



Masters Profesionales

Master en ICC: Gestión de Empresas Culturales y Creativas + 10
Créditos ECTS



INESEM
BUSINESS SCHOOL

INESEM BUSINESS SCHOOL

Índice

Master en ICC: Gestión de Empresas Culturales y Creativas + 10 Créditos ECTS

1. Sobre Inesem
2. Master en ICC: Gestión de Empresas Culturales y Creativas + 10 Créditos ECTS

[Descripción](#) / [Para que te prepara](#) / [Salidas Laborales](#) / [Resumen](#) / [A quién va dirigido](#) /

[Objetivos](#)

3. Programa académico
4. Metodología de Enseñanza
5. ¿Porqué elegir Inesem?
6. Orientacion
7. Financiación y Becas

SOBRE INESEM BUSINESS SCHOOL



INESEM Business School como Escuela de Negocios Online tiene por objetivo desde su nacimiento trabajar para fomentar y contribuir al desarrollo profesional y personal de sus alumnos. Promovemos ***una enseñanza multidisciplinar e integrada***, mediante la aplicación de ***metodologías innovadoras de aprendizaje*** que faciliten la interiorización de conocimientos para una aplicación práctica orientada al cumplimiento de los objetivos de nuestros itinerarios formativos.

En definitiva, en INESEM queremos ser el lugar donde te gustaría desarrollar y mejorar tu carrera profesional. ***Porque sabemos que la clave del éxito en el mercado es la "Formación Práctica" que permita superar los retos que deben de afrontar los profesionales del futuro.***



Master en ICC: Gestión de Empresas Culturales y Creativas + 10 Créditos ECTS



DURACIÓN	1500
PRECIO	1795 €
CRÉDITOS ECTS	10
MODALIDAD	Online

Entidad impartidora:



INESEM
BUSINESS SCHOOL

Programa de Becas / Financiación 100% Sin Intereses

Titulación Masters Profesionales

Titulación Múltiple:

- Título Propio Master en ICC: Gestión de Empresas Culturales y Creativas expedido por el Instituto Europeo de Estudios Empresariales (INESEM). "Enseñanza no oficial y no conducente a la obtención de un título con carácter oficial o certificado de profesionalidad."
- Título Propio Universitario en Gestión de Entidades no Lucrativas expedido por la Universidad Antonio de Nebrija con 5 créditos ECTS
- Título Propio Universitario en Social Media Management expedido por la Universidad Antonio de Nebrija con 5 créditos ECTS

Resumen

Al finalizar el Master en ICC: Gestión de Empresas Culturales y Creativas, los alumnos estarán capacitados para asumir la organización, planificación e implementación de proyectos dirigidos a la promoción de la cultura a través de la realización de eventos, actos y actividades, así como la dirección y gestión financiera y administrativa de estos proyectos. Prepárate para asumir los riesgos que la planificación de actividades culturales supone en los tiempos que corren por la precariedad de subvenciones y ayudas para su implementación. Nuestro alumnado estará preparado para asumir la responsabilidad de las decisiones estratégicas que se adopten, gestionar los equipos de trabajo, los recursos humanos y materiales que se precisen para la implementación de estas actividades culturales.

