



Especialización

Estrategia digital en organizaciones culturales UOC-Museu Nacional d'Art de Catalunya



La formación de posgrado
en línea para los profesionales

Estrategia digital en organizaciones culturales UOC-Museu Nacional d'Art de Catalunya

Este curso surge de la iniciativa conjunta del Museu Nacional d'Art de Catalunya y de los Estudios de Artes y Humanidades de la UOC para cubrir una demanda cada vez más creciente, tanto de los museólogos y gestores culturales en activo como de recién graduados, en relación al uso y aplicabilidad de las nuevas tecnologías en organizaciones culturales.

Está orientado a profesionales de la gestión cultural y del Patrimonio que necesitan diseñar una estrategia para que sus organizaciones inicien una dimensión digital o bien mejoren sus acciones actuales en relación a las tecnologías de la comunicación y las redes sociales. Es un programa totalmente aplicado y profesional, que quiere dar respuesta a las necesidades crecientes de las organizaciones en este ámbito y que proporciona el conocimiento de qué es, para qué sirve y cómo se hace una estrategia digital y de contenidos, así como una revisión de las principales herramientas y plataformas digitales más habituales.

Objetivos

El objetivo de este curso es proporcionar una versión holística, integral y transversal de los pasos y procedimientos que debe llevar a cabo un museo u otra organización cultural en el momento de desarrollar su dimensión digital.

- Analizar la institución sobre la que se va a trabajar: misión, valores, objetivos del centro, públicos actuales, DAFO, situación actual a nivel tecnológico, etc.
- Comprender qué es una estrategia digital y en qué beneficia a las instituciones que la aplica.
- Definir objetivos específicos de la actividad digital y la audiencia a la que se quiere acceder.
- Identificar prescriptores (*influencers*).
- Definir el registro comunicativo según destinatarios.
- Analizar y elegir las herramientas y plataformas más adecuadas para cumplir los objetivos.
- Definir un plan de actuación con priorización presupuestaria y temporalización de su aplicación.
- Definir y establecer indicadores, periodicidad de su aplicación y creación de elementos correctores.
- Elaborar un *Plan de Estrategia Digital* específico y aplicable a la institución elegida.

Metodología

El curso está concebido como un **aprendizaje por proyecto** de manera que desde el primer día, el estudiante aplicará los conocimientos aprendidos en un proyecto de su elección, y culminará en la redacción y elaboración del Plan de Estrategia Digital de la organización elegida.

El estudiante dispondrá de dos entornos de trabajo. Por un lado, un aula única abierta todo el semestre, donde irá avanzando en cada una de las etapas de su proyecto, siempre de la mano de consultores expertos.

Por otra parte, de un laboratorio, accesible desde el aula, donde se recogerán por un lado, un amplio abanico de buenas prácticas digitales llevadas a cabo por organizaciones a nivel mundial y, por otra parte, una recopilación de herramientas digitales y plataformas, susceptibles de ser testadas por el estudiante para comprender su funcionalmente y sus posibilidades.

Los materiales también se plantean de forma muy práctica y actualizada, y darán pautas para ayudar al estudiante a construir su propio Plan de Estrategia Digital.

Como metodología docente, el curso estará estructurado en cuatro bloques de contenido, en los que se trabajará tanto de forma individual como colaborativa mediante talleres virtuales que permitirán poner en común necesidades y soluciones, así como testar herramientas digitales.

Buena parte de la documentación está en inglés. Se recomienda una comprensión lectora suficiente en esta lengua.

El programa ofrece la posibilidad de hacer prácticas en el Museu Nacional d'Art de Catalunya, previo proceso de selección.

A quién va dirigido

- Museólogos.
- Gestores culturales.
- Responsables de públicos en museos y organizaciones culturales.
- Responsables de comunicación en museos y organizaciones culturales.
- Graduados interesados en este ámbito.
- Profesionales del entorno digital que quieran adquirir una visión más estratégica.

Perfil profesional

El curso está especialmente dirigido a los profesionales en activo que se enfrentan al reto de digitalizar su organización cultural, especialmente en el sector de los museos, o mejorar su eficacia en este entorno, racionalizando recursos humanos y económicos, y optimizando las acciones para alcanzar los resultados deseados.

El estudiante no solo adquirirá unos conocimientos especializados sobre estrategia digital y de contenidos, sino que además elaborará un plan de actuación específico para su institución de aplicabilidad inmediata una vez finalizado el curso.

Dirección académica

Laura Solanilla Demestre

Profesora de los Estudios de Artes y Humanidades (UOC). Doctora en Sociedad de la Información y el Conocimiento y licenciada en Humanidades (UOC). Ha trabajado como gestora cultural en el Área de cultura del Ajuntament de Barcelona, en una amplia variedad de programas como el Mercat de les Flors, el Grec, les Festes de la Mercè, etc.

