# Manual de usuario

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

| | |
|---|---|
| **Contrato no.:** | Número de proyecto: 601073-EPP-1-2018-1-IT EPPKA2-SSA |
| **Acrónimo del proyecto:** | EUHERIT |
| **No de paquete de trabajo:** | 4. |
| **Nombre de la entrega:** | Manual de usuario |
| **Entrega no .:** | 4.4 |
| **Nivel de distribución:** | Confidencial |
| **Mes contractual de envío (de la 1ª versión):** | M23 [versión final] |
| **Mes real de presentación (de la 1ª versión):** | M14 [Versión borrador]. |
| **Fecha de envío de esta versión:** | |
| **No de versión:** | |
| **Número de páginas:** | |
| **Socio responsible del proyecto :** | Fondazione Fitzcarraldo |
| **Autores (nombre / organización colaboradora):** | Emanuela Gasca, Alberto Gulli, Elettra Zuliani (Fondazione Fitzcarraldo), Concha Maza, Ana B. Santos (La Cultora), Noel Buttigieg, Marie Avellino, Karsten Xuereb (Universidad de Malta), Lorenz Potthast (M2C), Isabel Verdet (ENCACT), Raluca Capota (NIRCT), Emmanuele Curti, Paolo Montemurro, Raffaele Vitulli (Matera Hub), Panagiota Polymeropoulou (Open Hellenic University) |

## 1. Estructura del programa de formación europeo

| **Módulo 1** | **Patrimonio cultural y turismo experencial para el desarrollo local**<br>*Curador de contenido: Fondazione Fitzcarraldo* |
|---|---|
| **UNIDAD 1.1** | **Marco del patrimonio cultural** |
| SU 1.1.1 | Patrimonio cultural: principales dimensiones y posibles interpretaciones |
| SU 1.1.2 | El marco reciente |
| SU 1.1.3 | El papel de la cultura en los objetivos del desarrollo sostenible (ODS) |
| **UNIDAD 1.2** | **Del turismo cultural al turismo experiencial** |
| SU 1.2.1 | Turismo cultural, tendencias y principales elementos |
| SU 1.2.2 | Nuevo paradigma hacia el turismo experiencial: el 'ciclo de la experiencia' |
| SU 1.2.3 | Turismo experiencial: nuevos productos y experiencias para los beneficiarios |
| **UNIDAD 1.3** | **Nuevas dimensiones del patrimonio cultural y el turismo en los escenarios recientes** |
| SU 1.3.1 | Experimentar el turismo y las nuevas dimensiones del turismo post-COVID |
| SU 1.3.2 | Estudios de casos y nuevas fronteras del turismo para el bienestar de las comunidades |
| SU 1.3.3 | El papel de las comunidades temporales en los nuevos escenarios |
| **UNIDAD 1.4** | **Stakeholder y desarrollo local** |
| SU 1.4.1 | El papel de los stakeholders para el desarrollo local |
| SU 1.4.2 | El plan de gestión de los stakeholders |
| SU 1.4.3 | Stakeholders en el desarrollo de la experiencia: el testimonio de buenas prácticas |

| **Módulo 2** | **Diseñe una experiencia de visitante innovadora**<br>*Curador de contenido: Universidad de Malta* |
|---|---|
| **UNIDAD 2.1** | **Conceptos básicos del desarrollo de proyectos** |
| SU 2.1.1 | Iniciativas de planificación estratégica: misión, visión y objetivos de la organización |
| SU 2.1.2 | Diseñar proyectos culturales: alcance y secuencia |
| SU 2.1.3 | Gestión de proyectos culturales |
| **UNIDAD 2.2** | **El plan de desarrollo del público** |
| SU 2.2.1 | Desarrollo del público : una introducción |
| SU 2.2.2 | Misión, visión y ambiciones del público para crear experiencias significativas y atractivas. |
| SU 2.2.3 | Objetivos, acción y revisión del diseño de las experiencias de los visitantes |
| **UNIDAD 2.3** | **Segmentación del público** |
| SU 2.3.1 | Segmentos del público y personas |
| SU 2.3.2 | Datos primarios para proyectos culturales y turísticos |
| SU 2.3.3 | Datos secundarios para proyectos culturales y turísticos |

| | |
|---|---|
| **UNIDAD 2.4** | **Involucrar al público** |
| SU 2.4.1 | Involucrar al público existente en los sitios del patrimonio cultural |
| SU 2.4.2 | Involucrar a nuevos públicos en los sitios del patrimonio cultural |
| SU 2.4.3 | Herramientas de desarrollo de público para involucrar y mejorar la experiencia del visitante |

| | |
|---|---|
| **Módulo 3** | **Estrategias y herramientas digitales para el patrimonio cultural**<br>*Curadores de contenido: M2C (con ENCATC y NIRCT)* |
| **UNIDAD 3.1** | **Comprender el potencial de los datos digitales en el contexto del patrimonio cultural** |
| SU 3.1.1 | Comprender el entorno digital |
| SU 3.1.2 | Reconocer, evaluar y formar habilidades digitales dentro de la organización. |
| SU 3.1.3 | Intercambio digital con visitantes |
| **UNIDAD 3.2** | **Nuevas estrategias y herramientas digitales para sitios de patrimonio cultural basados en la experiencia** |
| SU 3.2.1 | Tendencias recientes y futuras en el campo digital |
| SU 3.2.2 | Best practices y estudios de caso |
| SU 3.2.3 | Desarrollar estrategias digitales |
| **UNIDAD 3.3** | **Marketing digital y comunicación para el patrimonio cultural** |
| SU 3.3.1 | Estrategias de marketing digital |
| SU 3.3.2 | Bloguear y usar las redes sociales en los escenarios digitales de la experiencia. |
| SU 3.3.3 | Participación del usuario y narración de historias |
| **UNIDAD 3.4** | **Diseñar experiencias digitales en línea y en el sitio para visitantes** |
| SU 3.4.1 | La experiencia digital en el ciclo de la experiencia |
| SU 3.4.2 | Diseño de la experiencia digital: procesos y pasos para iniciativas digitales on-line e in situ |
| SU 3.4.3 | Implementación de la experiencia digital y enfoques de evaluación. |

| | |
|---|---|
| **Módulo 4** | **Enfoque empresarial para el patrimonio cultural**<br>*Curadores de contenido: Matera Hub y Hellenic Open University* |
| **UNIDAD 4.1** | **Habilidades de emprendimiento como elementos clave para una nueva gestión del patrimonio cultural** |
| SU 4.1.1 | Mejora de las competencias empresariales dentro de la descripción de EntreComp |
| SU 4.1.2 | Reconocer, evaluar y capacitar habilidades emprendedoras dentro de la descripción de EntreComp |
| SU 4.1.3 | El papel de las políticas públicas en el desarrollo del potencial innovador e empresarial de los sectores culturales y creativos |
| **UNIDAD 4.2** | **Emprendimiento cultural - ¿Qué es?** |
| SU 4.2.1 | Las competencias esenciales para el emprendedor cultural |

| | |
|---|---|
| SU 4.2.2 | Modelo teórico: cómo los emprendedores desarrollan competencias sociales y culturales |
| SU 4.2.3 | El ecosistema emprendedor de las industrias culturales y creativas |
| **UNIDAD 4.3** | **Gestión financiera del sector del patrimonio cultural y el turismo** |
| SU 4.3.1 | Analizar el contexto financiero y definir un plan financiero sostenible en la gestión del patrimonio cultural y el turismo |
| SU 4.3.2 | Implementar una estrategia de recaudación de fondos en el sector del patrimonio cultural y el turismo |
| SU 4.3.3 | Los diferentes modelos financieros y estructuras organizativas para el patrimonio cultural y el turismo |
| **UNIDAD 4.4** | **Estrategias emprendedoras para la gestión innovadora del patrimonio cultural y el turismo** |
| SU 4.4.1 | Nuevo modelo de negocio sostenible para experiencias valiosas en el sector del patrimonio cultural y el turismo |
| SU 4.4.2 | La metodología de la 'gestión ajustada' en el patrimonio cultural y el turismo |
| SU 4.4.3 | Un nuevo enfoque holístico en la gestión del patrimonio cultural y el turismo |

| Módulo 5 | **Sostenibilidad, medición de impacto y evaluación de proyectos**<br>*Curador de contenido: la Cultuora* |
|---|---|
| **UNIDAD 5.1** | **Conceptos sobre sostenibilidad y medición de impacto** |
| SU 5.1.1 | El debate sobre la sostenibilidad en la cultura como visión estratégica |
| SU 5.1.2 | Por qué es importante la medición: pasos más allá del seguimiento y la evaluación |
| SU 5.1.3 | Valor social y glosario de conceptos |
| **UNIDAD 5.2** | **Enfoques de evaluación en cultura y turismo** |
| SU 5.2.1 | Enfoques multidimensionales y de valores múltiples |
| SU 5.2.2 | Desafíos y oportunidades para medir la cultura |
| SU 5.2.3 | Diseñar un proceso para planificar un proyecto de evaluación. |
| **UNIDAD 5.3** | **Cómo hacerlo: proyecto de medición de impacto para la experiencia** |
| SU 5.3.1 | Ciclo de medición de impacto |
| SU 5.3.2 | ¿Qué tipo de datos son importantes para evaluar: producto, resultado o impacto? |
| SU 5.3.3 | Gestión de impacto y evaluación: construcción de un modelo a medida |
| **UNIDAD 5.4** | **Enfoques y metodologías: sostenibilidad y medición de impacto social en las organizaciones culturales** |
| SU 5.4.1 | Midiendo la sostenibilidad: alineación con los ODS |
| SU 5.4.2 | Lógica de intervención e indicadores SMART |
| SU 5.4.3 | Metodologías de seguimiento y evaluación |

2. Los Módulos

# MÓDULO 1 | Patrimonio cultural y turismo experiencial para el desarrollo local

### Descripción del módulo

El módulo 1 tiene como objetivo ofrecer un marco teórico sobre los significados y los vínculos existentes entre el patrimonio cultural y el turismo experiencial. A través del análisis de referencias académicas e institucionales, tendencias y casos de estudio, el Módulo 1 analiza estos temas principales, pero también temas transversales relacionados con ellos, como, por ejemplo, la gestión de los *stakeholder.*

El objetivo final es dar a los profesionales la capacidad de identificar, discutir y elaborar las principales dimensiones y la relación entre el patrimonio cultural y el "turismo experiencial " en términos de sostenibilidad, participación comunitaria, participación de los stakeholders y desarrollo local.

