

ANNEX III

I. IDENTIFICACIÓ DEL CERTIFICAT DE PROFESSIONALITAT

Denominació: Dinamització, programació i desenvolupament d'accions culturals

Codi: SSCB0110

Família professional: Serveis socioculturals i a la comunitat

Àrea professional: Activitats culturals i recreatives

Nivell de qualificació professional: 3

Qualificació professional de referència:

SSC445_3: Dinamització, programació i desenvolupament d'accions culturals (reial decret 1096/2011, de 22 de juliol).

Relació d'unitats de competència que configuren el certificat de professionalitat:

UC1431_3: Programar, desenvolupar i avaluar les programacions culturals fetes per les persones responsables de cultura.

UC1432_3: Programar i dinamitzar projectes d'animació cultural amb les xarxes associatives culturals.

UC1433_3: Desenvolupar accions de comunicació i màrqueting cultural.

Competència general:

Dinamitzar, programar i desenvolupar planificacions, programacions i accions culturals en espais i organitzacions dedicats a la creació i el consum cultural; seleccionar i organitzar infraestructures; assignar funcions als col·laboradors que tinguin al seu càrrec; dinamitzar projectes culturals; establir accions vinculades a les estratègies de mercat i implicar xarxes associatives culturals.

Entorn professional:

Àmbit professional:

Desenvolupa l'activitat professional en l'àmbit públic i privat: per compte d'altri en organismes, empreses i institucions de caràcter cultural, i per compte propi com a professional independent. Podran desenvolupar la funció en qualsevol organització que prevegi dur a terme accions culturals amb suport i direcció, si escau, d'un professional de nivell superior.

Sectors productius:

Se situa en el sector cultural participant i col·laborant en la posada en marxa de planificacions, programes i accions culturals, en diferents espais (auditoris, sales d'exposicions, centres culturals, museus, associacions, entre d'altres) i en diversos àmbits, com ara territorial, local, comarcal, mancomunitat, provincial, autonòmic i estatal.

Ocupacions i llocs de treball relacionats: Tècnic/a de serveis culturals.

Animador/a cultural.

Durada de la formació associada: 480 hores

Relació de mòduls formatius i d'unitats formatives:

MF1431_3: Programacions culturals (170 hores).

- UF1421: Política i gestió cultural (40 hores).
- UF1422: Programació i avaluació aplicades a la gestió cultural (90 hores).
- UF1423: Recursos de la programació cultural (40 hores).

MF1432_3: Projectes d'animació cultural (150 hores).

- UF1424: Desenvolupament de projectes d'animació cultural (70 hores).
- UF1425: Xarxes associatives culturals (80 hores).

MF1433_3: Màrqueting cultural (80 hores).

MP0303: Mòdul de pràctiques professionals no laborals de: dinamització, programació i desenvolupament d'accions culturals (80 hores).

II. PERFIL PROFESSIONAL DEL CERTIFICAT DE PROFESSIONALITAT

El perfil professional del certificat de professionalitat es defineix per la qualificació professional i/o per les unitats de competència del Catàleg Nacional de Qualificacions Professionals que aquest tingui de referència. Inclou les realitzacions professionals (RP) i els criteris de realització (CR) de cadascuna de les unitats de competència que conformen el certificat de professionalitat.

Aquesta informació es pot consultar, en català, al Catàleg de Qualificacions Professionals de Catalunya publicat al web de l'Institut Català de Qualificacions Professionals, a http://aplitic.xtec.cat/e13_cfp_icqp/menuInici.do.

III. FORMACIÓ DEL CERTIFICAT DE PROFESSIONALITAT

MÒDUL FORMATIU 1

Denominació: PROGRAMACIONS CULTURALS

Codi: MF1431_3

Nivell de qualificació professional: 3

Associat a la unitat de competència:

UC1431_3: Programar, desenvolupar i avaluar les programacions culturals fetes per les persones responsables de cultura.

Durada: 170 hores

UNITAT FORMATIVA 1

Denominació: POLÍTICA I GESTIÓ CULTURAL

Codi: UF1421

Durada: 40 hores

Referent de competència Aquesta unitat formativa es correspon amb l'RP1.

Capacitats i criteris d'avaluació

C1: Establir procediments per dissenyar i desenvolupar programacions culturals vinculades a una planificació feta per responsables de cultura.

CE1.1 Reconèixer polítiques culturals o empresarials que es puguin aplicar al desenvolupament d'una programació cultural.

CE1.2 Enumerar i descriure els elements que constitueixen la programació cultural.

CE1.3 En un supòsit pràctic en el qual s'assenyalen uns criteris bàsics per desenvolupar una programació cultural:

- Analitzar la informació donada en la planificació estratègica identificant les prioritats establertes.
- Identificar i enumerar els criteris establerts per establir la programació.
- Seleccionar els diferents elements de la programació segons les prioritats que s'estableixen per adequar-la a les directrius de la planificació estratègica.
- Relacionar les diferents fases de la planificació.
- Reconèixer la importància de la col·laboració amb les persones responsables de cultura de nivell superior.
- Seleccionar les activitats de la programació cultural que responen als objectius marcats.

CE1.4 Descriure diferents tècniques de recollida d'informació i explicar-ne la utilitat en la planificació.

CE1.5 En un supòsit pràctic d'anàlisi de la informació proporcionada pels operadors de cultura:

- Recopilar informació sobre qualsevol esdeveniment i identificar-ne la naturalesa i les característiques.
- Analitzar la informació i extreure'n els indicadors rellevants per identificar les necessitats i demandes de la població a la qual es destinaran les programacions culturals.

CE1.6 Reconèixer les vies de col·laboració adients entre els diferents estaments culturals per desenvolupar accions culturals conjuntament.

CE1.7 Elaborar cronogrames d'activitats culturals coordinades amb altres esdeveniments per aconseguir una planificació eficaç.