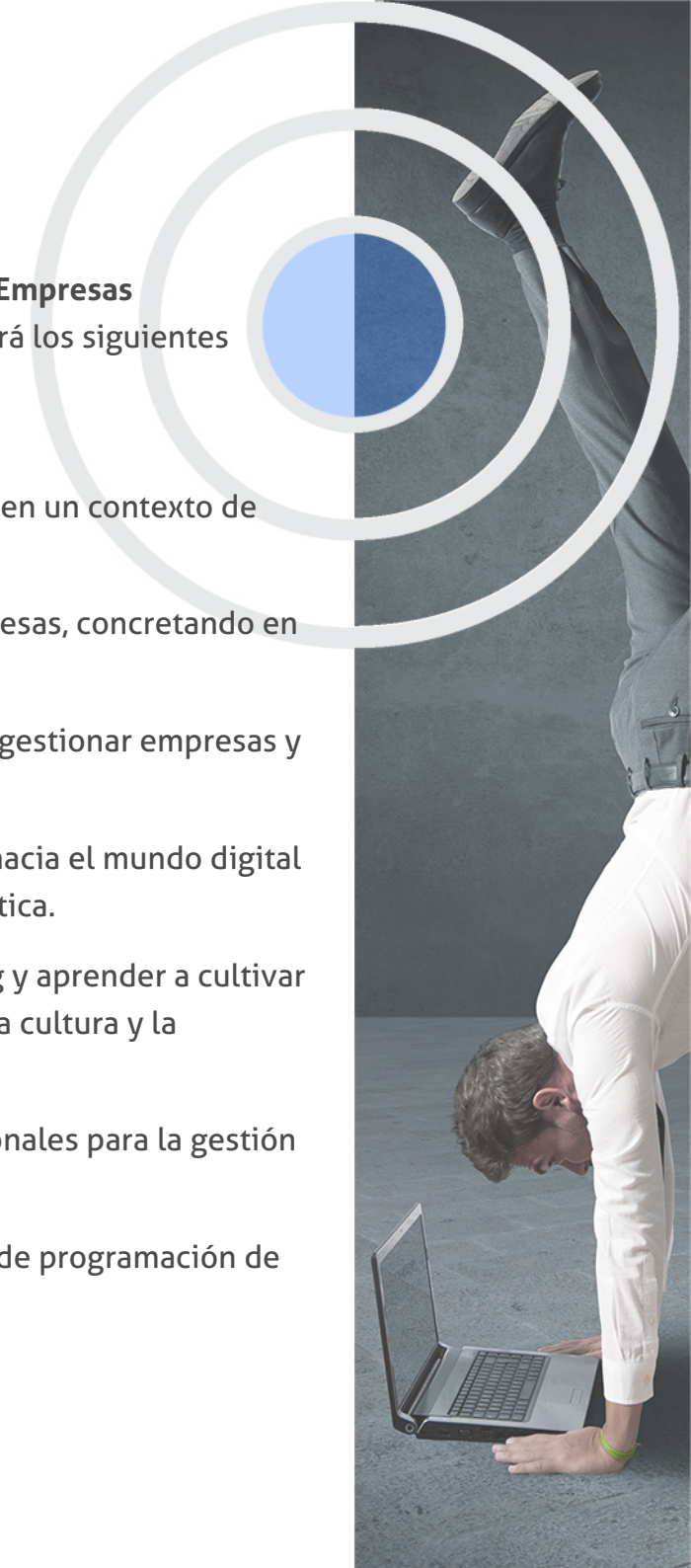
A quién va dirigido

El Master en ICC: Gestión de Empresas Culturales y Creativas está dirigido principalmente a todos aquellos profesionales dedicados al mundo de la cultura, el arte y el espectáculo, así como a aquellas personas que deseen adquirir la formación necesaria para embarcarse en la gestión de proyectos culturales y creativos.

Objetivos

Con el Masters Profesionales **Master en ICC: Gestión de Empresas Culturales y Creativas + 10 Créditos ECTS** usted alcanzará los siguientes objetivos:

- Aprender a diseñar y ejecutar proyectos culturales en un contexto de práctica profesional especializada.
- Conocer el marco jurídico para la creación de empresas, concretando en la creación de industrias culturales y creativas.
- Adquirir las habilidades y técnicas necesarias para gestionar empresas y diseñar proyectos culturales.
- Comprender la necesidad del avance empresarial hacia el mundo digital y adquirir los conocimientos para ponerlos en práctica.
- Conocer los aspectos fundamentales del marketing y aprender a cultivar nuestra propia marca de empresa orientada hacia la cultura y la creatividad.
- Desarrollar las competencias personales y profesionales para la gestión económico-financiera de empresas.
- Gestionar y dirigir proyectos de tipo informático y de programación de software con sus particularidades.





¿Y, después?

Para qué te prepara

El Master en ICC: Gestión de Empresas Culturales y Creativas te dotará de la formación necesaria para gestionar empresas o negocios de las industrias creativas y culturales. Empezando por la actividad de este sector y su trayectoria histórica, aprenderás cómo diseñar proyectos culturales, las habilidades necesarias para hacerlo, el marco jurídico en el que se encuadra esta actividad empresarial y todo lo necesario sobre gestión económico-financiera. Además de comunicación y marketing.

Salidas Laborales

Con el Master en ICC: Gestión de Empresas Culturales y Creativas podrás emprender y formar tu propia empresa dedicada a la gestión de las industrias creativas y culturales o trabajar en aquellas ya existentes que se dediquen a este sector. También te va a permitir participar en el diseño, desarrollo y gestión de proyectos culturales.

¿Por qué elegir INESEM?