Una parte del módulo también aborda los principales nuevos escenarios que emergen de la pandemia de COVID-19.

Una parte adicional de este módulo está dedicada a estudios de casos sobre nuevas trayectorias del patrimonio cultural y el turismo experiencial, como la aparición de nuevos productos (turismo accesible, turismo enogastronómico) y enfoques interesantes de administración que ponen en primer plano el papel del arte para mejorar la salud y el bienestar.

### Estrategia educativa

- Video presentaciones, incluidas conferencias y entrevistas.
- Contenidos basados en texto que incluyen estudios de casos, mejores prácticas y ejemplos del mundo real.
- Una colección de recursos educativos abiertos: informes, estudios de investigación, artículos, documentos de políticas y otros materiales para el autoaprendizaje.

- Bibliografía y webgrafía sobre fuentes de referencia primarias y secundarias
- Autoevaluación mediante cuestionarios

## UNIDAD 1.1 | MARCO DEL PATRIMONIO CULTURAL

### Descripción

El objetivo es dar a los participantes algunas definiciones y enfoques sobre el patrimonio cultural y su relación con las comunidades territoriales y culturales. Empezando por las definiciones y tipologías de patrimonio cultural (dadas por instituciones institucionales y científicas), la unidad se centra en los enfoques propuestos recientemente a nivel europeo e

internacional (por ejemplo, por la Estrategia europea de patrimonio cultural para el siglo XXI, Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, Indicadores Cultura 2030, recomendaciones del Año Europeo del Patrimonio Cultural, ODS, etc.). El objetivo es proponer un enfoque que vaya más allá de la conservación y salvaguardia de los monumentos, hacia un proceso más inclusivo que investigue los componentes centrales del patrimonio cultural que considera los ciudadanos, las comunidades, los operadores y los visitantes.

### Los resultados del aprendizaje

Después de completar esta unidad, el alumno podrá:

- **RApr1**[1] Conocer el significado del patrimonio cultural en sus diferentes dimensiones.
- **RApr2** Recopilar y analizar enfoques interdisciplinarios y casos de estudios del patrimonio.
- **RApr3** Interpretar las principales características del patrimonio cultural relacionadas con su tipología.
- **RApr4** Reconocer similitudes y diferencias entre diferentes definiciones e interpretaciones del patrimonio cultural.
- **RApr5** Recopilar y desarrollar narrativas destacando iniciativas públicas y privadas que utilizan el patrimonio cultural como lugar de reflexión, intercambio y creación.

## SUB-UNIDADES

### SU 1.1.1 - Patrimonio cultural: principales dimensiones y posibles interpretaciones

Esta subunidad aborda las principales dimensiones del patrimonio cultural. Partiendo de las definiciones internacionales (por ejemplo de UNESCO, ICOM e ICOMOS) y pasando por las innovadoras reflexiones propuestas por la Convención de Faro - innovadoras tanto en la concepción como en la modalidad de protección, salvaguardia y puesta en valor del patrimonio cultural - esta subunidad tiene como objetivo identificar los principales aspectos del patrimonio cultural en términos de elementos materiales e inmateriales.

El objetivo es identificar los principales elementos que caracterizan el patrimonio cultural en términos de tipología, valores y relación con las comunidades culturales y territoriales.

### SU 1.1.2 - El marco reciente

Esta subunidad propone una visión general de los informes, documentos y recomendaciones más importantes y recientes en el campo del patrimonio cultural. Desde la Nueva Agenda Europea para la Cultura, hasta el Año Europeo del Patrimonio Cultural, y desde la Estrategia del Patrimonio Cultural Europeo St21 hasta la iniciativa Capital Europea de la Cultura, la subunidad sigue las reflexiones de la Subunidad 1, identificando posibles dimensiones

[1] **RApr:** Resultado de aprendizaje

relacionadas con patrimonio cultural en términos de relación con las comunidades, participación social, gobernabilidad y desarrollo local.

### SU 1.1.3 - El papel de la cultura en los ODS

En septiembre de 2015, la Asamblea General de las Naciones Unidas adoptó la 'Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible', con diecisiete ambiciosos objetivos universales centrados en una educación de calidad, ciudades sostenibles, respeto medioambiental, crecimiento económico, consumo sostenible, sociedades pacíficas e inclusivas, igualdad de género y seguridad alimentaria.

La cultura tiene un papel crucial que jugar en los ODS: todos ellos pueden ser considerados de alguna manera relevantes para la cultura, tanto directamente (la cultura como motor del desarrollo sostenible) como indirectamente (la cultura como facilitador), como se describe en varias publicaciones publicadas desde la adopción de los ODS. Al mismo tiempo, los derechos culturales, el patrimonio, la diversidad y la creatividad son componentes centrales del desarrollo humano y sostenible. En relación con este tema, la subunidad se centra en particular en los ODS n. 4, 8, 11 y 13.

También se tendrán en cuenta los indicadores de Cultura 2030 desarrollados por la UNESCO.

## UNIDAD 1.2 | DEL TURISMO CULTURAL AL TURISMO EXPERENCIAL

### Descripción

Dado que los desplazamientos de las personas desde su lugar habitual de residencia hacia los lugares de interés cultural se desencadenan cada vez más por el deseo de recopilar nueva información y experiencias para satisfacer las necesidades culturales, el turismo cultural está estrictamente relacionado con la posibilidad de "vivir una experiencia". Esta experiencia no comienza simplemente cuando los visitantes llegan a los destinos, sino antes de la llegada y finaliza con el recuerdo de las reflexiones en la fase posterior a la visita y los planes para futuras visitas. La unidad introduce la relación entre patrimonio cultural y turismo, describiendo la evolución del fenómeno turístico hacia el concepto de experiencia. Combinando las teorías de la economía de la experiencia con los enfoques recientes relacionados con el 'diseño del turismo experiencial', la unidad ofrece una visión general de las tendencias recientes, enfoques científicos y reflexiones sobre la evolución a partir del turismo cultural al turismo de experiencias.

### Los resultados del aprendizaje

Después de completar esta unidad, el alumno podrá:

- **RApr1**[2] Conocer los principales elementos para analizar e interpretar los fenómenos turísticos relacionados con el patrimonio cultural.

[2] **RApr**: Resultado de aprendizaje

- **RApr2** Conocer y recordar el marco de definiciones / interpretaciones / tendencias del turismo cultural, mirando datos fiables y científicos y fuentes secundarias.
- **RApr3** Interpretar el fenómeno turístico como una experiencia territorial que conjuga las necesidades de los visitantes y los valores del destino.
- **RApr4** Reconocer e interpretar un proceso de gestión turística y mostrar su patrimonio cultural de forma razonada.
- **RApr5** Debate sobre diferentes productos turísticos identificando las tendencias y valores más importantes
- **RApr6** Conocer y recopilar diferentes enfoques útiles para la creación de actividades turísticas que incorporen activos patrimoniales y conocimientos locales.
- **RApr7** Desarrollar experiencias patrimoniales combinando diferentes formas de expresión cultural (danza, música, habilidades tradicionales o nuevas, gastronomía, etc.) y apelando a diferentes vertientes de la naturaleza humana (sentidos, sentimientos, conocimientos).

## SUB-UNIDADES

### SU 1.2.1 - Turismo cultural, tendencias y principales elementos

Esta primera sub-unidad tiene como objetivo introducir el tema del turismo, partiendo de una breve descripción de las principales definiciones para identificar los principales aspectos del turismo cultural en términos de sus principales dimensiones y tendencias.

Los componentes de la gestión turística también se abordarán en relación al proceso de elección del destino.

Una parte final estará dedicada a estudios de casos utilizados como ejemplos de turismo cultural en el patrimonio nacional.

En esta subunidad, también hay un enfoque en los datos y las fuentes secundarias para analizar e interpretar el fenómeno.

### SU 1.2.2 - Nuevo paradigma hacia el turismo experiencial: el ciclo de la experiencia

Abordando el tema tratado en la sub-unidad anterior, esta parte se centrará en la transición actual del concepto tradicional de turismo cultural a aquello reciente que propone una posible interpretación relacionada con el llamado 'turismo experiencial'.

A partir de la interpretación dada por la economía de la experiencia, esta subunidad analiza las principales dimensiones del turismo experiencial relacionadas con el lado de la oferta y la demanda de un sistema turístico, llegando al enfoque reciente del 'Ciclo de la Experiencia'.

### SU 1.2.3 - Turismo experiencial: nuevos productos y experiencias para los beneficiarios

El turismo experiencial refuerza el debate, por un lado, sobre el nuevo comportamiento de los visitantes en los viajes y en la posibilidad de 'vivir' un destino y, por otro lado, refuerza los vínculos entre los destinos territoriales y los productos turísticos que pueden interactuar para el desarrollo del proceso de turismo experiencial. La subunidad sugiere algunas conversaciones con expertos que están trabajando en estos temas, como, por ejemplo, el enogastronomía, el turismo accesible y  el turismo lento.

## UNIDAD 1.3 | NUEVAS DIMENSIONES DEL PATRIMONIO CULTURAL Y TURISMO EN LOS ÚLTIMOS ESCENARIOS

### Descripción

De la experiencia de confinamiento que hemos vivido en este momento y la evolución de la pandemia de COVID-19 en el mundo, se puede asumir que la posibilidad de volver a la normalidad (de cualquier forma y en qué medida esto sucederá) llevará tiempo.

En este contexto, son necesarios nuevos paradigmas de interpretación del fenómeno cultural y turístico para volver a pensar los productos, la demanda, la oferta y las políticas para relanzar destinos y sitios.

En particular, el efecto combinado de medidas de seguridad y normativas sanitarias en el turismo experiencial da lugar a una explosión de experiencias locales específicas y muy diferenciadas en cuanto a inclinaciones, orígenes, culturas y estacionalidad. Esto implica una revolución en el modelo de negocio tanto en la cadena de valor de la oferta como en los procesos de demanda turística.

### Los resultados del aprendizaje

Después de completar esta unidad, el alumno podrá:

- **RApr1**[3] Saber los principales elementos para analizar e interpretar el fenómeno turístico frente a escenarios post-COVID
- **RApr2** Recordar el marco de las principales tendencias observando datos científicos y autorizados y fuentes secundarias.
- **RApr3** Interpretar los nuevos paradigmas del patrimonio cultural y el turismo en el período post-COVID
- **RApr4** Reconocer e interpretar casos de estudios identificando posibles enfoques, metodologías y herramientas para ser aplicados en otros contextos también
- **RApr5** Debatir sobre las diferentes dimensiones de los escenarios COVID.

