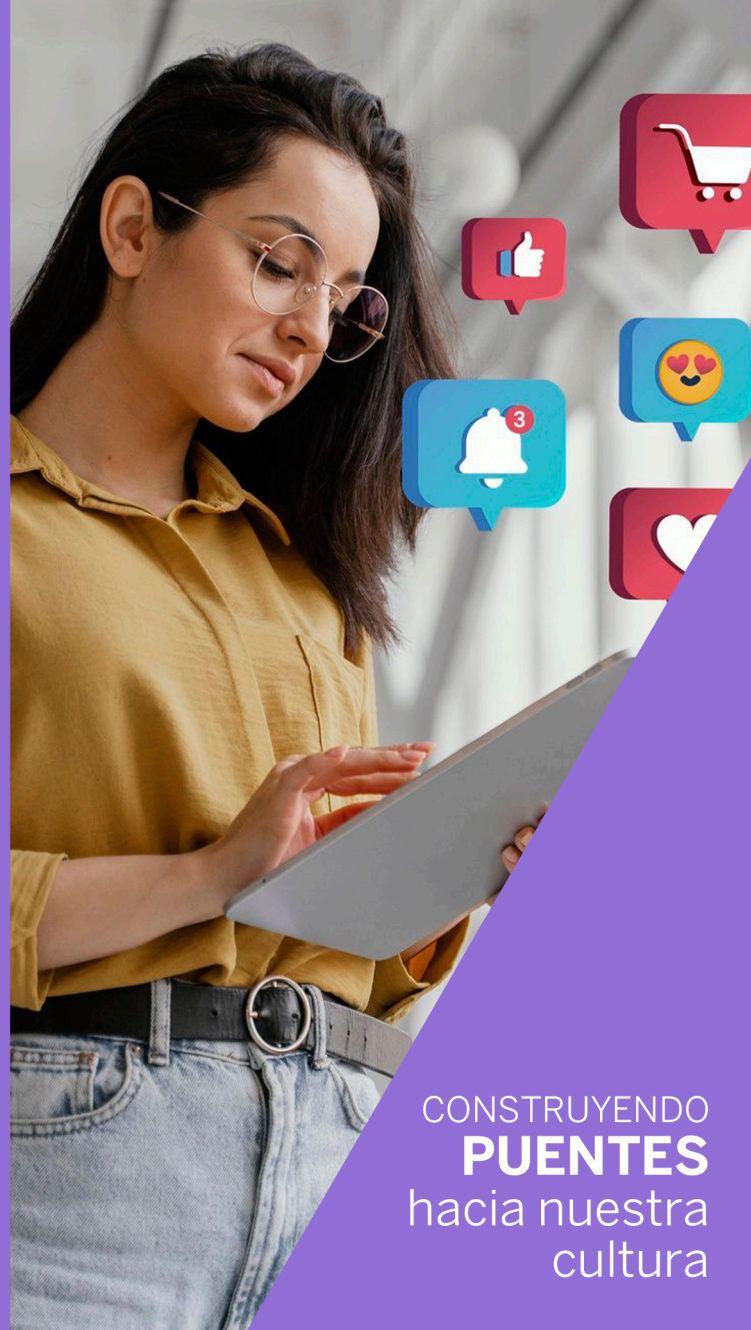
Inicio: **19 de noviembre**

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

Inicio: **noviembre 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: **02-dic | 16-dic | 23-dic de 2024 | 06-ene  
13-ene | 20-ene | 27-ene | 03-feb de 2025.**

## Modalidad virtual

- Lugar: **a través de la plataforma del MALI.**
- Fechas: **19-nov | 03-dic | 10-dic | 17-dic de 2024  
07-ene | 14-ene | 21-ene | 28-ene de 2025.**

# ¿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.



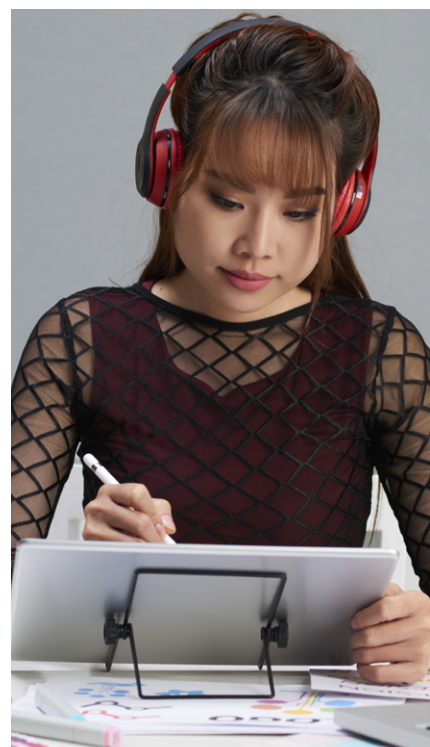
Identifica segmentos y mejora el posicionamiento de proyectos en espacios físicos y en línea.



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 Luna

Docente módulo 1 - presencial y virtual



## Daniel Vergaray

Docente módulo 2 - presencial

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.



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 en las organizaciones culturales

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

### 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.

## 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.



