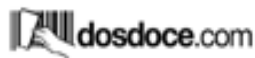


# Máster en Cultura Digital



Temario Resumido

## Máster en Cultura Digital

### MÓDULO 1. LA CULTURA EN LA ERA DIGITAL

- El impacto de las tecnologías de información y comunicación en la cultura.
- ¿Qué entendemos por cultura digital?
- Tendencias de las industrias culturales en el marco de la Sociedad de la Información.
- Los nuevos paradigmas culturales: el paso de la cultura analógica a la digital.
- Cultura digital y nuevas identidades culturales.
- Los bienes y los objetos culturales cuestionados.
- Evolución del concepto de público: el nuevo papel del receptor, espectador, lector y consumidor.
- Un nuevo espacio cognitivo y participativo a través de las pantallas

### MÓDULO 2. SERVICIOS Y PROGRAMACIONES CULTURALES EN LA ERA DIGITAL

- Reflexión sobre el impacto de la tecnología en los servicios y programaciones culturales.
- Aspectos que han de tenerse en cuenta a la hora de diseñar y poner en marcha servicios y programaciones culturales.
- Contextualización. Análisis del marco de desarrollo del servicio / programación: contexto, público objetivo.
- Definición. Definición del servicio / programación: objetivos generales y específicos; estrategias, actuaciones y dinámicas para la consecución de los objetivos; mecanismos y herramientas de medición y evaluación de resultados.
- Planificación. Identificación de los perfiles profesionales que intervienen en el servicio / programación: estimación de coste y carga de trabajo; y valoración de medios materiales necesarios: presupuesto global, cronograma o calendario del proyecto; aplicaciones y herramientas de

apoyo.

- Organización. Asignación de tareas y plazos.
- Control. Medición y evaluación de resultados: puntos fuertes y puntos de mejora.
- Presentación. Presentación del servicio / programación: herramientas de comunicación y marketing.
- Trabajo con supuestos prácticos.

### MÓDULO 3. DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DE LA OFERTA CULTURAL EN LA ERA DIGITAL

- Estructuras híbridas: Hacia una mayor flexibilización, apertura y versatilidad de la acción cultural.
- Oportunidades y ventajas para las industrias culturales en la era digital.
- Nuevos modelos de políticas y modelos culturales en la sociedad actual.
- Relectura de los planes estratégicos y proyectos de gestión cultural de las industrias creativas y culturales.
- Los públicos de la cultura y las artes: La Sociedad de la Información a través de los indicadores más representativos de los hábitos y comportamientos de consumo cultural.
- Los perfiles profesionales, estrategias de intervención e intermediación.
- Una nueva orientación del servicio, gestión del cliente, segmentación y posicionamiento.
- Creatividad e innovación como fundamentos de la gestión de marketing.
- Los canales de exhibición, difusión y distribución de la cultura en el espacio físico y la esfera digital a través de la web social.
- Aspectos jurídicos y legales. Propiedad Intelectual y derechos de autor. Creative Commons y Copyleft

## MÓDULO 4. EJEMPLOS DE BUENAS PRÁCTICAS EN EL SECTOR CULTURAL EN LA ERA DIGITAL

- Programación Bibliotecas, archivos y librerías en la era digital: ejemplos de buenas prácticas.
- Museos y galerías de arte en la era digital: ejemplos de buenas prácticas.
- Cines y teatros en la era digital: ejemplos de buenas prácticas.
- Salas de conciertos y festivales musicales en la era digital: ejemplos de buenas prácticas.

## MÓDULO 5. ALFABETIZACIÓN EN LA ERA DIGITAL

- La alfabetización informacional y mediática: Información y comunicación como ejes para fomentar la participación ciudadana y el desarrollo sostenible en todas sus formas.
- La confianza digital, clave para triunfar en el mundo digital: Aprender a desaprender para adaptarse e innovar.
- La alfabetización múltiple como marco para cultivar audiencias activas: acceder, analizar, evaluar, crear y participar.
- La alfabetización mediática y digital como eje de transformación de las instituciones culturales: adaptar estructuras, estrategias y herramientas a un nuevo entorno.
- Las instituciones culturales como generadoras de herramientas, aplicaciones y otros recursos tecnológicos para romper barreras y formar al ciudadano.
- Las normas de convivencia entre los sistemas inteligentes y las personas, el espacio público y el privado.
- Modelos de alfabetización y programas para todos los públicos, ejemplos prácticos

## MÓDULO 6. FUNDAMENTOS EN TECNOLOGÍAS WEB, GESTIÓN DE LA IDENTIDAD DIGITAL Y REDES SOCIALES

- Alma Fundamentos en tecnologías web.
- Tecnologías de la WWW.
- La web móvil.
- La web semántica.
- XHTML para el diseño web.
- Diseño con estándares web CSS.
- Introducción a Javascript.
- XML: un estándar para la descripción, intercambio y almacenamiento de la información.
- Diseño de sitios web.
- Introducción al diseño centrado en el usuario.
- Posicionamiento en Buscadores – SEO.
- Herramientas de optimización del posicionamiento SEO.
- Web Social – Community Management.
- Herramientas de optimización de redes sociales.
- Marketing en Buscadores – SEM.
- Herramientas de optimización automática de SEM.
- Marketing de contenidos.
- Herramientas básicas para el marketing de contenidos.
- Content curation.
- Herramientas para la curación de contenidos

## MÓDULO 7. EL MUNDO DEL LIBRO EN LA ERA DIGITAL

- La cadena del libro a la luz de la irrupción digital: amenazas y oportunidades.
- El futuro del libro: Tendencias de evolución y nuevos escenarios para la lectura.
- La lectura en pantallas, un cambio más allá de los soportes: lectura social y comunidades de lectores.
- Nuevos lenguajes y narrativas: Los libros enriquecidos, del ebook a las apps.
- Nuevos caminos de la edición: Situación y perspectivas del mercado del libro electrónico y de otros materiales de lectura en formatos digitales.
- Bibliotecas y archivos, colecciones versus servicios y experiencias.
- Librerías, renovarse y crecer entre el papel y las pantallas.
- Un mundo en ebullición: batería de proyectos innovadores en el ámbito del libro y la lectura

## MÓDULO 8. ESPACIOS CULTURALES EN LA ERA DIGITAL

- Los dispositivos móviles y los wearables en los espacios culturales en la era digital.
- Las pantallas táctiles e interactivas en los espacios culturales en la era digital.
- La geolocalización, la Realidad Aumentada y las tecnologías 3D en los espacios culturales en la era digital.
- Los sensores y los beacons en los espacios culturales en la era digital.
- Otras tecnologías de tercera generación en los espacios culturales en la era digital: tecnología de reconocimiento facial, tecnología emocional, etc.

## MÓDULO 9. PROYECTO FIN DE MÁSTER

- Introducción a la realización de Proyectos en el marco de la cultura en la era digital.
- Pautas esenciales para la organización del proyecto.
- Preparación del Proyecto Final.
- Realización del Proyecto Fin de Máster