## SUB-UNIDADES

### SU 1.3.1 - Turismo experiencial y nuevas dimensiones del turismo post-COVID

Esta subunidad se enfocará en el principal fenómeno emergente de la pandemia COVID-19, en el sector turístico: de la 'estadía' al 'subturismo', de la dimensión de proximidad al turismo de valor, esta subunidad sugiere algunas posibles reflexiones de esta nueva realidad junto con datos e información estadística sobre tendencias turísticas y nuevos escenarios.

En esta subunidad se destaca y estudia el rol del turismo en impulsar la participación comunitaria, en poner en primer plano la experiencia de los visitantes y en experimentar con el uso de herramientas digitales para superar las limitaciones impuestas por la pandemia COVID-19.

### SU 1.3.2 - Estudios de caso y nuevas fronteras del patrimonio cultural y el turismo para el bienestar de las comunidades

Como subraya la 'Acción unida para una mejor salud en Europa' (OMS, 2020), es importante desarrollar líneas guías para mejorar la preparación de los sistemas de salud para responder a la pandemia de COVID-19 y a cualquier otra emergencia sanitaria, dentro de una atención universalista. Acercarse. En este contexto, es fundamental reflexionar, desencadenar y desarrollar una 'inteligencia estratégica' para promover el bienestar y la salud, y combatir las

[3] RApr: Resultado de aprendizaje

desigualdades no solo en nuestras propias comunidades, sino también en contextos territoriales y culturales orientados a la acogida de ciudadanos temporales.

En este marco, la subunidad reflexiona sobre la relación entre patrimonio cultural, turismo y bienestar en términos de contextos potenciales en los que experimentar nuevos procesos, formatos y modelos en los que el bienestar y la calidad de vida de los ciudadanos y visitantes se toma en consideración, apuntando a un empoderamiento de operadores y comunidades, también en contextos de fragilidad.

### SU 1.3.3 - El papel de las comunidades temporales en los nuevos escenarios

La subunidad se centra en el concepto de 'ciudadanos temporales' como un acercamiento a la relación entre comunidad y visitantes: una forma de sentirse co-constructores de una nueva idea de comunidad en la que el foco ya no es el lugar, sino las personas que dan vida al lugar en sí.

La subunidad propone una nueva forma de ver el fenómeno del turismo (a menudo percibido como un elemento cada vez más invasivo y “gentrificante”) como un parámetro de una nueva socialidad, desarrollada sobre la capacidad de vivir más dinámicamente con las continuas migraciones a las que nos empuja la vida.

## UNIDAD 1.4 | STAKEHOLDER Y DESARROLLO LOCAL

### Descripción

Los proyectos estratégicos en cultura y turismo necesitan cada vez más enfoques transversales, horizontales, con capacidad de involucrar a diferentes sectores, y procesos verticales para colaborar con todos los niveles de la organización. En este contexto, reconocer un valor importante del patrimonio cultural como motor de desarrollo significa actuar sobre la propensión de las comunidades, organizaciones, destinos y sitios culturales a 'crear un sistema' a nivel territorial que entrelaza a los diversos actores locales. La subunidad propone algunos enfoques, metodologías y herramientas para involucrar a las comunidades / organizaciones / destinos / sitios turísticos y culturales con un enfoque específico en el plan de gestión estratégica.

### Los resultados del aprendizaje

Después de completar esta unidad, el alumno podrá:

- **RApr1**[4] Conocer y utilizar posibles enfoques, metodologías y procedimientos para mejorar la colaboración entre los destinos y los stakeholders.
- **RApr2** Utilizar enfoques, metodologías y procedimientos para mejorar las relaciones entre los ciudadanos y los stakeholders.
- **RApr3** Identificar y administrar los stakeholders. adoptando un enfoque estructurado y utilizando plantillas de proyectos simples
- **RApr4** Desarrollar una estrategia de gestión de los stakeholders.

[4] RApr: Resultado de aprendizaje

- **RApr5** Interpretar las diferentes necesidades de los stakeholders y describir cómo impactan en un proyecto, y describir los intereses divergentes de las múltiples stakeholder y sus prioridades en competencia.
- **RApr6** Analizar, mapear y desarrollar procesos con grupos de interés y comunidades.

## SUB-UNIDADES

### SU 1.4.1 - El papel de los stakeholders para el desarrollo local

La subunidad se centra en el papel de los stakeholders en los procesos ascendentes o descendentes del desarrollo local, centrándose en algunos ejemplos.

### SU 1.4.2 - El plan de gestión de los stakeholders

La subunidad propone algunos enfoques, metodologías y herramientas para involucrar a las comunidades, organizaciones, destinos y sitios turísticos y culturales, tanto entre sus propios departamentos como con otros actores del ámbito local. Esta subunidad se centra también en los diferentes tipos de entidades e instituciones públicas y privadas que contribuyen a la creación de un sistema territorial centrado en el turismo y el patrimonio cultural. La subunidad presenta algunas herramientas de gestión de los stakeholders, como el análisis de los stakeholders, la comprensión de los estilos de comportamiento de los stakeholders, la identificación de las necesidades de los stakeholders, la obtención del acuerdo de los stakeholders y la gestión continua de los stakeholders.

### SU 1.4.3 – Stakeholders en el desarrollo de la experiencia: el testimonio de buenas prácticas

La subunidad presenta diferentes enfoques innovadores y estudios de caso donde los actores participan en el desarrollo de un destino y producto turístico, en términos de construcción de redes, desarrollo de acciones concretas e implementación de nuevos enfoques de gobernanza involucrando a diferentes tipos de actores como, por ejemplo, Organizaciones de gestión de destinos (OGD), instituciones públicas y privadas y asociaciones culturales.

# MÓDULO 2 | Diseñar una experiencia de visitante innovadora

## Descripción del módulo

Este módulo tiene como objetivo brindar a los participantes la oportunidad de explorar los fundamentos necesarios para comprender la experiencia del visitante desde una perspectiva de gestión. Los participantes serán capaces de comprender las características del comportamiento de los visitantes dentro de un espacio cultural. Esta perspectiva permite a los profesionales comprender aspectos importantes relacionados con la gestión de proyectos culturales y turísticos. Esta unidad de estudio brinda la oportunidad de explorar un marco para decodificar una dirección estratégica e identificar metas a corto y largo plazo para lograr un diseño efectivo hacia una experiencia de visitante exitosa. La estrategia informa aquellos proyectos necesarios para que un destino turístico innove su producto. La necesidad de comprender la realización de un proyecto es imperativa a la hora de diseñar experiencias de visitantes que sean únicas y diferentes. El diseño depende directamente de una comprensión profunda del público, sus deseos, expectativas, necesidades, etc. Identificar las herramientas disponibles para los gestores del patrimonio cultural y aplicarlas de forma eficaz forma parte integral de este viaje. Un análisis de los hábitos, comportamientos, expectativas y deseos de los visitantes proporciona un proceso de toma de decisiones informado y nos permite empatizar con el visitante para encontrar formas adecuadas de conectarlo e involucrarlo.

## Estrategia educativa

- Presentaciones en video, incluidas conferencias y entrevistas.
- Contenidos basados en texto que incluyen estudios de casos, mejores prácticas y ejemplos del mundo real.
- Una colección de recursos educativos abiertos: informes, estudios de investigación, artículos, documentos de políticas y otros materiales para el autoaprendizaje.

- Bibliografía y webografía sobre fuentes de referencia primarias y secundarias
- Autoevaluación mediante cuestionarios

## UNIDAD 2.1 | FUNDAMENTOS DEL DESARROLLO DE PROYECTOS

### Descripción

Esta unidad se centra en los conocimientos y habilidades básicos necesarios para desarrollar un proyecto. Los participantes empezaran a comprender la naturaleza de un plan estratégico y cómo esta información conduce proyectos que buscan la innovación dentro de la misión, visión y valores del destino. Los participantes explorarán el ciclo de vida del proyecto y aprenderán cómo construir un proyecto exitoso desde la pre-implementación hasta su finalización. Cuanto más se comprendan las diferentes dinámicas que se manifiestan durante los proyectos, mejor preparado estará el director del proyecto para abordar los desafíos y rectificar los casos de

práctica que pueden mejorarse. Esto último incluye una comprensión profunda de la importancia de una experiencia centrada en el visitante donde se prioriza el resultado sobre el producto. Sobre este trasfondo, los participantes serán asistido en la comprensión de cómo la gestión de las relaciones con los visitantes informa la estrategia, ayuda a los miembros de una organización a comprender los objetivos comunes, informa la visión y la misión, y permite la inversión y, por lo tanto, las posibilidades de proyectos que destinan experiencias de diseño innovadoras.

### Los resultados del aprendizaje

Después de completar esta unidad, el alumno podrá:

- **RApr1**[5] Explicar la situación actual de una institución de patrimonio cultural.
- **RApr2** Describir los pasos necesarios para implementar un plan estratégico.
- **RApr3** Evaluar un plan de progreso
- **RApr4** Identificar la coherencia necesaria entre la visión, misión y valores de la institución.
- **RApr5** Crear un plan sobre cómo ejecutar las metas a corto y largo plazo
- **RApr6** Evaluar un plan para facilitar la ejecución de metas específicas.
- **RApr7** Aplicar el marco generalmente reconocido y las buenas prácticas de gestión de proyectos
- **RApr8** Aplicar los procesos de gestión de proyectos para iniciar, planificar, ejecutar, monitorear, controlar y cerrar proyectos y para coordinar todos los elementos del proyecto
- **RApr9** Evaluar el proyecto de manera efectiva, incluida la gestión del alcance, el tiempo, los costes y la calidad.
- **RApr10** Aplicar los procesos necesarios para gestionar la adquisición de un proyecto, incluida la adquisición de bienes y servicios de fuera de la organización.
- **RApr11** Evaluar el riesgo del proyecto, incluida la identificación, el análisis y la respuesta al riesgo
- **RApr12** Analizar y gestionar las expectativas y el compromiso de los stakeholders para garantizar un resultado exitoso del proyecto.

