

ANÁLISIS DE MERCADO DE PRODUCTOS CULTURALES



SKU: CT0548

Horas: 20

CONTENIDO

1. Caracterización de la programación cultural.
 - 1.1. Técnicas de formulación de objetivos en la programación cultural.
 - 1.2. Identificación de elementos derivados de la aplicación de las técnicas del análisis de mercado de programas y productos culturales.
 - 1.3. Valoración de la temporalización óptima para desarrollar una programación cultural.
2. Técnicas para el conocimiento del medio y de las organizaciones.
 - 2.1. Análisis de los segmentos de mercado existentes y clientes potenciales.
 - 2.2. Identificación de tipología de usuarios o consumidores culturales y su correspondencia con los productos culturales más demandados.
 - 2.3. Identificación de las preferencias de los consumidores culturales.
 - 2.4. Metodología para el análisis interno-externo de organizaciones.
 - 2.5. Análisis y selección del público objetivo de la acción.
 - 2.6. Metodología de análisis DAFO.
 - 2.7. Técnicas para la elaboración de informes de oportunidades de mercado.