PROGRAMA ACADÉMICO

Master en ICC: Gestión de Empresas Culturales y Creativas + 10 Créditos ECTS

Módulo 1. **Creación de empresas**

Módulo 2. **Sectores económicos de la propiedad intelectual**

Módulo 3. **Gestión de festivales de música en directo**

Módulo 4. **Gestión de entidades no lucrativas**

Módulo 5. **Diseño de proyectos culturales**

Módulo 6. **Organización de eventos deportivos**

Módulo 7. **Social media management**

Módulo 8. **Branding y gestión de marca**

Módulo 9. **Proyecto final de máster**

Módulo 1. Creación de empresas

Unidad didáctica 1. Actitud y capacidad emprendedora

1. Evaluación del potencial emprendedor
2. Variables que determinan el éxito en el pequeño negocio o microempresa
3. Empoderamiento

Unidad didáctica 2. Análisis de oportunidades e ideas de empresa

1. Identificación de oportunidades e ideas de negocio
2. Análisis DAFO de la oportunidad e idea negocio
3. Análisis del entorno de la empresa
4. Análisis de decisiones previas
5. Plan de acción

Unidad didáctica 3. Estrategias de marketing en empresas

1. Planificación y marketing
2. Determinación de la cartera de productos
3. Gestión estratégica de precios
4. Canales de comercialización
5. Comunicación e imagen de negocio
6. Estrategias de fidelización y gestión de clientes

Unidad didáctica 4. Planificación económico-financiera previsional de la actividad económica en empresas

1. Características y funciones de los presupuestos
2. El presupuesto financiero
3. Estructura y modelos de los estados financieros previsionales
4. Características de las principales magnitudes contables y masas patrimoniales
5. Estructura y contenido básico de los estados financiero-contables previsionales y reales
6. Memoria
7. Ejercicio Resuelto. Cuentas de Activo, Pasivo y Patrimonio Neto

Unidad didáctica 5. Planificación y organización de los recursos en una empresa

1. Componentes básicos de una empresa: Recursos Materiales y Humanos
2. Sistemas: planificación, organización, información y control
3. Recursos económicos propios y ajenos
4. Los procesos internos y externos en la pequeña empresa o microempresa
5. La estructura organizativa de la empresa
6. Variables a considerar para la ubicación del pequeño negocio o microempresa
7. Decisiones de inversión en instalaciones, equipamientos y medios
8. Control de gestión de la empresa
9. Identificación de áreas críticas

Unidad didáctica 6.

Rentabilidad y viabilidad del negocio o empresa

1. Instrumentos de análisis: ratios financieros, económicos y de rotación más importantes
2. Tipos de equilibrio patrimonial y sus efectos en la estabilidad de la empresa
3. Rentabilidad de proyectos de inversión: VAN y TIR
4. Aplicaciones ofimáticas específicas de cálculo financiero
5. Ejercicio Resuelto. Rentabilidad y Viabilidad del Negocio o Empresa

Unidad didáctica 7.

Constitución jurídica de una empresa

1. Clasificación de las empresas
2. Tipos de sociedades mercantiles más comunes en empresas
3. La forma jurídica de sociedad: exigencias legales, fiscales, responsabilidad frente a terceros y capital social
4. La elección de la forma jurídica de la empresa
5. Ejercicio Resuelto: Obligaciones contables y fiscales de las Empresas

Unidad didáctica 8.

Plan de negocio de la empresa

1. Finalidad del Plan de Negocio
2. Previsión y planificación económica
3. La búsqueda de financiación
4. Presentación del plan de negocio y sus fases
5. Instrumentos de edición y presentación de la información
6. Presentación y divulgación del Plan de Negocio a terceros
7. Ejercicio Resuelto. Plan de Negocio de la Empresa

Unidad didáctica 9.

Inicio de la actividad económica en una empresa

1. Trámites de constitución según la forma jurídica
2. La seguridad social: Altas, bajas, inscripción de la empresa, cese de trabajadores
3. Organismos públicos relacionados con la constitución, puesta en marcha y modificación de las circunstancias jurídicas de empresas
4. Los registros de propiedad y sus funciones
5. Los seguros de responsabilidad civil en empresas
6. Trámites telemáticos en el Sistema CIRCE

Módulo 2.

Sectores económicos de la propiedad intelectual

Unidad didáctica 1.

Industria musical

1. La Industria Musical: Introducción
2. Obras musicales
3. Editor musical y productor fonográfico
4. Artistas intérpretes
5. Videoclips y sincronizaciones
6. Mánagers y promotores de conciertos. Contratos 360º
7. Entidades de Gestión en la Industria Musical
8. Nueva Directiva sobre los derechos de autor en el mercado único digital 2016/0280 y su aplicación a los autores, artistas e intérpretes
9. Video tutorial: Estatuto del Artista

Unidad didáctica 2.

Industria cinematográfica y teatral

1. La Ley del Cine y su Reglamento
2. Obras cinematográficas
3. Coautores de obras audiovisuales
4. Contratación audiovisual y Contrato en la Industria Cinematográfica. Coproducción Audiovisual y Cinematográfica
5. Productores cinematográficos
6. Financiación de obras cinematográficas
7. Formatos televisivos
8. La industria del cine en España. Entidades de gestión
9. Obras teatrales y dramático-musicales. Obras de Gran Derecho en SGAE

Unidad didáctica 3.