## SUB-UNIDADES

### SU 2.1.1 - Iniciativas de planificación estratégica: misión, visión y objetivos de la organización

Esta subunidad proporciona a los participantes la información básica sobre la naturaleza de la planificación estratégica en preparación para diseñar las experiencias de los visitantes. A los participantes se les proporciona un conocimiento básico sobre la elaboración de un plan

[5] RApr: Resultado de aprendizaje

estratégico, que incluye conocimientos sobre cómo formular declaraciones adecuadas de visión y misión.

### SU 2.1.2 - Diseñar proyectos culturales: alcance y secuencia

La gestión del proyecto debe incluir los siguientes componentes clave: integración, alcance, tiempo, coste, calidad, adquisiciones, recursos humanos, comunicación, riesgo y stakeholders. Muchos consideran que cerrar un proyecto es el proceso más valioso de todo el viaje. Adoptando un enfoque introspectivo, los equipos de gestión de proyectos podrían aprender lecciones valiosas de la experiencia de primera mano, situaciones que permiten mejorar las fortalezas del equipo mientras reflexionan sobre cómo mejorar aún más cualquier práctica aprendida al enfrentar desafíos particulares.

### SU 2.1.3 - Gestión de proyectos culturales

Esta subunidad de estudio explora las herramientas básicas necesarias en la gestión de proyectos. Los participantes también participan en la comprensión de las habilidades y competencias básicas necesarias al gestionar proyectos que incluyen liderazgo, comunicación, conversaciones difíciles y temas similares.

## UNIDAD 2.2 | EL PLAN DE DESARROLLO DEL PÚBLICO

### Descripción

Esta unidad proporciona a los participantes los conocimientos y las habilidades necesarias para comprender los perfiles y comportamientos de los visitantes y para responder a sus necesidades, expectativas y deseos: lo esencial para configurar una significativa experiencia. La relación entre la capacidad del visitante y el espacio físico es una influencia potencial en la calidad de la experiencia del visitante. Tal comprensión permite a los gerentes adoptar pasos proactivo para mejorar aún más la retención de visitantes actuales mientras se identifican herramientas potenciales que le permitan al visitante acceder e interactuar con las exhibiciones. Una buena comprensión del compromiso actual del visitante con el espacio del patrimonio cultural también le permite al administrador asesorar sobre proyectos potenciales que podrían atraer más visitantes nuevos y que regresan a la institución del patrimonio cultural.
El proceso de desarrollo del público asegura que los destinos del patrimonio cultural mantengan un fuerte enfoque en brindar un servicio que funcione para el público, tanto existente como potencial. Identificar un plan de desarrollo adecuado es un requisito básico que proporciona el enfoque y la dirección necesarios de cualquier experiencia innovadora propuesta para el visitante.

### Los resultados del aprendizaje

Después de completar esta unidad, el alumno podrá:

- **RApr1**[6] Evaluar el papel de las instituciones culturales en contexto.
- **RApr2** Categorizar las tendencias del público y aplicar estrategias efectivas de desarrollo del público.
- **RApr3** Comprender los diferentes componentes de un plan de desarrollo del público.
- **RApr4** Identificar aquellas cualidades que definen un plan efectivo.
- **RApr5** Comunicar una idea / proyecto complejo de manera efectiva
- **RApr6** Evaluar el propio progreso en el desarrollo intelectual y profesional.

[6] RApr: Resultado de aprendizaje

## SUB-UNIDADES

### SU 2.2.1 - Desarrollo del público: una introducción

Diseñar y poblar un plan de desarrollo del público  efectivo es importante para respaldar el plan de negocios o la estrategia organizacional de un destino de patrimonio cultural. En esta subunidad, los participantes explorarán los diferentes métodos empleados para reflexionar sobre el enfoque de una organización y para evaluar si es efectivo y actualizado. Los participantes también explorarán cómo se definen las metas a corto y largo plazo para apoyar las posibilidades de hacer crecer o ampliar el público on recursos desiguales.

### SU 2.2.2 - Misión, visión y ambiciones del público para crear experiencias significativas y atractivas

En esta subunidad, los participantes explorarán los aspectos básicos del "plan de desarrollo del público". Los participantes explorarán enfoques para la comprensión sobre cómo el público es un actor clave en la misión, visión y estrategia de una organización. Este último informa las ambiciones o 'objetivos' para la participación pública y los ingresos del público. El material del curso apoya a los participantes con información para evaluar las limitaciones organizacionales, usando evidencia para evaluar situaciones y el potencial del público, y para comprender las barreras y necesidades del público. Como parte de la estrategia, los participantes cubren los principales enfoques que pueden alcanzar los objetivos, aprovechar las oportunidades y mitigar los riesgos.

### SU 2.2.3 - Objetivos, acción y revisión del diseño de las experiencias de los visitantes

Un plan de desarrollo del público requiere objetivos claramente definidos que derivan de la unidad de estudio anterior. El plan de acción requiere que los gerentes y los stakeholders asociadas traduzcan ese pensamiento en la práctica diaria. La acción a menudo se define dentro de un marco de tiempo establecido con indicadores clave de rendimiento (KPI) anuales detallados. Durante esta subunidad, los participantes también explorarán formas de revisar y ajustar el plan de acción con regularidad como parte de un ciclo.

## UNIDAD 2.3 | SEGMENTACIÓN DEL PÚBLICO

### Descripción

Las instituciones del patrimonio cultural pueden beneficiar de la adopción de prácticas efectivas de recopilación de datos para procesos de toma de decisiones. La estrategia basada en datos ayuda a los profesionales del patrimonio cultural a comprender el comportamiento actual de los visitantes, anticipándose a las necesidades del visitante y diseñando las experiencias de los visitantes de una manera que atraiga y empodere al público. Esta unidad de estudio presenta las diferentes metodologías de investigación.

La segmentación del público implica pensar en el público como grupos distintos. La segmentación del público es "el proceso de dividir a los clientes, o clientes potenciales, dentro de un mercado en diferentes grupos o segmentos, dentro de los cuales los clientes tienen los mismos o similares requisitos, satisfechos por una mezcla de marketing distinta".
La recopilación de datos deriva de muchas fuentes diferentes y depende del conocimiento técnico, la disponibilidad de personal y las necesidades de la institución del patrimonio cultural. Decidir qué tipo de datos recopilar es importante para informar la planificación adecuada del proyecto. Al generar una experiencia centrada en el visitante, es imperativo identificar las necesidades del mismo visitante. Por lo tanto, comprender la información básica, como la demografía, la geografía, el comportamiento y las actitudes, es fundamental a la hora de diseñar experiencias innovadoras para los visitantes.

### Los resultados del aprendizaje

Después de completar esta unidad, el alumno podrá:

- **RApr1**[7] Evaluar la investigación académica líder relacionada con oportunidades y desafíos con respecto al perfil y el comportamiento de la experiencia de los visitantes.
- **RApr2** Describir los motivadores internos y externos sobre el comportamiento del público, crucial a la hora de identificar proyectos futuros.
- **RApr3** Realizar una variedad de pruebas para proporcionar estrategias adecuadas de recopilación de datos para proyecciones futuras.
- **RApr4** Reconocer las diferentes técnicas relacionadas con la participación y la experiencia de los visitantes en los entornos del patrimonio cultural.
- **RApr5** Identificar, analizar y utilizar diferentes tipos de datos relacionados con el comportamiento de los visitantes. Este resultado de aprendizaje está cubierto por el anterior y el siguiente
- **RApr6** Aplicar diferentes técnicas de creación de perfiles de visitantes utilizando una variedad de medidas de datos.
- **RApr7** Evaluar la investigación académica líder relacionada con oportunidades y desafíos con respecto al flujo de visitantes.

## SUB-UNIDADES

### SU 2.3.1 - Segmentos del público y personas

Esta subunidad explorará el principio básico de comprender y mejorar las relaciones con el público. Los participantes explorarán los últimos estudios sobre cómo se debe proporcionar información diferente para las diferentes necesidades y requisitos del público. Comprender al público requiere que los administradores del patrimonio cultural se alejen de los supuestos e identifiquen medidas efectivas para planificar experiencias innovadoras en torno al público

[7] RApr: Resultado de aprendizaje

objetivo. Esta subunidad proporciona información teórica básica sobre la segmentación del público y las personas. También se presentarán a los participantes estudios de casos de segmentación del público como ejemplos de buenas prácticas para una mayor reflexión.

### SU 2.3.2 - Datos primarios para proyectos de turismo cultural

Los datos primarios se basan en información cuantitativa y cualitativa que es nueva y no está disponible para la organización. Esta información podría recopilarse a través de encuestas, sondeos, encuestas electrónicas o entrevistas personales. Los métodos de investigación cualitativa, como la etnografía, proporcionan información importante que de otro modo sería imposible de analizar mediante la recopilación de datos cuantitativos. Las entrevistas individuales y colectivas, las discusiones informales, la observación del comportamiento de los visitantes al interactuar con el espacio y las exhibiciones, brindan información reveladora que complementa otras metodologías de recopilación de datos.

### SU 2.3.3 - Datos secundarios para proyectos de turismo cultural

Los datos secundarios, a veces también denominados "investigación documental", son principalmente información que ya existe. Esta información podría ser interna, disponible dentro de la organización, como investigación previa o venta de entradas. También hay información externa que podría proporcionar información importante, como encuestas gubernamentales o información sobre la población.

## UNIDAD 2.4 | COMPROMISO DEL PÚBLICO

### Descripción

Si bien involucrar al público existente es relativamente sencillo, el perfil y el comportamiento de los visitantes de una institución de patrimonio cultural se beneficiarían de cualquier información recopilada de nuevo público. Las iniciativas para atraer a los recién llegados a su institución brindan una mejor imagen de las motivaciones de dicho público. Los datos recopilados del público nuevos y existentes proporcionan evidencia sólida en lugar de percepciones de lo que debería involucrar un proyecto.

Adoptando un efecto del marketing mix se convierte en una importante plataforma de lanzamiento para atraer visitantes, tanto existentes como nuevos. Para llegar a su público y cumplir con los objetivos del público, las estrategias deben desarrollarse de una manera que satisfaga todos los aspectos del perfil y comportamiento del público. Habiendo considerado lo que ofrece una institución de patrimonio cultural, la promoción, las asociaciones, el lugar, las personas y el precio son las principales herramientas que podrían emplearse para llegar al público, pero también para informar el diseño de la experiencia del sitio del patrimonio.