Conxa Rodà de Llanza

Responsable de estrategia, innovación y transformación digital del Museu Nacional d'Art de Catalunya (Barcelona). Con más de 15 años de experiencia en proyectos digitales.

Profesora colaboradora

Clara Merín

Consultora en comunicación *online* y *social media*. Imparte formación en esta área en diversos entornos. Es autora del blog Endecomunicación (endecomunicación.com) sobre *social media* y cultura.

Autoras

Soledad Gómez

Historiadora especializada en redes sociales y nuevas tecnologías aplicadas a la divulgación del patrimonio cultural y científico. Autora del blog de referencia Mediamusea.

Tijana Tasich

Consultora de contenido digital y UX (Experiencia de Usuario) y fundadora de la agencia Digitelling de consultoría digital. Fue responsable de producción digital en Tate (Reino Unido) donde supervisó y gestionó la producción y el desarrollo del contenido digital mediante varias plataformas.

Elena Villaespesa

Analista de medios digitales en el Metropolitan Museum de Nueva York, donde su principal misión es establecer y supervisar un programa de analítica para controlar y evaluar los canales departamentales, las plataformas y los programas del museo.

Temario

Especialización de Estrategia Digital en organizaciones culturales (15 ECTS)

El curso se estructura en una única asignatura que se divide en 4 bloques

Bloque 1. Estrategia digital

En este bloque, en primer lugar se analizará la situación actual y las necesidades de la organización sobre la que trabajaremos todo el curso. En segundo lugar, nos aproximaremos a las características, objetivos y partes que componen la estrategia digital de una organización y sus funciones, entendiendo el concepto de "estrategia digital" como un plan de actuación global y coherente, compartido por toda la organización y con propuestas concretas de actuación, que se actualiza regularmente.

Taller 1

Bloque 2. Estrategia de contenidos

En este bloque se profundizará sobre el conjunto de pautas necesarias para crear, publicar y mantener contenidos útiles de forma eficiente y se planteará la planificación y la gobernanza de contenidos en la organización.

Taller 2

Bloque 3. Herramientas digitales

En este tercer bloque se trabajarán de forma general las plataformas y herramientas más comunes en el momento de establecer una estrategia digital y los públicos preferentes a los que se dirige.

Taller 3

Bloque 4. Evaluación

En este bloque final se identificarán y establecerán unos indicadores claros para medir la eficacia de las acciones propuestas en relación a los objetivos que se quieren alcanzar. También se establecerá la periodicidad de las evaluaciones y las medidas correctoras si son necesarias.

Las dos últimas semanas del curso se dedicarán a la revisión de los contenidos trabajados por cada alumno, se profundizará en los aspectos específicos que interesan a cada institución, y se dará coherencia formal y de contenidos al documento final.

Sedes

BARCELONA

Rambla del Poblenou, 156
08018 Barcelona
Tel.: 93 481 72 72

MADRID

Plaza de las Cortes, 4
28014 Madrid
Tel.: 91 524 70 00

SEVILLA

Avenida Torneo, 32
41002 Sevilla
Tel.: 954 99 16 25

VALENCIA

Calle de la Paz, 3
46003 Valencia
Tel.: 96 348 66 48

VILA-REAL

Biblioteca Universitària
del Coneixement
Avinguda Pius XII, 43
12540 Vila-real (Castelló)
Tel.: 964 54 72 44

MÉXICO DF

Paseo de la Reforma, 265, piso 1
Col. Cuauhtémoc
06500 México DF
Tel.: + 52 (55) 55 114206 al 08

Todas las sedes UOC en sedes.uoc.edu

Premios y reconocimientos UOC

- Premio al impacto en el Aprendizaje (Oro) (2015)
- Medalla de Oro de la Cruz Roja (2015)
- Premio al impacto en el Aprendizaje (Plata) (2014)
- Premio LTI App Bounty (2013)
- Telefónica Ability Awards (2012)
- Premio al Impacto en el Aprendizaje (Bronce) (2011)
- Premio IGC a la Innovación Digital (2010)
- Premio al Impacto en el Aprendizaje (Leadership) (2009)
- Center of Excellence del New Media Consortium (NMC) (2009)
- Premio al Impacto en el Aprendizaje (Oro) (2008)
- Premio Nacional de Telecomunicaciones de la Generalitat de Catalunya (2005)
- Sello de Oro de Excelencia Europea (EFQM) (2004)
- Centro de Excelencia de SUN (2003)
- Premio ICDE de Excelencia (2001)
- Premio WITSA (2000)
- Premio Bangemann Challenge (1997)

Toda la información actualizada en
<http://estudios.uoc.edu>

Estudios UOC

CATALÀ



ESPAÑOL