Editoriales y prensa

1. La Industria editorial: Aproximación
2. Empresas editoriales
3. Contrato Editorial
4. El Derecho de Traducción
5. Prensa y Propiedad Intelectual
6. La tasa Google

Unidad didáctica 4.

Videoguegos, software e internet como sector económico en la propiedad intelectual

1. Software
2. Videoguegos
3. Páginas Web
4. Medidas tecnológicas de protección en la LPI
5. Bases de datos
6. Video Tutorial: Jurisprudencia aplicada al sector

Módulo 3.

Gestión de festivales de música en directo

Unidad didáctica 1.

Música en directo los festivales en la actualidad

1. Contextualización
2. Historia de los festivales en España
3. Factores clave en los festivales musicales
4. Misión y orientaciones de un festival
5. Impacto turístico
6. Impacto económico

Unidad didáctica 2.

Organización de festivales

1. Aspectos a tener en cuenta
2. Actividades clave a la hora de organizar un festival de música
3. Pasos a seguir para la organización de un festival de música

Unidad didáctica 3.

Aspectos técnicos

1. Derechos de autor y SGAE
2. Grabación de las actuaciones
3. Derechos de imagen
4. Web del festival
5. Permisos, licencias y seguros
6. Marca registrada

Unidad didáctica 4.

Contratación

1. Tipo de contratación
2. Proceso de contratación
3. Contratación de artistas extranjeros
4. Estructura de un contrato por parte de la organización
5. Contratación pública: Licitaciones

Unidad didáctica 5.

Gestión económico-financiera de festivales

1. Ingresos, gastos y presupuesto
2. Políticas de precios y abonos
3. Patrocinadores
4. Reventa de entradas
5. IVA y control de facturas
6. Incentivos fiscales para la música en directo

Unidad didáctica 6.

Consumidores y usuarios: normativa de aplicación en el sector

1. Derechos del público
2. Protección de datos
3. Hojas de reclamación y denuncias ante Consumo

Módulo 4.

Gestión de entidades no lucrativas

Unidad didáctica 1.

La gestión de las entidades voluntarias asociaciones, fundaciones, ongs y otras entidades

1. Introducción a las entidades voluntarias
2. Teorías que justifican su desarrollo
3. Delimitación del Tercer Sector
4. Situación internacional del Tercer Sector
5. Tercer Sector en España
6. Importancia de la comunicación en el Tercer Sector
7. Recursos humanos de las entidades sin ánimo de lucro
8. Gestión de las entidades no lucrativas
9. El voluntariado
10. 10. Las asociaciones
11. 11. Las fundaciones
12. 12. El marco legal

Unidad didáctica 2.

Dirección estratégica de rrhh en las enl

1. Conceptualización
2. Perspectivas en la dirección estratégica de los recursos humanos
3. La relación entre la estrategia empresarial y la de recursos humanos
4. Modelos de gestión estratégica de RRHH
5. Proceso de RRHH
6. Barreras a la RRHH
7. Características de los recursos humanos de las ENL
8. 8.El recurso humano de una ENL: personal voluntario y asalariado
9. Plan de Gestión de Personal
10. La importancia de la participación del personal en las ENL

Unidad didáctica 3.

Introducción a las competencias en enl

1. Las competencias, un nuevo enfoque para la gestión empresarial
2. Competencias en el contexto laboral
3. ¿Cómo se adquieren las competencias?
4. Competencias. Tipología y significado
5. Competencias en las ENL

Unidad didáctica 4.

La motivación en la enl

1. Teorías de la Motivación
2. Tipos de motivación y estándares de eficacia
3. Motivación en Entidades sin Ánimo de Lucro

Unidad didáctica 5.

Comunicación interna y externa en enl

1. Importancia de la comunicación en la empresa
2. Comunicación interna
3. Herramientas de comunicación
4. Plan de comunicación interna
5. La comunicación externa
6. Cultura empresarial o corporativa
7. Clima laboral
8. Motivación y satisfacción en el trabajo
9. La importancia de la comunicación externa en las ENL
10. Características de la comunicación externa de las ENL. Diferencias con respecto a las empresas

Unidad didáctica 6.

Principios fundamentales de la gestión de proyectos en enl

1. La naturaleza del proyecto
2. Las características de un proyecto
3. Los fundamentos de la gestión de proyectos
4. Las condiciones de una gestión eficaz
5. Principios necesarios para una gestión exitosa de proyectos
6. Los proyectos solidarios

Unidad didáctica 7.