### Los resultados del aprendizaje

Después de completar esta unidad, el alumno podrá:

- **RApr1**[8] Evaluar la investigación académica líder relacionada con oportunidades y desafíos con respecto al perfil y el comportamiento de la experiencia de los visitantes.
- **RApr2** Evaluar los datos de manera científica y compilar un informe profesional con fines informados de toma de decisiones en el futuro.
- **RApr3** Comprender los modelos básicos que informan el mapeo de componentes importantes de la combinación de participación y el diseño de experiencias.
- **RApr4** Comprender la importancia de la comunicación efectiva hacia un enfoque centrado en el público.
- **RApr5** Explore ejemplos de comunicación eficaz y reflexione sobre las fortalezas y limitaciones de estas opciones
- **RApr6** Identificar métodos de participación para el público nuevos y existentes como un medio para informar el diseño de la experiencia.

## SUB-UNIDADES

### SU 2.4.1 - Involucrar al público existente en los sitios del patrimonio cultural

Mantener una relación regular con el público es clave para garantizar que vuelva a visitarlo con regularidad. Esta unidad presenta los antecedentes necesarios a través de la literatura académica y una variedad de estudios de casos. Los participantes podrán explorar ideas sobre cómo la comunicación consiste en construir una conversación bidireccional entre una institución y su público, captando sus intereses, respondiendo a consultas y problemas con prontitud y basándose en intereses anteriores para mostrar noticias relevantes.

### SU 2.4.2 - Involucrar a nuevos públicos en los sitios del patrimonio cultural

El público existente siempre debe ser su punto de partida al comenzar el desarrollo de su público. Sin embargo, en esta subunidad, los participantes contarán con varios métodos para profundizar el compromiso y alentar a nuevo público con el fin de mejorar la comprensión de la experiencia de los visitantes. Se podría involucrar a nuevos públicos a través de una variedad de posibilidades que varían desde la presencia física hasta la interacción remota (como el uso de plataformas digitales) con el producto..

### SU 2.4.3 - Herramientas de desarrollo de público para involucrar y mejorar la experiencia del visitante

[8] RApr: Resultado de aprendizaje

La comprensión de la 'combinación de participación' es importante como herramienta para involucrar y mejorar la experiencia del visitante. Los participantes también explorarán los cuatro dominios del Modelo de experiencia y el Modelo TEMA como parte del diseño de la experiencia. Los participantes explorarán estudios de casos para comprender mejor estos procesos y cómo los aplicaron varios administradores del patrimonio cultural.

# MÓDULO 3 | Estrategias y herramientas digitales para el patrimonio cultural

## Descripción del módulo

La digitalización sacude muchos aspectos de nuestra sociedad, incluido el sector del patrimonio cultural. Pero, como ocurre con muchos otros, también es una oportunidad para que el sector reaccione a las nuevas demandas. Las tecnologías digitales muestran una variedad de posibilidades en muchos aspectos del trabajo patrimonial; además de la preservación y conservación, se pueden encontrar aplicaciones en la digitalización de artefactos, sitios o patrimonio cultural inmaterial, pero también en las formas en que el patrimonio se convierte en experiencias atractivas para los visitantes.

Este módulo ofrece a los participantes una descripción general de las principales dimensiones digitales del patrimonio cultural. Analizarán y mejorarán las herramientas y políticas digitales existentes y evaluarán lo que será útil en su contexto y aprenderán a conceptualizar y articular sus ideas a través de diferentes medios y herramientas digitales. Además, los participantes analizarán y evaluarán la utilización de posibles estrategias de comunicación y marketing digital para la promoción, la participación del público y la creación de redes institucionales y el intercambio de conocimientos. Contextualizar las nuevas y futuras tendencias digitales con el sector del patrimonio cultural y turístico y formular estrategias sobre cómo integrarlas en las necesidades de la organización. Finalmente, las habilidades digitales aprendidas se desarrollarán para evaluar cuándo y cómo cooperar con expertos externos para formar estrategias digitales a largo plazo.

## Estrategia educativa

- Presentaciones de video
- Contenidos basados en texto que incluyen estudios de casos, mejores prácticas y ejemplos del mundo real.
- Una colección de recursos educativos abiertos: informes, estudios de investigación, artículos, documentos de políticas y otros materiales para el autoaprendizaje.

- Bibliografía y webografía sobre fuentes de referencia primarias y secundarias
- Autoevaluación mediante cuestionarios

## UNIDAD 3.1 | COMPRENDER EL POTENCIAL DE LOS DATOS DIGITALES EN EL CONTEXTO DEL PATRIMONIO CULTURAL

### Descripción

Las instituciones del patrimonio cultural se dan cuenta de que la adopción de prácticas efectivas de recopilación de datos para implementar procesos de toma de decisiones ayudará a

desarrollar la interacción con los visitantes, la divulgación, los proyectos educativos y la creación de redes a corto y largo plazo. La estrategia basada en datos ayuda a los profesionales del patrimonio cultural a comprender el comportamiento actual de los visitantes, anticipar las necesidades del visitante y diseñar las experiencias de los visitantes de una manera que atraiga y empodere al público.

Esta unidad de estudio presenta las características y prácticas esenciales relacionadas con el entorno digital, las diferentes metodologías que brindan recolección de datos, herramientas y aplicaciones. Se discute y presenta la relevancia de las diferentes herramientas, teniendo en cuenta las diferentes necesidades organizativas.

Mientras que la primera subunidad ofrece información sobre los conceptos básicos del mundo digital, las otras dos subunidades analizan las capacidades digitales esenciales tanto de la organización (segunda subunidad) como del público / visitantes / consumidores (tercera subunidad ) como punto de partida para desarrollar las estrategias digitales más adecuadas para la valorización del patrimonio cultural o para diseñar e implementar productos y experiencias digitales independientes.

### Los resultados del aprendizaje

Después de completar esta unidad, el alumno podrá:

- **RApr1**[9] Comprender las nociones fundamentales relacionadas con el entorno digital, como la creación, el uso, la transformación y el almacenamiento de datos digitales, y sus aplicaciones en contextos relacionados con el patrimonio cultural.
- **RApr2** Aplicar políticas sólidas de gestión de datos digitales para proteger y maximizar el uso digital de los datos del patrimonio cultural.
- **RApr3** Evaluar las implicaciones legales y éticas del uso de datos digitales en actividades relacionadas con la mejora y comunicación del patrimonio cultural
- **RApr4** Evaluar las capacidades digitales de una organización de patrimonio cultural
- **RApr5** Correlacionar las habilidades y necesidades digitales de los visitantes con la producción digital planificada de una organización de patrimonio cultural (presencia en las redes sociales y mejora digital del patrimonio cultural)

## SUB-UNIDADES

### SU 3.1.1 - Comprensión del entorno digital

Esta subunidad tiene un carácter introductorio y prepara a los participantes para comprender las especificidades del mundo digital. Se explica la estructura básica y los principales instrumentos del ámbito digital, desde la perspectiva de su potencial uso en el sector del patrimonio cultural.

[9] RApr: Resultado de aprendizaje

Los participantes en la capacitación familiarizarán con nociones digitales centrales como bases de datos, alojamiento, servicios en la nube y los conceptos básicos de las interfaces digitales y las interacciones entre humanos y computadoras. Más adelante, los participantes comprenderán diversas prácticas de recopilación de datos al observar los principios de recopilación de datos, el uso y la protección de conjuntos de datos y la identificación de valores adicionales de los datos recopilados. Se presta especial atención a los aspectos legales y éticos que rigen el uso de datos digitales, desde cuestiones de derechos de autor y reutilización de datos hasta aspectos legales de privacidad, restricciones tecnológicas y nociones del impacto social de las aplicaciones digitales relevantes.

### SU 3.1.2 - Reconocer, evaluar y capacitar habilidades digitales dentro de la organización

Esta subunidad brinda a los participantes una guía útil para investigar, comprender y evaluar las capacidades digitales dentro de su propia organización como un requisito previo para desarrollar y expandir estrategias digitales viables. La unidad ofrece puntos clave para explorar el estado digital actual de la organización y para identificar las necesidades reales de adquisición de nuevas habilidades digitales, en relación con el potencial de mejora digital de objetivos / expresiones específicos del patrimonio cultural, teniendo en cuenta aspectos relacionados con educación, mediación cultural, relaciones públicas y marketing.

### SU 3.1.3 - Intercambio digital con visitantes

Una vez finalizada la primera unidad, esta subunidad aborda la evaluación de visitantes y consumidores en términos de intercambio digital con la organización del patrimonio cultural. Trazar las habilidades y necesidades digitales de los visitantes, identificando las oportunidades y los beneficios del intercambio de datos a través de medios digitales tanto para la organización como para los visitantes, está contribuyendo de manera esencial al desarrollo de estrategias digitales eficientes que maximicen la valorización del patrimonio cultural. Los participantes del curso descubrirán formas de orientar los esfuerzos de investigación de su organización para satisfacer las expectativas de un público más amplio y lograr un mayor alcance de visitantes y consumidores a través de canales digitales y productos digitales adaptados.

## UNIDAD 3.2 | NUEVAS ESTRATEGIAS DIGITAL Y HERRAMIENTAS PARA SITIOS DE PATRIMONIO CULTURAL BASADOS EN LA EXPERIENCIA

### Descripción

El mundo digital progresa continuamente, y los desarrollos e innovaciones tecnológicas también permiten un nuevo uso potencial en el proceso de mejora de la experiencia y mediación del patrimonio cultural. La unidad presenta los desarrollos y tendencias actuales en el campo digital como la realidad aumentada y virtual, tecnologías 3D, gamificación y mapeo de

proyección, y presenta sus principales características y aplicaciones. Para profundizar la comprensión y aprender a desarrollar conceptualmente estrategias digitales, se darán casos de estudio en relación al patrimonio cultural. Esta descripción general y análisis sienta las bases para aprender a desarrollar estrategias digitales individuales específicas del contexto.

### Los resultados del aprendizaje

Después de completar esta unidad, el alumno podrá:

- **RApr1**[10] Conocer las principales características (potencialidades, requisitos y limitaciones) de las tecnologías digitales utilizadas en la puesta en valor y mediación del patrimonio cultural.
- **RApr2** Evaluar los desarrollos y tendencias actuales en el campo digital para extraer lo que podría ser relevante para el sector del patrimonio cultural y el contexto individual.
- **RApr3** Derivar requisitos óptimos para la configuración futura de proyectos digitales a partir de casos de estudio / ejemplos
- **RApr4** Desarrollar estrategias digitales a largo plazo para utilizar las tendencias digitales más recientes o futuras a través de colaboraciones específicas.