CE1.8 Enumerar i descriure els diferents procediments de transmissió d'informació que es fonamenten en l'ús de les TIC.

Sumari

1. Contextualització de les polítiques culturals.

- Elements fonamentals en la política cultural i empresarial.
- Reconeixement de polítiques culturals o empresarials aplicables al desenvolupament d'una programació cultural.
- Identificació dels sectors de la intervenció cultural.
- Classificació dels marcs institucionals.
- Principis generals en el disseny d'organitzacions.
- Aplicació de lògiques i processos administratius.

2. Gestió cultural.

- Identificació de les bases jurídiques de la gestió cultural.
- Relació de referents teòrics de la gestió cultural.
- Gestió estratègica.
- Anàlisi d'infraestructures culturals.
- Identificació i classificació d'infraestructures.
- Planificació i gestió d'espais i temps.

- Sistematització de gestió de qualitat.
- Utilització de criteris de valoració econòmica en productes culturals.
- Aplicació de la societat de la informació i el coneixement en la gestió cultural.
- Aplicació d'instruments per gestionar, difondre i avaluar la cultura a través de les noves tecnologies.

UNITAT FORMATIVA 2

Denominació: PROGRAMACIÓ I AVALUACIÓ APLICADES A LA GESTIÓ CULTURAL

Codi: UF1422

Durada: 90 hores

Referent de competència: Aquesta unitat formativa es correspon amb l'RP2 i l'RP4.

Capacitats i criteris d'avaluació

C1: Analitzar infraestructures per executar la programació cultural utilitzant els recursos disponibles i adequats per desenvolupar-la.

CE1.1 Diferenciar tècniques per elaborar inventaris o fitxes que descriguin la infraestructura d'espais culturals.

CE1.2 En un supòsit pràctic de preparació d'un esdeveniment cultural:

- Identificar l'equipament i la infraestructura de l'espai cultural on es desenvoluparà.
- Seleccionar l'equipament requerit i organitzar-lo per a la posada en marxa de les diferents actuacions, tenint presents les possibles dificultats que puguin sorgir.

CE1.3 Reconèixer i argumentar criteris de selecció i adequació de la infraestructura als esdeveniments culturals.

CE1.4 Identificar els diferents equipaments i les possibilitats d'ús considerant els tipus d'esdeveniments.

CE1.5 En un supòsit pràctic de preparació de la infraestructura per desenvolupar una acció cultural:

- Reconèixer l'equipament no disponible a priori, establir contactes amb diferents empreses i contractar-ne els serveis, si cal, per desenvolupar l'esdeveniment cultural.
- Establir protocols d'actuació en què es tinguin presents tant el temps de muntatge de l'equipament com el procediment per comprovar el funcionament dels equips.

CE1.6 Reconèixer la importància d'optimitzar els recursos disponibles per aconseguir reduir costos.

C2: Aplicar procediments d'avaluació de programacions culturals.

CE2.1 Seleccionar tècniques d'avaluació apropiades al context de les programacions culturals.

CE2.2 Reconèixer procediments per elaborar informes d'avaluació que reflecteixin els èxits i proposin l'esmena d'errors.

CE2.3 En un supòsit pràctic d'avaluació d'una programació cultural:

- Recopilar informació sobre el desenvolupament dels esdeveniments duts a terme i transmetre-la al responsable de cultura de nivell superior.
- Interpretar la informació tenint present la planificació estratègica en què s'inscriu per fer l'avaluació.
- Col·laborar amb altres professionals que conformen el seu equip de treball i, en cas que s'abstinguin, assumir les responsabilitats d'acord amb la funció per

- desenvolupar l'avaluació.
- Utilitzar els instruments d'avaluació apropiats per recollir la informació.
- Analitzar i interpretar la informació extreta mitjançant els diferents instruments de recollida, i comprovar el grau d'assoliment dels objectius.
- Elaborar informes amb els resultats de l'avaluació per remetre'ls a les persones responsables superiors, si n'hi hagués, detallant els èxits i les necessitats de millora.

Sumari

1. Planificació de les programacions per a la gestió cultural.

- Principis de la programació cultural.
 - Contextualització de la programació d'accions culturals.
 - Identificació de criteris per dur a terme la programació cultural.
 - Fases i elements de la planificació cultural.
- Tècniques de valoració dels factors del medi.
 - Anàlisi de projectes i organitzacions culturals.
 - Anàlisi de la informació.
 - Mètodes de recopilació d'informació sobre esdeveniments.
 - Tècniques d'identificació de les prioritats establertes.
 - Definició dels indicadors destinats a identificar les necessitats i demandes.
 - Sistemes de classificació dels elements utilitzats en l'anàlisi d'esdeveniments culturals.
 - Procediments de transmissió d'informació amb l'ús de les TIC.

2. Programació de la gestió cultural.

- Elaboració de la programació.
 - Identificació d'activitats emprades en la programació cultural.
 - Organització de la distribució de responsabilitats.
 - Elaboració d'un pla d'acció personalitzat per a cada col·laborador.
 - Mètodes per implementar accions al programa.
 - Anàlisi i estudi previ de possibles imprevistos i mancances.
 - Mecanismes de col·laboració entre els diferents estaments culturals.
- Organització d'esdeveniments.
 - Identificació i selecció d'equipament i infraestructures culturals.
 - Correspondència entre els criteris de selecció de la infraestructura i els esdeveniments culturals.
 - Protocols d'actuació per a muntatges d'equipaments i de funcionament d'equips.
 - Procediments per valorar l'ordre i la neteja en finalitzar l'esdeveniment cultural.