Financiación de las ong subvenciones y su concesión a las ong

1. Financiación de las ONG
2. La Ley General de Subvenciones
3. Financiación de las entidades sin ánimo de lucro
4. Organismos convocantes de subvenciones
5. Selección de proyectos
6. Bases de la Administración General y presentación de proyectos de Cooperación Internacional
7. Subvenciones y ayudas gestionadas por la AECID. Justificación económica y técnica de proyectos
8. La fiscalidad de las ENL

Unidad didáctica 8.

Área de gestión de calidad en una enl

1. Generalidades. Por qué implantar un sistema de gestión de calidad en una ENL
2. Las etapas para la implantación de un sistema de calidad
3. Participación del personal en el sistema de calidad
4. Seguimiento y medición del sistema de calidad

Módulo 5.

Diseño de proyectos culturales

Unidad didáctica 1.

Marco normativo y políticas culturales

1. Política cultural y empresarial
2. Políticas aplicables al desarrollo de una programación cultural
3. Sectores para la intervención cultural
4. Marcos institucionales
5. Diseño de organizaciones
6. Procesos administrativos

Unidad didáctica 2.

Política y gestión cultural

1. Bases jurídicas para la gestión cultural
2. Evolución histórico-teórica de la Gestión Cultural
3. Gestión Estratégica en las Organizaciones Estratégicas
4. Infraestructuras Culturales
5. Identificación y Clasificación de las infraestructuras
6. Planificación y Gestión de Espacios y Tiempos
7. La Gestión de Calidad
8. Criterios de valoración económica en productos culturales
9. La sociedad de la información en la gestión cultural
10. Nuevas tecnologías para la gestión, difusión y evaluación de la cultura

Unidad didáctica 3.

Desarrollo, técnicas y planificación aplicadas a la gestión cultural

1. Bases para la programación cultural
2. Proceso de valoración de los factores del medio

Unidad didáctica 4.

Organización y programación de actividades y eventos

1. Desarrollo e implementación de la programación
2. Organización de actividades y eventos
3. Diseño, ejecución y cierre de un proyecto

Unidad didáctica 5.

Evaluación de la gestión cultural

1. Desarrollo y proceso de evaluación
2. Transmisión e interpretación de los resultados

Unidad didáctica 6.

Recursos de la programación cultural

1. Planificación e implementación de eventos culturales
2. Organización, puesta en marcha y finalización de eventos culturales
3. Técnicas de recogida de información
4. Plantillas para la organización del evento cultural donde se desglosen y planifiquen las funciones requeridas
5. Instrumentos de recogida información
6. Elaboración de: cronogramas, inventarios y relaciones de infraestructuras de espacios culturales

Unidad didáctica 7.

Recursos humanos en la programación cultural

1. Elementos que conforman la gestión de recursos humanos
2. Mecanismos de colaboración con responsables de cultura
3. Procedimientos para el diseño de presupuestos públicos: conocimiento, aplicación y bases de ejecución
4. Sistemas de gestión y organización de los recursos disponibles para optimizar costes

Unidad didáctica 8.

Introducción a la animación cultural

1. Definición y rasgos de la política cultural y de animación
2. Identificación de los productos culturales
3. Animación y acción cultural

Unidad didáctica 9.

Implementación y evaluación de actividades de animación cultural

1. Contextualización de las actividades de animación cultural
2. Estructuración de proyectos contextualizados en la animación cultural
3. Elaboración de una guía para realizar la programación de actividades de animación cultural
4. Identificación de los problemas operativos en la puesta en práctica del proyecto de animación cultural

Unidad didáctica 10.

La puesta en práctica de la animación sociocultural recursos

1. Aplicación de recursos materiales, técnicos y de seguridad
2. Elaboración de presupuestos relativos al desarrollo de los proyectos de animación
3. Gestión de los recursos humanos: voluntarios "amateurs" y profesionales
4. Mecanismos de formación de los recursos humanos en el ámbito de la animación cultural

Módulo 6.

Organización de eventos deportivos

Unidad didáctica 1.

Preparación de eventos

1. La reunión y sus tipos
2. Diferentes tipos de reuniones atendiendo a sus características
3. Conceptos básicos y terminología
4. Requisitos a tener en cuenta en la preparación de reuniones
5. Principales fases de una reunión

Unidad didáctica 2.

Tipos, requerimientos y gestión de eventos

1. Clasificación de los diferentes tipos de eventos
2. Cómo organizar un evento
3. Requerimientos indispensables en la contratación del servicio
4. Gestión económica Pagos y cobros

Unidad didáctica 3.