## SUB-UNIDADES

### SU 3.2.1 - Tendencias recientes y futuras en el campo digital

Esta subunidad ofrece una descripción general de las tecnologías existentes y futuras y explica las funcionalidades técnicas básicas. Se introducirán términos y aplicaciones técnicas comunes, y se discutirán el potencial y las limitaciones de ciertas tecnologías: realidad mixta (realidad aumentada y virtual y tecnologías circundantes), tecnologías 3D (descripción general de Polygon, enfoques paramétricos y basados en voxel, aplicación en 3D escaneado e impresión 3D), gamificación (para usos online y offline) y superficies mediatizadas (mediante mapeo de proyección, interacciones en pantalla, etc.). Para cada tema también se discuten las características de los recursos técnicos internos y externos necesarios.

### SU 3.2.2 - Mejores prácticas y estudios de casos

Sobre la base de la subunidad anterior, se discutirán diferentes estudios de casos y mejores prácticas de los campos de interfaces públicas, visiones artísticas y exposiciones de patrimonio cultural, y se presentarán diferentes recursos, redes y conferencias de inspiración. Con base en esto, se definen los criterios para enfoques exitosos basados en la experiencia. El análisis de los recursos técnicos, financieros y humanos esperados de los ejemplos ayudará a comprender los requisitos al analizar cómo transferir aspectos de las mejores prácticas a proyectos individuales.

[10] RApr: Resultado de aprendizaje

### SU 3.2.3 - Desarrollo de estrategias digitales

Esta subunidad tiene como objetivo definir los objetivos para el desarrollo digital y la extensión de la organización.

Después de mostrar diferentes formas de mapear y analizar el estado actual de una organización, se definen los potenciales de mejora en función de las inspiraciones anteriores y el análisis del contexto. Para formular una estrategia con pasos claramente definidos, también se revisan las formas de integrar la estrategia digital en las estrategias generales de la organización. Finalmente, se desarrollan y planifican los elementos, recursos y conocimientos necesarios para una implementación exitosa.

## UNIDAD 3.3 | MARKETING DIGITAL Y COMUNICACIÓN PARA EL PATRIMONIO CULTURAL

### Descripción

La unidad presenta un inventario de instrumentos de marketing digital, como digital branding, sitios web, SEO / SEM, presencia en redes sociales, boletín electrónico, web móvil, aplicaciones telefónicas, gamificación en línea y blogs. Los ejemplos prácticos muestran su uso como parte de la estrategia de comunicación para un contexto de patrimonio cultural. La unidad también cubre el desarrollo de estrategias clave de comunicación híbrida que combinen elementos digitales y analógicos. Los participantes aprenderán cómo fomentar la creación de redes digitales que se puedan intercambiar con otros sitios / destinos en situaciones similares, y cómo utilizar las redes digitales para la recaudación de fondos, la formulación de políticas y otros fines.

### Los resultados del aprendizaje

Después de completar esta unidad, el alumno podrá:

- **RApr1**[11] Identificar las principales características de una estrategia de marketing digital.
- **RApr2** Evaluar las características de los principales canales digitales disponibles para la promoción del patrimonio cultural.
- **RApr3** Planificar el contenido del sitio web y los canales de redes sociales adecuados que se puedan ajustar a los grupos objetivo definidos.
- **RApr4** Analizar el papel y las características de la narración como una competencia clave del marketing electrónico.
- **RApr5** Planificar estrategias de participación de los usuarios para un sitio de patrimonio cultural específico.

[11] RApr: Resultado de aprendizaje

## SUB-UNIDADES

### SU 3.3.1 - Estrategias de marketing digital

Esta subunidad comprende los fundamentos de las estrategias de marketing digital en contextos de patrimonio cultural. A través de herramientas y teorías de los estudios de marketing (branding, posicionamiento, competencia, etc.), los participantes exploran los elementos fundamentales del marketing digital. Mediante la caracterización de los principales canales digitales de promoción del patrimonio cultural, los participantes se comprometen a aprender a utilizar las herramientas existentes para mejorar el desarrollo, la gestión o la comunicación en línea. Además, esta subunidad desarrolla la capacidad de aprender sobre la implementación práctica de estrategias de marketing digital (pasos y recursos) mediante el análisis de estudios de casos y mejores prácticas.

### SU 3.3.2 - Blogging y uso de redes sociales en los escenarios digitales de la experiencia

La subunidad profundiza el conocimiento y el uso de técnicas de mejora y comunicación mediadas digitalmente para un sitio de patrimonio cultural, centrándose en la creación de marca y los blogs y las redes sociales como técnicas de marketing eficientes. La subunidad explora tipos alternativos de proyectos participativos en línea y su potencial para el desarrollo del público que podrían contribuir significativamente a elevar el perfil de los destinos del patrimonio cultural.

### SU 3.3.3 - Participación del usuario y narración

En esta subunidad, el concepto de narración de historias se establece como una competencia clave del marketing electrónico que facilita a los participantes el aprendizaje sobre cómo construir y mantener comunidades virtuales y analógicas para los sitios del patrimonio cultural. Además, los participantes aprenderán a medir y comprender los objetivos específicos de la narración utilizando, por ejemplo, herramientas como Google Analytics.

## UNIDAD 3.4 | DISEÑO DE EXPERIENCIAS DIGITALES EN EL SITIO Y EN LÍNEA PARA LOS VISITANTES

### Descripción

Basándose en el conocimiento y las habilidades acumuladas previamente, la unidad proporciona el contexto y los posibles enfoques para identificar el potencial para la promoción digital y experiencial de un objetivo específico del patrimonio cultural, utilizando la caracterización, el análisis del público y la gestión de proyectos (diseño y planificación) del patrimonio cultural. .

A partir del enfoque teórico de las unidades anteriores, esta unidad ofrece información sobre las mejores prácticas actuales y ejemplos de mejora, y los utiliza como puntos de partida para

diseñar nuevas experiencias digitales para los visitantes tanto en el sitio como en línea. Al observar de manera analítica y crítica el panorama de los proyectos digitales centrados en el patrimonio cultural o derivados del mismo, los participantes obtienen información sobre el mejor enfoque posible para los proyectos específicos del sitio, evitando errores que conducen tanto a experiencias infructuosas para los visitantes como a la promoción indebida de los valores del patrimonio cultural. Por lo tanto, la revisión de los estudios de caso se centrará no solo en el rendimiento digital y en la novedad de la experiencia, sino también en su adecuación y eficiencia para comunicar el valor del patrimonio cultural a un grupo destinatario específico.

### Los resultados del aprendizaje

Después de completar esta unidad, el alumno podrá:

- **RApr1**[12] Comprender el papel y el lugar de la experiencia digital en el ciclo de experiencia.
- **RApr2** Evaluar el potencial para la mejora e interpretación digital de un sitio del patrimonio cultural.
- **RApr3** Diseñar experiencias digitales para la mediación, la educación y la inclusión
- **RApr4** Planificar la implementación de la experiencia digital
- **RApr5** Establecer criterios de evaluación adecuados para la experiencia digital.

## SUB-UNIDADES

### SU 3.4.1 - La experiencia digital en el ciclo de la experiencia

Basándose en los conocimientos y habilidades adquiridos en módulos anteriores, esta subunidad permite a los participantes evaluar el potencial para la mejora digital y la interpretación de un sitio del patrimonio cultural específico como parte del ciclo de experiencia que podría estar en línea o en el sitio. Las mejores prácticas y ejemplos de la mejora experiencial del patrimonio cultural en el ámbito digital se analizarán y debatirán en función de diferentes criterios: adecuación cultural, potencial educativo, creatividad, contribución a la innovación en el campo, rendimiento digital, usuario (público / visitante / turista), adaptabilidad, costes, etc.

### SU 3.4.2 - Diseño de la experiencia digital: procesos y pasos para iniciativas en línea e in situ

Como parte de la puesta en valor del patrimonio cultural con fines educativos y de entretenimiento, esta subunidad se ocupa del diseño y planificación de la implementación de experiencias digitales específicas, ajustadas a los perfiles de los visitantes. Los participantes aprenderán el proceso creativo inspirado en los objetivos / expresiones del patrimonio cultural, asimilando modalidades para identificar su potencial en términos de mejora y promoción digital. Al intentar diseñar la experiencia digital, los participantes considerarán elementos de la gestión

[12] RApr: Resultado de aprendizaje

de proyectos y aprenderán formas de anclar el producto digital en la estrategia general de marketing.

### SU 3.4.3 - Implementación de la experiencia digital y enfoques de evaluación

La última subunidad del módulo trata los aspectos clave relacionados con la implementación real de las experiencias digitales, así como con el establecimiento de enfoques relevantes para la evaluación de la experiencia. Esto incluye identificar indicadores de desempeño adecuados y adaptados a la experiencia diseñada, en correlación con los objetivos establecidos en las estrategias digitales. Los participantes aprenderán la importancia de hacer una distinción entre desempeño digital y compromiso digital. La evaluación de una experiencia digital diseñada correlacionará una gama completa de indicadores de desempeño, desarrollados de manera única para la interpretación digital específica del objetivo / expresión del patrimonio cultural.

# MÓDULO 4 | Enfoque empresarial para el patrimonio cultural

## Descripción del módulo

Este módulo abordará el concepto de emprendimiento, una competencia transversal que se reconoce como necesaria para todo profesional que trabaja en un entorno transmutable. Se abordarán preguntas sobre qué es el espíritu empresarial, cómo se traduce en la práctica y por qué es relevante para los profesionales del patrimonio cultural. Basado en el Marco de Competencia Empresarial, que tiene como objetivo proporcionar una visión unificada del concepto en Europa, ser emprendedor va más allá de la creación de una empresa y se muestra como una mentalidad que apoya a las personas en el lugar de trabajo tanto como en su vida cotidiana, en el hogar. y en la sociedad. Este módulo presentará estrategias empresariales fundamentales para el desarrollo comercial y financiero del sector del patrimonio cultural, así como metodologías de gestión que promuevan habilidades valiosas.

## Estrategia educativa

- Presentaciones en video, incluidas conferencias y entrevistas.
- Contenidos basados en texto que incluyen estudios de casos, mejores prácticas y ejemplos del mundo real.
- Una colección de recursos educativos abiertos: informes, estudios de investigación, artículos, documentos de políticas y otros materiales para el autoaprendizaje.