3. Avaluació de processos de gestió cultural.

- Desenvolupament del procés d'avaluació.
 - Procediments per avaluar programacions culturals.
 - Tècniques d'avaluació apropiades al context de les programacions culturals.
 - Procediments per elaborar informes d'avaluació.
 - Mecanismes de coordinació amb altres professionals que conformin l'equip de treball per desenvolupar l'avaluació.
- Transmissió de resultats.
 - Interpretació de la informació resultant de l'avaluació considerant la planificació estratègica.
 - Aplicació dels instruments d'avaluació apropiats per recollir la informació.
 - Procediments per elaborar informes d'avaluació.
 - Sistemes de transmissió dels informes resultants de l'avaluació al

responsable de cultura de nivell superior.

UNITAT FORMATIVA 3

Denominació: RECURSOS DE LA PROGRAMACIÓ CULTURAL

Codi: UF1423

Durada: 40 hores

Referent de competència: Aquesta unitat formativa es correspon amb l'RP3.

Capacitats i criteris d'avaluació

C1: Aplicar tècniques d'organització per desenvolupar esdeveniments culturals.

CE1.1 Descriure tècniques d'organització de les diferents funcions relacionades amb la posada en marxa i finalització de l'esdeveniment cultural, valorant la importància de l'ordre i la neteja.

CE1.2 En un supòsit pràctic en el qual s'assenyalen algunes funcions fonamentals per dur a terme algun esdeveniment cultural:

- Fer plantilles per organitzar l'esdeveniment cultural en les quals es desglossin i planifiquin les funcions requerides.
- Assignar a cada col·laborador la responsabilitat de desenvolupar algunes funcions.
- Crear un pla d'acció per a cada col·laborador que informi de l'organització i el desenvolupament de l'activitat.

CE1.3 Reconèixer els diferents instruments per recopilar la informació (plantilles de treball i control, quadern de ruta i d'incidències) que reflecteixen les funcions i actuacions, incidències i possibles millores del que s'ha programat.

CE1.4 En un supòsit pràctic de preparació d'un esdeveniment cultural:

- Anotar les funcions en el quadern de ruta.
- Identificar els possibles imprevistos i les mancances desenvolupant un pla d'actuació immediata per solucionar els futurs incidents.

Sumari

1. Recursos organitzatius.

- Tècniques d'organització per desenvolupar esdeveniments culturals.
- Tècniques d'organització de les diferents funcions relacionades amb la posada en marxa i finalització de l'esdeveniment cultural.
- Tècniques de recollida d'informació.
- Elaboració de plantilles per organitzar l'esdeveniment cultural en què es desglossin i planifiquin les funcions requerides.
- Aplicació dels diferents instruments per recopilar la informació:
 - Plantilles de treball i control.
 - Quadern de ruta i d'incidències.
 - Altres instruments significatius.
- Tècniques d'elaboració de:
 - Cronogrames d'activitats culturals.
 - Inventaris.
 - Relacions d'infraestructures d'espais culturals.

2. Recursos humans i financers.

- Elements que conformen la gestió de recursos humans.
- Mecanismes de col·laboració amb responsables de cultura.

- Procediments per dissenyar pressupostos públics: coneixement, aplicació i bases d'execució.
- Sistemes de gestió i organització dels recursos disponibles per optimitzar costos.

Orientacions metodològiques

Les unitats formatives corresponents a aquest mòdul es poden programar de manera independent, tot i que és preferible cursar primer la unitat formativa 1.

Criteris d'accés per als alumnes

Són els que estableix l'article 4 del real decret que regula el certificat de professionalitat de la família professional que acompanya aquest annex.

MÒDUL FORMATIU 2

Denominació: PROJECTES D'ANIMACIÓ CULTURAL

Codi: MF1432_3

Nivell de qualificació professional: 3

Associat a la unitat de competència:

UC1432_3: Programar i dinamitzar projectes d'animació cultural amb les xarxes associatives culturals.

Durada: 150 hores

UNITAT FORMATIVA 1

Denominació: DESENVOLUPAMENT DE PROJECTES D'ANIMACIÓ CULTURAL

Codi: UF1424

Durada: 70 hores

Referent de competència Aquesta unitat formativa es correspon amb l'RP1.

Capacitats i criteris d'avaluació

C1: Programar projectes d'animació cultural vinculats a les xarxes associatives culturals.

CE1.1 Analitzar l'estructura i les característiques de projectes contextualitzats en l'animació cultural.

CE1.2 Seleccionar i definir tècniques d'anàlisi de la realitat aplicables a l'àmbit cultural.

CE1.3 En un supòsit pràctic d'organització d'un projecte d'animació cultural:

- Definir a partir de la informació sobre diferents realitats culturals, els àmbits d'intervenció i les necessitats que s'han de cobrir amb els productes culturals.
- Establir els objectius del projecte d'animació cultural en col·laboració amb el responsable de cultura de nivell superior i altres organismes.
- Adequar les activitats als objectius formulats optimitzant els recursos.
- Establir l'organització dels recursos humans necessaris creant un organigrama de gestió.
- Seleccionar els recursos materials, tècnics i de seguretat, adequar-los a les

- necessitats de l'esdeveniment i contractar els que no es tinguin.
- Elaborar els pressupostos relatius al desenvolupament dels projectes d'animació i coordinar-los amb el pressupost de l'entitat.
- Elaborar cronogrames per gestionar el temps i poder optimitzar-lo, així com controlar més les possibles incidències temporals de l'activitat.
- Establir indicadors clars d'avaluació de l'esdeveniment cultural que en mesurin la qualitat i serveixin de referent per elaborar l'informe d'avaluació.

Sumari

1. Caracterització de l'animació cultural.

- Definició i trets de la política cultural i de l'animació.
 - Característiques i fonamentació de la política cultural i de l'animació.
 - Identificació del patrimoni cultural i natural.
- Identificació dels productes culturals.
 - Mecanismes d'intervenció i necessitats que s'han de cobrir amb els productes culturals.
 - Ús i exhibició dels productes culturals.
- Animació i acció cultural.
 - Identificació de conceptes clau, llocs i espais de desenvolupament de projectes d'animació cultural.
 - Utilització de l'animació al servei de l'acció cultural: agents actuals en l'acció cultural.