La importancia de las relaciones públicas en el desarrollo de los eventos

1. Las relaciones públicas Concepto y principales funciones
2. La campaña de relaciones públicas

Unidad didáctica 4.

El diseño y elaboración de eventos deportivos

1. Protocolos y homenajes
2. Principios fundamentales en la gestión de un evento deportivo
3. El marketing en la organización de eventos deportivos
4. Cómo elaborar presupuestos
5. Comité de dirección y coordinación

Unidad didáctica 5.

Planificación y procesos en la gestión de eventos deportivos

1. El plan estratégico
2. La planificación y sus fases
3. Fines, objetivos y metas de la planificación deportiva
4. La planificación temporal y geográfica
5. Protocolo de planificación
6. Gestión del deporte y uso de instalaciones
7. Oferta y demanda
8. Características del proyecto deportivo
9. La importancia de una buena dirección de proyectos

Unidad didáctica 6.

Dirección y gestión de infraestructuras deportivas

1. Funciones de la dirección
2. Funciones de la subdirección
3. Funciones del departamento de mantenimiento de infraestructuras
4. Funciones de la subdirección de proyectos
5. Funciones del departamento de seguimiento
6. Funciones de la subdirección de administración y finanzas
7. Funciones del departamento de recursos materiales
8. Funciones del departamento de recursos financieros
9. Funciones del departamento de recursos humanos

Unidad didáctica 7.

Publicidad y patrocinio de eventos deportivos

1. Los medios de patrocinio deportivo
2. Los medios de patrocinio deportivo en España
3. La publicidad de eventos deportivos
4. La oferta de patrocinio
5. Requisitos de los patrocinadores

Unidad didáctica 8.

Los beneficios y repercusiones de la organización de eventos deportivos

1. Aportaciones socioeconómicas y mejoras en los espacios de realización de eventos
2. Aspectos beneficiosos de la realización de eventos desde un punto de vista sociopolítico
3. Repercusión de la realización de eventos deportivos

Módulo 7.

Social media management

Unidad didáctica 1.

Introducción y contextualización del social media

1. Tipos de redes sociales
2. La importancia actual del social media
3. Prosumer
4. Contenido de valor
5. Marketing viral
6. La figura del Community Manager
7. Social Media Plan
8. Reputación Online

Unidad didáctica 2.

Gestión de facebook

1. Primeros pasos con Facebook
2. Facebook para empresas
3. Configuración de la Fanpage
4. Configuración de mensajes: Facebook Messenger
5. Tipo de publicaciones
6. Creación de eventos
7. Facebook Marketplace
8. Administración de la página
9. Facebook Insights

Unidad didáctica 3.

Gestión de instagram

1. Introducción a Instagram
2. Instagram para empresas
3. Creación de contenido
4. Uso de Hashtags
5. Instagram Stories
6. Herramientas creativas
7. Colaboración con influencers
8. Principales estadísticas

Unidad didáctica 4.

Gestión de twitter

1. Introducción a Twitter
2. Elementos básicos de Twitter
3. Twitter para empresas
4. Servicio de atención al cliente a través de Twitter
5. Contenidos
6. Uso de Hashtags y Trending Topic
7. Twitter Analytics
8. TweetDeck
9. Audiense
10. Hootsuite
11. Bitly

Unidad didáctica 5.

Gestión de linkedin

1. Introducción a LinkedIn
2. LinkedIn para empresas
3. Creación de perfil y optimización
4. Grupos
5. SEO para LinkedIn
6. Analítica en LinkedIn
7. LinkedIn Recruiter

Unidad didáctica 6.

Gestión de youtube

1. Introducción a Youtube
2. Vídeo Marketing
3. Crear una canal de empresa
4. Optimización del canal
5. Creación de contenidos
6. Gestión de comentarios
7. Youtube Analytics
8. Youtube vs Vimeo
9. Keyword Tool
10. Youtube Trends

Unidad didáctica 7.

Publicidad social media- facebook ads

1. Introducción a Facebook Ads
2. Tipos de Campañas y objetivos publicitarios
3. Segmentación: públicos
4. Presupuesto
5. Formatos de anuncios
6. Ubicaciones
7. Administrador de anuncios
8. Seguimiento y optimización de anuncios
9. Power Editor
10. Pixel de Facebook

Unidad didáctica 8.

Publicidad social media- instagram ads

1. Introducción a Instagram Ads
2. Objetivos publicitarios
3. Tipos de anuncios
4. Administrador de anuncios
5. Presupuesto
6. Instagram Partners
7. Segmentación

Unidad didáctica 9.

