

Especialización

# Estrategia Digital en Organizaciones Culturales (UOC, Museu Nacional d'Art de Catalunya)

¿Quieres más información?



Junto con:

MUSEU  
NACIONAL  
D'ART DE  
CATALUNYA



Universitat  
Oberta  
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 tecnológicas 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 los públicos.
- 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.
- Adecuar canales y contenidos a las necesidades y expectativas de los usuarios.
- 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 funcionamiento 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 complementaria 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 y en otras instituciones o empresas de servicios culturales, previo proceso de selección.

## A quién va dirigido

- Museólogos.
- Gestores culturales.
- Responsables de públicos en museos, bibliotecas y otras 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

### Conxa Rodà de Llanza

Docente de la UOC y de la UIC. Ha sido jefa de estrategia, innovación y transformación digital del Museu Nacional d'Art de Catalunya (Barcelona). Con más de 15 años de experiencia en proyectos digitales. Ha sido directora de Comunicación en el Instituto de Cultura de Barcelona. Miembro del comité internacional de programa del congreso Museums and the Web.

## Profesora colaboradora

### Núria Mañé

Licenciada en Ciencias Políticas y de la Administración y en Comunicación Audiovisual. Actualmente es ponente y profesora de universidades, centros educativos y de negocios y consultora independiente en comunicación, por lo que acompaña a empresas e instituciones en su proceso de transformación digital.

### Clara Merín

Consultora en comunicación en línea y medios sociales. Imparte formación en esta área en diversos entornos. Es autora del blog *Endecomunicación* (endecomunicación.com) sobre medios sociales 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*.

### Conxa Rodà

### 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 of Art 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

Créditos ECTS

### Especialización de Estrategia Digital en Organizaciones Culturales

15

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

#### Bloque 1. Hacia una 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.

#### Bloque 2. Experiencia de usuario (UX)

El gran cambio en las instituciones culturales consiste en pasar de tener una perspectiva corporativa a centrarse en el usuario, el cliente, el visitante, el espectador. En este bloque se ofrecerán estrategias y herramientas integradas por medio de varios canales físicos y digitales para adquirir una experiencia enriquecida, consistente, personalizada y contextual.

#### Bloque 3. 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.

#### 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.

Junto con:

MUSEU  
NACIONAL  
D'ART DE  
CATALUNYA

# FORMAR TRANS- FORMAR

## Más de 25 años de experiencia en *e-learning*

La UOC nació en 1995 como la primera **universidad online del mundo**, con la voluntad de utilizar la tecnología para abrir el acceso a la enseñanza universitaria de calidad a todas las personas. Más de 25 años después, seguimos comprometidos con la transformación digital de la educación.

**87.500** estudiantes

**95.000** graduados y graduadas

**544** profesores propios y personal investigador

**6.500** personas del equipo docente colaborador y de función tutorial

**141** países donde viven los estudiantes

**En la web encontrarás el apartado Precios y descuentos, donde se detallan los precios, descuentos y facilidades de pago:**

- Precios y facilidades de pago
- Becas y ayudas
- Pago fraccionado
- Condiciones especiales para empresas
- Apoyo al deportista de competición
- Matrícula corporativa



**Times Higher Education World University Rankings**

**Iberoamérica.** 1a. universidad en línea.

**Global.** Top 175 entre las universidades más jóvenes del mundo.

**España.** 1a. universidad en línea de menos de 50 años.