2. Planificació, organització i avaluació d'activitats d'animació cultural.

- Contextualització de les activitats d'animació cultural.
 - Tècniques d'anàlisi del territori en els projectes d'animació cultural.
 - Metodologia d'estudi de necessitats i demandes culturals.
 - Tècniques de reconeixement de camps i contextos d'intervenció cultural.
 - Mètodes d'anàlisi del medi rural i medi urbà en la intervenció cultural.
- Estructuració de projectes contextualitzats en l'animació cultural.
- Elaboració d'una guia per programar activitats d'animació cultural.
 - Elements de la programació cultural.
 - Identificació d'objectius de la programació.
 - Elecció d'activitats d'animació cultural en la programació.
 - Procediments d'avaluació.
- Identificació dels problemes operatius en la posada en pràctica del projecte d'animació cultural.

3. Recursos d'animació cultural.

- Aplicació de recursos materials, tècnics i de seguretat.
- Elaboració de pressupostos relatius al desenvolupament dels projectes d'animació.
- Gestió dels recursos humans: voluntaris, *amateurs* i professionals.
- Mecanismes de formació dels recursos humans en l'àmbit de l'animació cultural.

UNITAT FORMATIVA 2

Denominació: XARXES ASSOCIATIVES CULTURALS

Codi: UF1425

Durada: 80 hores

Referent de competència Aquesta unitat formativa es correspon amb l'RP2.

Capacitats i criteris d'avaluació

C1: Analitzar les xarxes associatives culturals com a mitjà d'implementació de projectes d'animació cultural.

CE1.1 Analitzar el concepte de *xarxa associativa cultural* tot valorant-ne la capacitat d'implicació en el desenvolupament de projectes d'animació cultural.

CE1.2 En un supòsit pràctic en el qual s'analitza un territori determinat, identificar les xarxes associatives considerant les característiques diferencials de cadascuna.

CE1.3 Reconèixer tècniques de comunicació que s'adeqüin a diferents situacions i interlocutors per establir canals de comunicació fluids i fomentar la participació dels implicats.

CE1.4 En un supòsit pràctic d'establiment de contacte amb una xarxa associativa cultural:

- Establir procediments de relació que en promoguin la col·laboració.
- Identificar les demandes de la xarxa associativa perquè participi en la gestió dels esdeveniments culturals.

CE1.5 Diferenciar les diferents fórmules jurídiques que estableixen els procediments de col·laboració entre organismes públics i xarxes culturals.

CE1.6 Enumerar diferents procediments de comunicació aplicables a l'establiment i el manteniment de relacions amb les associacions culturals.

C2: Establir vies per participar en els projectes d'animació cultural que impliquin la participació de xarxes culturals.

CE2.1 Enumerar procediments que permetin establir objectius comuns entre xarxes i institucions participants en els projectes d'animació cultural.

CE2.2 En un supòsit pràctic de dinamització d'un projecte d'animació cultural vinculat a una programació cultural d'una entitat:

- Assenyalar els procediments de mediació i col·laboració entre l'entitat i les associacions culturals.
- Generar procediments per transmetre la informació sobre activitats a les associacions culturals col·laboradores.

CE2.3 Seleccionar procediments d'avaluació adequats a diferents situacions de col·laboració amb associacions culturals.

Sumari

1. Pràctiques de participació associativa en l'àmbit cultural.

- Mecanismes de participació social i cultural.
- Procés d'anàlisi i caracterització del teixit associatiu en el marc del territori.
- Estratègies de participació en l'àmbit de la cultura.
- Identificació de la xarxa associativa cultural.
- Valoració del marc legislatiu de la participació cultural.

2. Identificació de la realitat associativa en l'àmbit cultural.

- Tipologia d'associacions i col·lectius en l'àmbit cultural.
- Eines i protocols per reconèixer demandes de la xarxa associativa.
- Sistemes d'organització i dinàmica interna de les associacions culturals.
- Mecanismes i nivells de participació associativa.
- Anàlisi de les plataformes de coordinació entre xarxes associatives.
- Identificació del mapa de les xarxes associatives de l'entorn.
- Mecanismes d'adaptació a les necessitats especials de col·lectius específics dins del camp cultural.

3. Mecanismes de cooperació de l'administració pública a la participació cultural.

- Identificació del paper de l'administració pública en el suport associatiu.
 - Organització de les administracions públiques en matèria de cultura.
 - Anàlisi dels recursos de les administracions destinats a la cultura.
 - Identificació de fórmules jurídiques de col·laboració entre organismes públics i xarxes culturals.
 - Protocols de coordinació entre xarxes culturals i institucions.
- Procediments per obtenir recursos públics i privats destinats a l'àmbit de la cultura.
 - Gestió de subvencions, convenis i contractes.
 - Prestació directa de serveis.
 - Altres formes de suport a l'associacionisme i la cultura des de l'administració pública i la iniciativa privada.
 - Identificació del marc fiscal: obligacions fiscals bàsiques, règim fiscal d'associacions i fundacions.

4. Aplicació d'habilitats professionals al treball en xarxes associatives.

- Tècniques comunicatives aplicades a la participació cultural.
 - Processos de comunicació en els grups: models, mitjans, rols i estils de comunicació.
 - Identificació de les fases de la campanya de comunicació: llenguatge, canals i mitjans.
- Habilitats de relació.
 - Estratègies de participació.
 - Habilitats de negociació i cooperació.
 - Aplicació d'habilitats socials en la dinàmica grupal.
- Habilitats administratives.
 - Procediments per elaborar informes i eines de recopilació.
 - Procediments per transmetre la informació amb associacions culturals.
 - Procediments de mediació i col·laboració entre l'entitat i les associacions culturals.