- Bibliografía y webografía sobre fuentes de referencia primarias y secundarias
- Autoevaluación mediante cuestionarios

## UNIDAD 4.1 | HABILIDADES EMPRENDEDORAS COMO ELEMENTOS CLAVE PARA UNA NUEVA GESTIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL

### Descripción

El alcance general de esta unidad es familiarizar a los alumnos con el concepto y el sentido de iniciativa y espíritu empresarial de los profesionales del patrimonio cultural, que se basa en una definición amplia de espíritu empresarial como una competencia clave transversal. Las competencias empresariales de los profesionales del patrimonio cultural pueden crear valor social, cultural o económico. En detalle, la unidad cubrirá los siguientes temas:

- ¿Qué es el 'sentido de iniciativa y espíritu empresarial'?
- ¿Cuál es el valor añadido para los profesionales del patrimonio cultural?

### Los resultados del aprendizaje

Después de completar esta unidad, el alumno podrá:

- **RApr1** [13]Conocer el significado del espíritu empresarial en el marco del aprendizaje permanente.
- **RApr2** Describir el concepto amplio de emprendimiento para el sector cultural en diez palabras.
- **RApr3** Reconocer las similitudes y diferencias entre el espíritu empresarial con fines de lucro y las organizaciones culturales sin fines de lucro.
- **RApr4** Identificar la justificación y el alcance del marco de competencia empresarial.
- **RApr5** Analizar tres competencias de cada una de las áreas de EntreComp como la capacidad de convertir ideas en acciones.
- **RApr6** Conocer el significado de la iniciativa de Emprendimiento Cultural.
- **RApr7** Evaluar las competencias más adecuadas de las quince competencias de EntreComp, de acuerdo con las necesidades de los profesionales del patrimonio cultural.

## SUB-UNIDADES

### SU 4.1.1. - Mejora de las competencias empresariales dentro de EntreComp

Basado en el Marco Europeo de Competencia para el Emprendimiento (EntreComp), el alumno tendrá la oportunidad de aprender las habilidades y competencias necesarias para un profesional competente, creativo e innovador. En esta subunidad, se presentan las tres áreas de competencia que reflejan directamente la definición de emprendimiento como la capacidad de convertir ideas en acciones que generen valor para alguien que no sea uno mismo, y las quince competencias que, en conjunto, conforman los bloques de construcción del emprendimiento como competencia de todos los profesionales.

### SU 4.1.2 - Reconocer, evaluar y formar habilidades emprendedoras con EntreComp

Esta subunidad presenta el aprendiz del concepto de emprendimiento, entendido en principio como una forma híbrida de actividad profesional creativa, que combina competencias digitales y emprendedoras. La atención se centrará en las formas en que un profesional del patrimonio cultural tiene que pensar para hacer frente a los cambios, desarrollar una estrategia y gestionar los riesgos potenciales. Al final, la atención se centra en cómo se puede adaptar EntreComp en el sector, incluidas las instituciones del patrimonio cultural como organizaciones sin fines de lucro.

### SU 4.1.3. - El papel de las políticas públicas en el desarrollo del potencial emprendedor e innovador de los sectores cultural y creativo.

El poder innovador de los sectores cultural y creativo es fundamental para el futuro desarrollo de las economías y sociedades europeas, porque: genera bienestar y cohesión; da forma al

[13] RApr: Resultado de aprendizaje

espacio público utilizado por millones de europeos; moderniza industrias y sectores comerciales con nuevos aportes y métodos creativos; proporciona significado y sentimiento de pertenencia; mejora las zonas urbanas y rurales; diseña nuestros productos y servicios; produce y digitaliza contenidos; enriquece nuestras experiencias visuales y proporciona contenido para debates.

## UNIDAD 4.2 | EMPRENDIMIENTO CULTURAL - ¿QUÉ ES?

### Descripción

En esta unidad, se introducirá al alumno en el concepto de emprendimiento cultural, así como en el papel y las competencias esenciales necesarias para el papel del emprendedor cultural. El espíritu empresarial representa un elemento clave que contribuye al desarrollo sostenible de las industrias creativas.

### Los resultados del aprendizaje

Después de completar esta unidad, el alumno podrá:

- **RApr[14]1** Comprender el concepto de emprendimiento cultural.
- **RApr2** Enumerar al menos tres habilidades esenciales para un emprendedor cultural
- **RApr3** Nombrar al menos un ejemplo teórico de cómo los emprendedores desarrollan competencias culturales.
- **RApr4** Interpretar el concepto de ecosistema emprendedor
- **RApr5** Identificar al menos tres acciones para el fortalecimiento del ecosistema de las industrias creativas.
- **RApr6** Enumerar al menos cuatro atributos ambientales cruciales para el desarrollo de un ecosistema empresarial
- **RApr7** Comprender la iniciativa “Capitales Europeas de la Cultura”.

## SUB-UNIDADES

### SU 4.2.1. - Las competencias esenciales para el emprendedor cultural

Hoy en día, la capacidad emprendedora determina la competitividad de una organización. Por tanto, los emprendedores se consideran un recurso vital. El objetivo de esta subunidad es establecer cuáles son las competencias individuales clave para los emprendedores culturales. La acción cultural calificada es crucial para los emprendedores a fin de atraer recursos para desarrollar y hacer crecer su nueva organización.

### SU 4.2.2. - Modelo teórico: cómo los emprendedores desarrollan competencias sociales y culturales

Los emprendedores sociales juegan un papel clave en la sociedad al haber transformado el modelo de negocio en el sector del patrimonio cultural. La subunidad intenta responder a preguntas cruciales tales como, ¿qué caracteriza a los emprendedores sociales, cuáles son las responsabilidades sociales primarias y cuáles son las herramientas que pueden utilizar para abordar problemas específicos? Además, la subunidad presenta el modelo teórico desarrollado

[14] RApr:Resultado de aprendizaje

por Überbacher et al. (2015) sobre cómo los emprendedores desarrollan competencias culturales en los dominios del mercado donde sitúan sus nuevas organizaciones.

### SU 4.2.3. - El ecosistema emprendedor de las industrias culturales y creativas

Un ecosistema fuerte creará una interacción dinámica entre diferentes partes de las industrias creativas y con la economía en general. Apoyará organizaciones en ser innovador y garantizará un flujo continuo de actividad para crear puestos de trabajo, infraestructura, vitalidad cultural y crecimiento. El caso de la iniciativa Capital Europea de la Cultura evolucionó de un festival de arte tradicional a un programa complejo ligado a objetivos económicos y sociales.

## UNIDAD 4.3 | GESTIÓN FINANCIERA DEL SECTOR PATRIMONIO CULTURAL Y TURISMO

### Descripción

Esta unidad abordará uno de los elementos fundamentales del espíritu empresarial y del patrimonio cultural y el sector turístico. La capacidad de gestión financiera está representada en el espíritu empresarial y en el marco de EntreComp como una competencia clave para generar beneficios y crear una empresa viable. En un contexto de desafío económico, la sostenibilidad financiera es de suma importancia en el, a veces frágil, sector del patrimonio cultural y el turismo. Al observar más de cerca el contexto económico del sector del patrimonio cultural y el turismo, esta unidad planteará las preguntas sobre qué instrumentos se utilizan para encontrar la estabilidad financiera y cómo las habilidades empresariales son un activo en la gestión de fondos.

### Los resultados del aprendizaje

Después de completar esta unidad, el alumno podrá:

- **RApr1**[15] Analizar el contexto financiero de las herramientas en el sector del patrimonio cultural y el turismo necesarias para las estrategias sostenibles de recaudación de fondos.
- **RApr2** Comprender las diferentes fuentes de financiación disponibles en el sector del patrimonio cultural y el turismo y la importancia del papel de la recaudación de fondos en el sector del patrimonio cultural.
- **RApr3** Familiarizarse con la educación financiera y la gestión financiera.
- **RApr4** Identificar estrategias y metodologías de recaudación de fondos.
- **RApr5** Enumerar al menos tres pasos del proceso de recaudación de fondos
- **RApr6** Desarrollar un sentido crítico sobre diversos modelos comerciales.
- **RApr7** Comparar estudios de casos contemporáneos en el sector del turismo y el patrimonio cultural.

[15] RApr: Resultado de aprendizaje

## SUB-UNIDADES

### SU 4.3.1 - Analizar el contexto financiero y definir un plan financiero sostenible en la gestión cultural y turística

La gestión financiera es reconocida como una competencia esencial para los emprendedores, es decir, para las empresas, las ONG y las instituciones públicas o privadas. La sostenibilidad financiera a menudo se considera un desafío en los sectores cultural y turístico, ya que a menudo se ven fuertemente afectados por el estado económico global. Por tanto, es fundamental integrar las reflexiones empresariales en la gestión cultural y turística. Esta subunidad analizará el contexto financiero del sector del turismo y el patrimonio cultural al tiempo que presenta a los participantes las fuentes de financiación disponibles actualmente. Una vez familiarizados con el contexto, los participantes recibirán elementos clave para la elaboración de un plan financiero sostenible, así como metodologías para implementar el plan y monitorear los resultados.

### SU 4.3.2 - Implementación de una estrategia de recaudación de fondos en el sector del patrimonio cultural y el turismo

La recaudación de fondos es un método de recaudación de fondos que se utiliza en una variedad de sectores. Por lo general, asociada con una elección de estrategia financiera para las organizaciones sin fines de lucro, la recaudación de fondos se ha convertido en una herramienta popular y vital para brindar apoyo también al sector del patrimonio cultural. En esta subunidad, los participantes echarán un vistazo a las creencias y prácticas comunes de recaudación de fondos. Se les introducirá en el contexto de la recaudación de fondos que está influenciado por el panorama político y económico contemporáneo. Abordarán diferentes metodologías de recaudación de fondos y analizarán el proceso de recaudación de fondos. Se les darán ejemplos de estrategias de recaudación de fondos a través de estudios de casos, desde aquellos interesados en identificar donantes hasta campañas.