Publicidad social media- twitter ads

1. Objetivos publicitarios
2. Audiencias en Twitter
3. Tipos de anuncios
4. Administrador de anuncios
5. Creación de campañas y optimización
6. Twitter Cards
7. Instalación código de seguimiento
8. Listas de remarketing

Unidad didáctica 10.

Publicidad social media- linkedin ads

1. Introducción a LinkedIn Ads
2. Formatos de anuncios
3. Objetivos publicitarios
4. Creación de campañas
5. Segmentación
6. Presupuesto
7. Seguimiento y medición de resultados

Unidad didáctica 11.

Publicidad social media- publicidad en youtube

1. Ventajas de la publicidad en Youtube
2. Youtube y Google Adwords
3. Tipos de anuncios en Youtube
4. Campaña publicitarias en Youtube con Google Adwords
5. Creación de anuncios desde Youtube

Módulo 8.

Branding y gestión de marca

Unidad didáctica 1.

¿qué es una marca? definición e integrantes

1. ¿Qué es una marca?
2. Personalidad y estructura de marca

Unidad didáctica 2.

El proceso de creación de la marca

1. La planificación estratégica
2. Brand equity o el valor de marca
3. Marcas corporativas y marcas producto

Unidad didáctica 3.

La marca y su comunicación

1. Métodos tradicionales
2. La presencia de la marca en el Medio Online
3. La imagen como comunicadora

Unidad didáctica 4.

Estrategias y gestión de marca

1. Modelo de arquitectura de marcas
2. El brand manager como gestor
3. Brand meaning management-identidad de marca
4. El storytelling
5. Branded content y product placement
6. Personal branding - cómo crear tu propia marca
7. Otras manifestaciones - cool hunting, detección de insight
8. El packaging como motivo de compra
9. Merchandising o la marca convertida en producto
10. Servicios de información tecnológica de la OEPM

Módulo 9.

Proyecto final de máster

metodología de aprendizaje

La configuración del modelo pedagógico por el que apuesta INESEM, requiere del uso de herramientas que favorezcan la colaboración y divulgación de ideas, opiniones y la creación de redes de conocimiento más colaborativo y social donde los alumnos complementan la formación recibida a través de los canales formales establecidos.



Con nuestra metodología de aprendizaje online, el alumno comienza su andadura en INESEM Business School a través de un campus virtual diseñado exclusivamente para desarrollar el itinerario formativo con el objetivo de mejorar su perfil profesional. El alumno debe avanzar de manera autónoma a lo largo de las diferentes unidades didácticas así como realizar las actividades y autoevaluaciones correspondientes.

El equipo docente y un tutor especializado harán un *seguimiento exhaustivo*, evaluando todos los progresos del alumno así como estableciendo una línea abierta para la resolución de consultas.

Nuestro sistema de aprendizaje se fundamenta en *cinco pilares* que facilitan el estudio y el desarrollo de competencias y aptitudes de nuestros alumnos a través de los siguientes entornos:

Secretaría

Sistema que comunica al alumno directamente con nuestro asistente virtual permitiendo realizar un seguimiento personal de todos sus trámites administrativos.

Campus Virtual

Entorno Personal de Aprendizaje que permite gestionar al alumno su itinerario formativo, accediendo a multitud de recursos complementarios que enriquecen el proceso formativo así como la interiorización de conocimientos gracias a una formación práctica, social y colaborativa.

Revista Digital

Espacio de actualidad donde encontrar publicaciones relacionadas con su área de formación. Un excelente grupo de colaboradores y redactores, tanto internos como externos, que aportan una dosis de su conocimiento y experiencia a esta red colaborativa de información.

Webinars

Píldoras formativas mediante el formato audiovisual para complementar los itinerarios formativos y una práctica que acerca a nuestros alumnos a la realidad empresarial.

Comunidad

Espacio de encuentro que permite el contacto de alumnos del mismo campo para la creación de vínculos profesionales. Un punto de intercambio de información, sugerencias y experiencias de miles de usuarios.