Orientacions metodològiques

Les unitats formatives corresponents a aquest mòdul es poden programar de manera independent, tot i que és preferible cursar primer la unitat formativa 1.

Criteris d'accés per als alumnes

Són els que estableix l'article 4 del real decret que regula el certificat de professionalitat de la família professional que acompanya aquest annex.

MÒDUL FORMATIU 3

Denominació: MÀRQUETING CULTURAL

Codi: MF1433_3

Nivell de qualificació professional: 3

Associat a la unitat de competència:

UC1433_3: Desenvolupar accions de comunicació i màrqueting cultural.

Durada: 80 hores

Capacitats i criteris d'avaluació

C1: Analitzar el mercat de diferents productes culturals i segmentar-lo segons característiques i preferències de diferents tipus de consumidors.

CE1.1 Explicar la finalitat i les característiques de les tècniques d'avaluació pel que fa a les necessitats i l'anàlisi interna i externa d'organitzacions aplicada al mercat de programes i productes culturals.

CE1.2 Definir els elements derivats de l'aplicació de les tècniques de l'anàlisi de mercat de programes i productes culturals.

CE1.3 En un supòsit pràctic en una organització, un ajuntament, una empresa o una institució cultural, analitzar la situació i l'evolució dels diferents tipus de productes culturals, la segmentació i el posicionament de programes i agendes culturals:

- Calcular la dimensió del mercat i els clients potencials.
- Analitzar els segments existents amb la finalitat de detectar necessitats i mancances.
- Avaluar l'oportunitat de desenvolupar una programació cultural i les característiques que ha de tenir.
- Confeccionar un informe utilitzant les aplicacions informàtiques adequades, relacionant els resultats obtinguts de l'anàlisi del mercat i reflectint de manera clara i sintètica les conclusions, oportunitats, amenaces, debilitats i fortaleeses existents.

CE1.4 Reconèixer els procediments d'estudi de les preferències dels consumidors culturals.

CE1.5 En un supòsit pràctic d'estudi sobre consumidors potencials d'un producte cultural:

- Diferenciar els segments de mercat als quals ens dirigim.
- Seleccionar el públic objectiu de l'acció.
- Triar el procediment per analitzar les preferències dels consumidors, els seus gustos i dissenyar els objectius i les activitats adequats al seu perfil.

CE1.6 Establir criteris generals que donin coherència a la vinculació entre el producte cultural i els segments poblacionals destinataris.

C2: Definir accions de màrqueting cultural en relació amb els factors que intervenen en el disseny de polítiques i campanyes de comunicació, considerant els instruments habituals i els diferents tipus d'objectius i públics als quals pretengui dirigir-se.

CE2.1 Identificar els factors que intervenen en la política de comunicació de màrqueting de les organitzacions diferenciant la comunicació corporativa de la comunicació de màrqueting.

CE2.2 Diferenciar els tipus d'objectius de comunicació, comercials i no comercials, en una organització.

CE2.3 Argumentar les diferències i els avantatges existents entre els diferents instruments, mitjans i suports de publicitat (convencionals i no convencionals) que habitualment s'utilitzen en la comunicació de màrqueting.

CE2.4 Caracteritzar les accions i els instruments utilitzats habitualment en la definició d'accions promocionals i màrqueting directe de diferents tipus de productes i serveis segons el públic al qual s'adrecen.

CE2.5 Diferenciar les característiques dels mitjans, els suports i les formes de comunicació de massa utilitzats en la pràctica comercial habitual.

CE2.6 Analitzar els principals mètodes de mesurament de l'eficàcia publicitària, explicar-ne els avantatges i inconvenients, i controlar les variables que puguin afectar el resultat.

CE2.7 En un supòsit pràctic de comercialització de diferents tipus de producte o

servei:

- Analitzar els instruments i les accions promocionals que s'adeqüen al supòsit definit, i valorar costos i beneficis.
- Seleccionar un mitjà de promoció adequat i explicar efectes psicològics possibles que poden produir en el consumidor.
- Definir el contingut i la forma del missatge promocional.

CE2.8 En un supòsit pràctic en el qual es presenta un pla de màrqueting en línia per llançar i difondre productes culturals, argumentar la idoneïtat de l'estratègia de comunicació en línia.

C3: Desenvolupar accions de màrqueting cultural vinculades a un pla de màrqueting per a productes intangibles.

CE3.1 Reconèixer els procediments d'anàlisi pertinents a cada situació en què es desenvolupa el programa cultural.

CE3.2 Identificar les accions de màrqueting d'acord amb els objectius i les activitats planificats amb antelació.

CE3.3 Desenvolupar accions de màrqueting adequant-les a les característiques dels segments de mercat.

CE3.4 Establir campanyes de promoció de productes culturals utilitzant com a referent les estratègies de màrqueting públic.

C4: Desenvolupar una campanya de difusió de la programació cultural per al públic potencial segons un pla de màrqueting mix proposat.

CE4.1 Assenyalar les accions de màrqueting correctes per aconseguir els objectius planificats en la programació cultural.

CE4.2 En un supòsit pràctic de disseny d'una campanya de difusió d'una programació cultural, seleccionar els mitjans de comunicació més efectius per arribar al públic objectiu.

CE4.3 Identificar els espais publicitaris i valorar-ne la idoneïtat.

CE4.4 Analitzar i seleccionar els suports publicitaris que s'utilitzaran en la difusió d'una programació cultural considerant les característiques del mercat.

CE4.5 Analitzar el contingut de la publicitat de l'esdeveniment atenent a les necessitats del mercat estudiat.

CE4.6 Reconèixer els diferents canals de difusió de la programació cultural considerant quan es dissenya el pla de difusió.

CE4.7 Identificar les característiques dels segments poblacionals i seleccionar els productes culturals més adequats.

C5: Aplicar sistemes de control i seguiment de les variables i accions previstes en diferents tipus de plans de màrqueting.

CE5.1 Identificar les fases de la planificació de màrqueting i l'objectiu de control i seguiment del seu desenvolupament.

CE5.2 Argumentar la necessitat de controlar i seguir les decisions i accions del pla de màrqueting per a la millora contínua i l'eficiència del pla de màrqueting.

CE5.3 Distingir les ràtios de control utilitzades habitualment per mesurar l'eficàcia de les decisions i l'impacte d'un pla de màrqueting.

CE5.4 En un supòsit pràctic a partir d'unes dades fetes d'evolució de les vendes per producte, preus i accions promocionals:

- Calcular les ràtios de control habituals de les accions de màrqueting utilitzant eines de càlcul i fulls de càlcul.
- Elaborar un informe que presenti els resultats obtinguts i les conclusions sobre les desviacions esdevingudes.

C6: Analitzar l'evolució d'una programació cultural vinculada a les accions de màrqueting.

- CE6.1 Identificar les variables que componen el màrqueting mix, relacionar-les entre si i fer-les servir per analitzar l'evolució del pla de màrqueting.
- CE6.2 En un supòsit pràctic de desenvolupament d'accions de màrqueting cultural, analitzar un pressupost de despeses i ingressos que serveixi com a instrument d'avaluació de les accions de comunicació i màrqueting proposades.
- CE6.3 Identificar els èxits del pla de màrqueting tenint com a referència l'assoliment dels objectius (en aquest cas), promoure la participació del client en aquesta avaluació i buscar una retroalimentació constant del servei.
- CE6.4 Reconèixer la importància del manteniment d'un diàleg fluid que consideri l'opinió de tots els que intervenen en el desenvolupament del pla de màrqueting.
- CE6.5 Establir uns indicadors d'avaluació que facilitin la valoració de la comunicació entre les diferents parts implicades.
- CE6.6 Reconèixer les tècniques de tabulació i interpretació de resultats, i emetre l'informe pertinent amb les propostes de millora del producte.
- CE6.7 Identificar els aspectes susceptibles de millora utilitzant com a instrument l'informe de valoració del pla de màrqueting proposat i aplicar-los en el desenvolupament del pla de màrqueting següent.
- CE6.8 Reconèixer l'abast de l'avaluació i informe posterior de comprovació de resultats i millores per a les futures decisions de les persones responsables de les polítiques culturals.

Sumari

1. Anàlisi de mercat de productes culturals.

- Caracterització de la programació cultural.
 - Tècniques de formulació d'objectius en la programació cultural.
 - Identificació d'elements derivats de l'aplicació de les tècniques de l'anàlisi de mercat de programes i productes culturals.
 - Valoració de la temporalització òptima per desenvolupar una programació cultural.
- Tècniques per conèixer el medi i les organitzacions.
 - Anàlisi dels segments de mercat existents i clients potencials.
 - Identificació de tipologia d'usuaris o consumidors culturals i la seva correspondència amb els productes culturals més demanats.
 - Identificació de les preferències dels consumidors culturals.
 - Metodologia per a l'anàlisi intern i extern d'organitzacions.
 - Anàlisi i selecció del públic objectiu de l'acció.
 - Metodologia d'anàlisi DAFO.
 - Tècniques per elaborar informes d'oportunitats de mercat.

2. Planificació d'accions de comunicació i màrqueting cultural.

- Tècniques de comunicació en les activitats culturals.
 - Aplicació de principis d'ètica i responsabilitat en la comunicació.
 - Identificació de patrocinadors i mecenatge en l'àmbit de la cultura.
 - Identificació de la responsabilitat social com a estratègia de comunicació.
- Tipologia d'elements que intervenen en la política de màrqueting.
 - Desenvolupament d'objectius de comunicació: comercials i no comercials.
 - Caracterització dels mitjans, els suports i les formes de comunicació de massa utilitzats en la pràctica comercial habitual.
 - Identificació d'accions i instruments utilitzats habitualment en la definició d'accions promocionals i màrqueting directe.
 - Comportaments, diferències i avantatges existents entre els diferents instruments, mitjans i suports de publicitat.
 - Valoració de variables del màrqueting mix (barreja de màrqueting).
- Procediments per elaborar el pla de màrqueting.

- Tècniques d'anàlisi dels instruments i de les accions promocionals.
- Disseny d'un pla de màrqueting mix.
- Eines d'organització de l'estructura i funcionalitat d'un pla de màrqueting.
- Sistemàtica d'identificació de mitjans de promoció adequats.
- Mètodes de mesura de l'eficàcia publicitària.
- Organització de continguts i formes del missatge promocional per a cada situació en què es desenvolupa el programa cultural.
- Adequació de l'estratègia de comunicació en línia.

3. Desenvolupament d'accions de comunicació i màrqueting cultural.

- Protocols de coordinació entre les accions de màrqueting i els objectius programats.
- Procediments per desenvolupar accions de màrqueting cultural per a productes intangibles.
- Metodologia per desenvolupar campanyes de promoció de productes culturals.
 - Tècniques d'identificació d'objectius de la publicitat en l'àmbit de la cultura.
 - Tècniques d'estructuració de continguts de la publicitat per a cada esdeveniment.
 - Protocols per dissenyar campanyes de promoció de productes culturals utilitzant com a referent les estratègies de màrqueting públic.
 - Procediments per elaborar planificacions de campanyes de difusió de la programació cultural: canals de difusió de la programació cultural en línia i convencionals.
- Tècniques d'anàlisi i selecció de mitjans de comunicació.
 - Identificació dels mitjans de comunicació més efectius per arribar al públic objectiu: convencionals i no convencionals, massius.
 - Identificació i selecció dels suports, espais i missatges publicitaris utilitzats per difondre una programació cultural.
 - Desenvolupament d'accions de comunicació i màrqueting aplicats a la programació cultural.
 - Gestió de les relacions amb els mitjans de comunicació.