Revista Digital

Secretaría

5

pilares del método

Campus Virtual

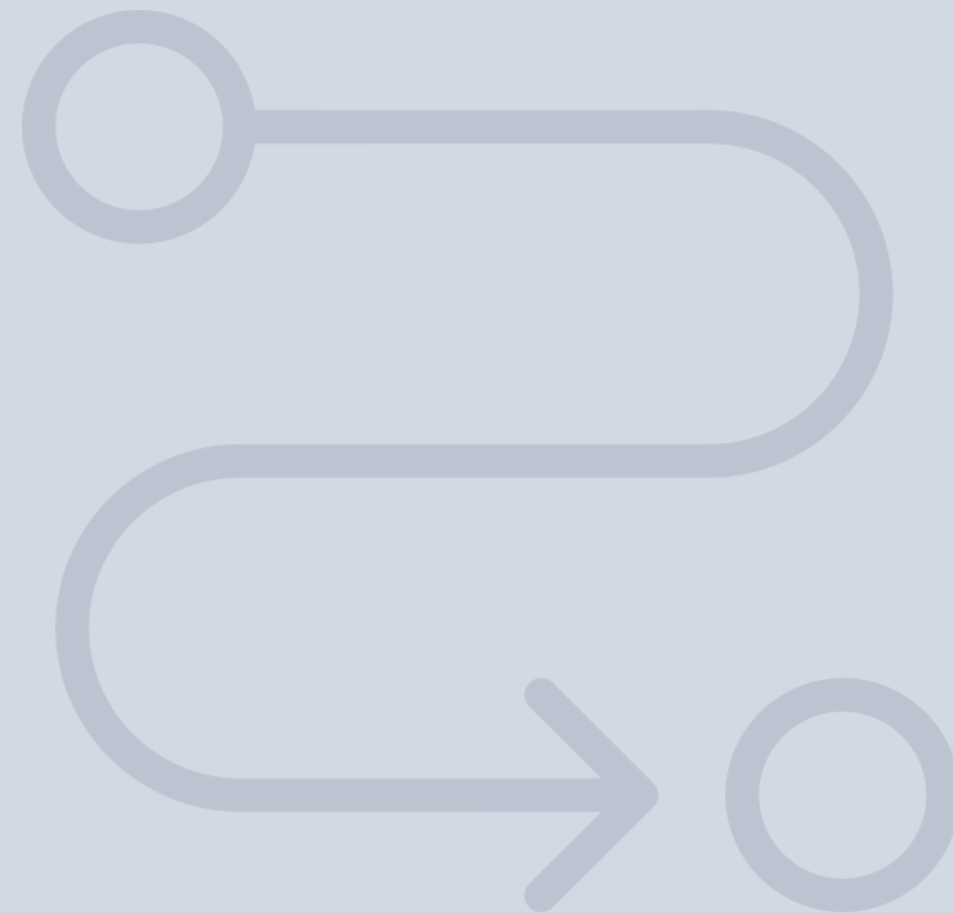
Comunidad

Webinars



SERVICIO DE **Orientación** de Carrera

Nuestro objetivo es el asesoramiento para el desarrollo de tu carrera profesional. Pretendemos capacitar a nuestros alumnos para su adecuada adaptación al mercado de trabajo facilitándole su integración en el mismo. Somos el aliado ideal para tu crecimiento profesional, aportando las capacidades necesarias con las que afrontar los desafíos que se presenten en tu vida laboral y alcanzar el éxito profesional. Gracias a nuestro Departamento de Orientación de Carrera se gestionan más de 500 convenios con empresas, lo que nos permite contar con una plataforma propia de empleo que avala la continuidad de la formación y donde cada día surgen nuevas oportunidades de empleo. Nuestra bolsa de empleo te abre las puertas hacia tu futuro laboral.



Financiación y becas

En INESEM

Ofrecemos a nuestros alumnos facilidades económicas y financieras para la realización del pago de matrículas,

todo ello
100%
sin intereses.

INESEM continúa ampliando su programa de becas para acercar y posibilitar el aprendizaje continuo al máximo número de personas. Con el fin de adaptarnos a las necesidades de todos los perfiles que componen nuestro alumnado.



20%	Beca desempleo	Para los que atraviesen un periodo de inactividad laboral y decidan que es el momento idóneo para invertir en la mejora de sus posibilidades futuras.
15%	Beca emprende	Nuestra apuesta por el fomento del emprendimiento y capacitación de los profesionales que se han aventurado en su propia iniciativa empresarial.
10%	Beca alumnos	Como premio a la fidelidad y confianza de los alumnos en el método INESEM, ofrecemos una beca a todos aquellos que hayan cursado alguna de nuestras acciones formativas en el pasado.

Masters Profesionales

Master en ICC: Gestión de Empresas Culturales y
Creativas + 10 Créditos ECTS

Impulsamos tu carrera profesional



INESEM
BUSINESS SCHOOL

www.inesem.es



958 05 02 05 formacion@inesem.es

INSTITUTO EUROPEO DE ESTUDIOS EMPRESARIALES S.A.U
Camino de la Torrecilla N.º 30, Edificio Innova, Oficina 34
C.P. 18.200, Maracena (Granada)

Gestionamos acuerdos con más de 2000 empresas y tramitamos más de 500 ofertas profesionales al año.
Facilitamos la incorporación y el desarrollo de los alumnos en el mercado laboral a lo largo de toda su carrera profesional.