4. Seguiment i avaluació de programes i accions vinculats al màrqueting cultural.

- Sistemàtica de formulació d'objectius de control del pla de màrqueting tenint com a referència la consecució dels objectius.
- Mètodes per controlar i seguir les decisions i accions en els plans de màrqueting.
- Metodologies per valorar el grau de satisfacció del client.
- Tècniques per seguir pressupostos.
- Identificació de variables de control en les accions de màrqueting.
- Desenvolupament d'indicadors d'impacte i eficàcia de les accions de màrqueting.
- Adaptació d'eines de càlcul per utilitzar-les en accions de màrqueting cultural.
- Tècniques de tabulació i interpretació de resultats.
- Aplicació de mesures correctores davant de les desviacions en el programa: plans de contingència.
- Procediments per detectar i gestionar la implantació d'accions de millora.
- Protocols per elaborar, estructurar i presentar informes de seguiment amb els resultats obtinguts, destinats a responsables de les polítiques culturals.

Criteris d'accés per als alumnes

Són els que estableix l'article 4 del reial decret que regula el certificat de professionalitat de la família professional que acompanya aquest annex.

MÒDUL DE PRÀCTIQUES PROFESSIONALS NO LABORALS DE DINAMITZACIÓ, PROGRAMACIÓ I DESENVOLUPAMENT D'ACCIONS CULTURALS

Codi: MP0303

Durada: 80 hores

Capacitats i criteris d'avaluació

C1: Dur a terme les activitats de programació d'una programació cultural.

CE1.1 Col·laborar en la recopilació i interpretació d'informació interna i externa que permeti desenvolupar una programació cultural i donar respostes a les necessitats i expectatives de la població destinatària.

CE1.2 Participar en la definició dels objectius de la programació cultural de manera que estiguin alineats amb la planificació estratègica.

CE1.3 Participar en les tasques de selecció i planificació dels diferents elements de la programació, i definició de responsabilitats en l'àmbit d'una programació cultural.

CE1.4 Col·laborar en la selecció de les activitats de la programació cultural.

CE1.5 Participar en la identificació i l'anàlisi de la demanda de les xarxes associatives culturals per aconseguir-ne la participació en la gestió d'esdeveniments culturals de cara a planificar-los.

C2: Desenvolupar i avaluar una programació cultural.

CE2.1 Col·laborar en la identificació i selecció de l'equipament i la infraestructura de l'espai cultural on es desenvoluparà i valorar-ne, juntament amb els responsables corresponents, la disponibilitat o necessitat de contractació.

CE2.2 Participar en les activitats de planificació i verificació del muntatge i la posada en marxa de les instal·lacions i els equipaments identificats per desenvolupar la programació cultural.

CE2.3 Participar en la definició, planificació i comunicació de les funcions i responsabilitats de l'equip involucrat en el desenvolupament de la programació cultural.

CE2.4 Ajudar a elaborar un pla de contingències que minimitzi les possibles incidències que s'hagin identificat a priori.

CE2.5 Recopilar i interpretar, amb la col·laboració dels responsables corresponents, la informació derivada del desenvolupament d'una programació cultural destinada a avaluar-se.

CE2.6 Aplicar, segons una planificació prèviament elaborada i amb la col·laboració dels responsables corresponents, les eines d'avaluació apropiades per a la programació cultural desenvolupada i elaborar els informes de resultats corresponents incloent els punts forts i les àrees de millora detectades.

C3: Organitzar, avaluar i dinamitzar un projecte d'animació cultural.

CE3.1 Intervenir en la definició dels àmbits d'intervenció i les necessitats que cal cobrir amb els productes culturals i els objectius corresponents, d'acord amb la informació analitzada sobre diferents realitats culturals.

CE3.2 Col·laborar en la planificació d'un projecte d'animació cultural, plantejant les activitats, els recursos humans i materials, els pressupostos i els plans de contingència, així com la temporalització, respectant els objectius formulats.

CE3.3 Establir, en col·laboració amb els responsables corresponents, els procediments de mediació, col·laboració i transmissió d'informació entre l'entitat i les associacions culturals que desenvolupen un projecte d'animació cultural.

CE3.4. Definir, en col·laboració amb els responsables corresponents, els indicadors que permetin avaluar el nivell de qualitat de l'esdeveniment cultural i incloure'ls a l'informe d'avaluació.

C4: Planificar, desenvolupar i valorar accions de comunicació i màrqueting per a productes culturals.

CE4.1 Intervenir en el desenvolupament i l'anàlisi d'estudis sobre consumidors potencials de productes culturals, així com dels segments de mercat i les preferències de cadascun a l'hora de planificar una programació cultural.

CE4.2 Col·laborar en l'elaboració d'informes de valoració que relacionen els resultats obtinguts de l'anàlisi del mercat i reflecteixin de manera clara i sintètica les conclusions, oportunitats, amenaces, debilitats i fortaleeses existents.

CE4.3 Donar suport a les activitats de comercialització de productes o serveis culturals mitjançant l'anàlisi, la selecció i la definició de continguts d'una campanya de promoció així com els canals de difusió més adequats per desenvolupar-les, valorant en tot moment els recursos necessaris.

CE4.4 Col·laborar en l'elaboració d'un pressupost de despeses i ingressos destinat a les accions de comunicació i màrqueting prèviament planificades.

CE4.5 Analitzar els indicadors econòmics oportuns i presentar-los en un informe de conclusions, basant-se en unes dades d'evolució de les vendes per producte, preus i accions promocionals fetes, en col·laboració amb els responsables corresponents.

C5: Participar en els processos de treball de l'empresa seguint les normes i instruccions establertes al centre de treball.

CE5.1 Comportar-se de manera responsable tant en les relacions humanes com en les laborals.

CE5.2 Respectar els procediments i les normes del centre de treball.

CE5.3 Emprendre amb diligència les tasques segons les instruccions rebudes, intentant que s'adeqüin al ritme de treball de l'empresa.

CE5.4 Integrar-se en els processos de producció del centre de treball.

CE5.5 Fer ús dels canals de comunicació establerts.

CE5.6 Respectar en tot moment les mesures de prevenció de riscos, salut laboral i protecció del medi ambient.

Sumari

1. Desenvolupament i avaluació de la programació cultural.

- Anàlisi de la demanda de les xarxes associatives culturals.
- Interpretació d'informació interna i externa.
- Identificació de tasques de selecció i planificació dels diferents elements de la programació.
- Identificació i selecció de l'equipament i la infraestructura de l'espai cultural.
- Definició dels objectius de la programació cultural.
- Elecció de les activitats de la programació cultural.
- Elaboració d'un pla de contingències.
- Definició de responsabilitats en l'àmbit d'una programació cultural.
- Definició, planificació i comunicació de les funcions i responsabilitats de l'equip.
- Valoració de la disponibilitat i necessitat de contractació d'espais o equipaments culturals.
- Verificació del muntatge i posada en marxa de les instal·lacions i els equipaments.
- Preparació de les activitats de seguiment d'accions definides en la programació cultural.
- Coordinació d'accions i persones en l'aplicació de la programació cultural.

- Aplicació de mesures correctores per evitar la desviació dels objectius.
- Aplicació de les eines d'avaluació.
- Recopilació i interpretació de la informació, i el seu reflex en l'avaluació.
- Elaboració d'informes de resultats.

2. Organització, avaluació i dinamització d'un projecte d'animació cultural.

- Definició d'àmbits d'intervenció i necessitats que s'han de cobrir amb un projecte d'animació cultural.
- Definició d'objectius d'un projecte d'animació cultural.
- Definició d'activitats d'un projecte d'animació cultural.
- Definició dels recursos humans i materials necessaris per a un projecte d'animació cultural.
- Planificació de pressupostos per a un projecte d'animació cultural.
- Definició de plans de contingència per a un projecte d'animació cultural.
- Planificació temporal d'un projecte d'animació cultural.
- Aplicació dels procediments de mediació, col·laboració i transmissió d'informació entre l'entitat i les associacions culturals.
- Identificació d'indicadors per avaluar el nivell de qualitat de l'esdeveniment cultural.

3. Planificació, desenvolupament i valoració d'accions de comunicació i màrqueting per a productes culturals.

- Anàlisi d'estudis sobre potencials consumidors de productes culturals i dels segments de mercat.
- Elaboració d'informes de valoració considerant els resultats obtinguts de l'anàlisi del mercat.
- Definició de continguts d'una campanya de promoció i dels canals de difusió.
- Elaboració de pressupostos de despeses i ingressos.
- Suport en les activitats de comercialització de productes o serveis culturals.

4. Integració i comunicació al centre de treball.

- Comportament responsable al centre de treball.
- Respecte als procediments i les normes del centre de treball.
- Interpretació i execució amb diligència de les instruccions rebudes.
- Reconeixement del procés productiu de l'organització.
- Ús dels canals de comunicació establerts al centre de treball.
- Adequació al ritme de treball de l'empresa.
- Seguiment de les normatives de prevenció de riscos, salut laboral i protecció del medi ambient.

IV. PRESCRIPCIONS DELS FORMADORS

Mòduls formatius	Acreditació requerida	Experiència professional requerida en l'àmbit de la unitat de competència
MF1431_3: Programacions culturals	- Llicenciat/ada, enginyer/a, arquitecte/a o títol de grau corresponent, o altres títols equivalents. - Diplomat/ada, enginyer/a tècnic/a, arquitecte/a tècnic/a o títol de grau corresponent, o altres títols equivalents.	3 anys
MF1432_3: Projectes d'animació cultural	- Llicenciat/ada, enginyer/a, arquitecte/a o títol de grau corresponent, o altres títols equivalents. - Diplomat/ada, enginyer/a tècnic/a, arquitecte/a tècnic/a o títol de grau corresponent, o altres títols equivalents.	3 anys
MF1433_3: Màrqueting cultural	- Llicenciat/ada, enginyer/a, arquitecte/a o títol de grau corresponent, o altres títols equivalents. - Diplomat/ada, enginyer/a tècnic/a, arquitecte/a tècnic/a o títol de grau corresponent, o altres títols equivalents.	3 anys

V. REQUISITS MÍNIMS D'ESPAIS, INSTAL·LACIONS I EQUIPAMENT

Espai formatiu	Superfície m ² 15 alumnes	Superfície m ² 25 alumnes
Aula de gestió	45	60

Espai formatiu	M1	M2	M3
Aula de gestió	X	X	X

Espai formatiu	Equipament
Aula de gestió	- Equips audiovisuals. - Ordinadors instal·lats en xarxa, canó de projecció i Internet. - Programari específic de l'especialitat. - Pissarres per escriure amb retolador. - Paperògraf. - Material d'aula. - Taula i cadira per al formador. - Taules i cadires per als alumnes.

No s'ha d'interpretar que els diversos espais formatius identificats s'hagin de diferenciar necessàriament mitjançant tancaments.

Les instal·lacions i els equipaments han de complir amb la normativa industrial i higienicosanitària corresponent, i han de respondre a mesures d'accessibilitat universal i seguretat dels participants.

El nombre d'utensilis, màquines i eines que s'especifiquen a l'equipament dels espais formatius ha de ser suficient per a 15 alumnes com a mínim, i s'ha d'augmentar en cas d'ampliar-ne el nombre.

Quan la formació s'adreça a persones amb discapacitat, caldrà fer les adaptacions i els ajustos necessaris per assegurar que hi participin en condicions d'igualtat.