### SU 4.3.3 - Los diferentes modelos financieros y estructuras organizativas para el patrimonio cultural y el turismo

El modelo financiero es un aspecto primordial del modelo de negocio de una organización. Esta subunidad proporcionará una explicación detallada de lo que constituye un modelo financiero, que puede diferir según la estructura de la organización. La subunidad destacará las diferentes tipologías y sistemas de financiamiento relacionados con los sectores público, privado y no gubernamental. Los participantes desarrollarán un sentido crítico de las competencias empresariales clave que se implementan en el establecimiento de un plan financiero, y se les presentarán estudios de caso en el sector del patrimonio cultural y el turismo que ilustrarán los diferentes tipos de modelos financieros y estructuras organizativas que se puede encontrar en el sector.

## UNIDAD 4.4 | ESTRATEGIAS EMPRENDEDORAS PARA LA GESTIÓN INNOVADORA DEL PATRIMONIO CULTURAL Y DEL TURISMO

### Descripción

Si la estabilidad económica de una organización es crucial, es solo un aspecto de su sostenibilidad. De hecho, para tener éxito, una organización necesita una estrategia empresarial completa y a largo plazo. Alejándose del enfoque financiero, esta unidad analizará otros aspectos de los componentes más importantes para la viabilidad de una organización. Estos incluyen estrategias de marketing y comunicación, desarrollo de productos y experiencias y metodologías de gestión. Frente a los múltiples desafíos que enfrenta el sector del patrimonio cultural y el turismo, es necesario que esas organizaciones implementen estrategias innovadoras con un enfoque emprendedor, tomando en consideración su aspecto cultural así como el resultado comercial deseado.

### Los resultados del aprendizaje

Después de completar esta unidad, el alumno podrá:

- **RApr1**[16] Identificar estrategias de marketing para el sector del turismo y el patrimonio cultural.
- **RApr2** Probar al menos dos metodologías para desarrollar un modelo de negocio sostenible
- **RApr3** Elaborar un plan de marketing para organizaciones de patrimonio cultural y turismo.
- **RApr4** Medir el impacto de la estrategia de 'gestión ajustada' en el patrimonio cultural y el sector turístico
- **RApr5** Comparar diferentes estrategias de gestión en el sector del patrimonio cultural y el turismo.
- **RApr6** Reconocer el surgimiento del emprendimiento social y su influencia en el patrimonio cultural y el sector turístico.
- **RApr7** Evaluar nuevas tendencias de gestión.

## SUB-UNIDADES

### SU 4.4.1 - Nuevos modelos de negocio sostenibles para experiencias valiosas en el sector del patrimonio cultural y el turismo

Como emprendedor, el desarrollo de un fuerte modelo de negocio es el primer paso para la creación de una organización. En esta sub-unidad, se presentarán a los participantes los diferentes puntos clave de un modelo de negocio sostenible. Medirán la importancia de tener una estrategia de marketing para no solo promover sus productos y atraer clientes, sino

[16] RApr: Resultado de aprendizaje

también para comprender cómo adaptarse a las necesidades e intereses cambiantes del cliente. Con los nuevos desafíos traídos por una digitalización cada vez mayor y, más recientemente, por la pandemia COVID-19, el sector del patrimonio cultural y el turismo necesita más que nunca implementar estrategias comerciales que contribuyan a su desarrollo preservando su cultura y experiencia. aspecto.

### SU 4.4.2 - La metodología de 'gestión ajustada' en el patrimonio cultural y el turismo

En un intento por abordar metodologías de gestión exitosas, esta subunidad presentará la gestión ajustada y su valor en el sector del patrimonio cultural. Los sectores del patrimonio y el turismo deben evolucionar sus servicios para satisfacer las necesidades cambiantes de sus beneficiarios, tanto los turistas como las comunidades locales. Esto requiere un enfoque general, gracias a las habilidades relacionadas con la integración del conocimiento. Un museo, una empresa turística y cualquier organización privada, pública o del tercer sector, es un ecosistema complejo, que necesita mejorar la eficiencia organizacional y generar impactos en la comunidad local. Esta es la razón por la que se necesita el enfoque holístico de la gestión ajustada, para hacer que las actividades y estrategias de las organizaciones que trabajan en los sectores del patrimonio y el turismo sean más sostenibles.

### SU 4.4.3 - Un nuevo enfoque holístico en la gestión del patrimonio cultural y el turismo

Compilando los diferentes elementos empresariales mencionados a lo largo del módulo, esta subunidad invita a los participantes a reflexionar sobre enfoques innovadores en el sector del patrimonio cultural y el turismo. A medida que ha surgido un fuerte sentido de la responsabilidad social, junto con la necesidad de que los modelos de negocio sigan un proceso de integración del conocimiento, cada vez más organizaciones están remodelando sus estrategias empresariales. Estas nuevas tendencias se ilustrarán a través de estudios de casos que abordarán nuevos métodos de gestión integral, como la gobernanza del destino y la participación de los stakeholders. en la administración del patrimonio cultural y las experiencias turísticas.

# MÓDULO 5 | Sostenibilidad, medición de impacto y evaluación de proyectos

## Descripción del módulo

El Módulo 5 promueve la creciente perspectiva necesaria para crear una cultura de medición desde dentro de las instituciones responsables de la gestión del patrimonio cultural: por un lado, estar en alianza con la visión global de la sostenibilidad y por una mejor comprensión del valor cultural, y por el otro lado, para permitir el desarrollo profesional basado en la evidencia para la mejora y el seguimiento de los objetivos y la misión.

Este módulo se enfoca en desarrollar habilidades profesionales para capturar e interpretar la generación de evidencia, diseñar el proceso necesario para crear una cultura de medición y desarrollar un proyecto de evaluación. Otro objetivo es apoyar a las instituciones en la medición, procesamiento y comunicación de información no financiera y cómo hacer visibles las buenas prácticas.

## Estrategia educativa

- Presentaciones en video, incluidas conferencias y entrevistas.
- Contenidos basados en texto que incluyen estudios de casos, mejores prácticas y ejemplos del mundo real.
- Una colección de recursos educativos abiertos: informes, estudios de investigación, artículos, documentos de políticas y otros materiales para el autoaprendizaje.

- Bibliografía y webografía sobre fuentes de referencia primarias y secundarias
- Autoevaluación mediante cuestionarios

## UNIDAD 5.1 | CONCEPTOS DE SOSTENIBILIDAD Y MEDICIÓN DE IMPACTO

### Descripción

El objetivo de esta unidad es el compromiso de formar profesionales para ampliar la visión estratégica que representa la sostenibilidad, desarrollando una cultura de medición en las organizaciones, lo que implica sumarse al discurso internacional sobre el desempeño basado en valores, y también dar respuesta a la recomendación en la gestión de las convenciones del patrimonio cultural para 'incluir métodos apropiados de seguimiento y evaluación', y un compromiso con la medición del impacto social.

Esta unidad proporciona un contexto para el nuevo paradigma profesional desde diferentes perspectivas y sectores hacia la comprensión de la visión internacional, describiendo y

aclarando los conceptos, necesidades y propósitos, así como los principales actores e impulsores.

### Los resultados del aprendizaje

Después de completar esta unidad, el alumno podrá:

- **RApr1**[17] Resumir las principales nociones del paradigma de la sostenibilidad en el contexto del desempeño profesional en la cultura
- **RApr2** Relacionar cómo la sostenibilidad influye en la visión estratégica de las instituciones y da forma a la definición de valores y visión.
- **RApr3** Reconocer los elementos clave en los que la generación de evidencia está alineada con la estrategia de la institución cultural dentro de la visión de sostenibilidad
- **RApr4** Resumir las tendencias globales en la medición del impacto social y comprender el valor agregado de estas prácticas.
- **RApr5** Evaluar los recursos más significativos y los profesionales más destacados a partir de los ejemplos y tendencias analizados.
- **RApr6** Discernir cómo la medición del valor social impacta la visión estratégica de la sostenibilidad.
- **RApr7** Identificar la terminología necesaria para crear un proyecto de medición de valor social.

## SUB-UNIDADES

### SU 5.1.1 - El debate sobre la sostenibilidad en la cultura como visión estratégica

El objetivo de esta subunidad es entender el debate sobre la sostenibilidad en la comunidad global como una faceta de un desempeño y una rendición de cuentas basados en valores, y la relación e interacción con el sector cultural y los diferentes enfoques de la contribución de la cultura hacia la sostenibilidad y el desarrollo. El punto de partida será el trabajo de la UNESCO, tomado como un panorama general del debate internacional sobre el desarrollo sostenible.

### SU 5.1.2 - Por qué es importante la medición: pasos más allá del seguimiento y la evaluación

Un primer enfoque de la evaluación consiste en comprender el proceso de creación de una cultura de medición y evaluación. Se trata de afrontar el desafío del camino hacia la incorporación de los procesos de medición en el desempeño en una dirección sostenida y útil. Implica un compromiso con la excelencia en el desempeño.

### SU 5.1.3 - Valor social y glosario de conceptos

Este segundo enfoque se refiere al debate sobre el valor social: qué es, según el glosario de conceptos, y las oportunidades y desafíos que se están dando en este debate en el sector cultural.

---

[17] RApr: Resultado de aprendizaje

## UNIDAD 5.2 | ENFOQUES DE EVALUACIÓN EN CULTURA Y TURISMO

### Descripción

Este módulo desarrollará las habilidades necesarias para planificar y diseñar un proyecto de medición, entendiendo cuáles son los conceptos y principios, transmitiendo la importancia para la cultura, identificando las barreras, entendiendo las informaciones en el marco internacional y las características específicas dentro del sector. Al finalizar, el participante conocerá los procesos, metodologías y las herramientas fundamentales existentes, y podrá aplicarlas según los diferentes enfoques en cada caso. El objetivo es lograr, al final del viaje, un modelo piloto para un estudio de caso real propuesto.

### Los resultados del aprendizaje

Después de completar esta unidad, el alumno podrá:

- **RApr1**[18] Resumir los documentos internacionales clave sobre sostenibilidad, en particular los relacionados con el patrimonio cultural.
- **RApr2** Reconocer ejemplos de medición de la cultura en diferentes contextos profesionales.
- **RApr3** Identificar las referencias que se les hacen en iniciativas locales, regionales y nacionales.
- **RApr4** Buscar ejemplos de aplicación con diferentes perspectivas dentro del patrimonio cultural.
- **RApr5** Reconocer las barreras de entrada en diferentes áreas, en particular en la gestión del patrimonio cultural.
- **RApr6** Construir un mapa mental del proceso teórico para construir una cultura de medición sostenible con una visión a largo plazo.
- **RApr7** Describir el recorrido formativo profesional para alcanzar el estado de conocimiento y las competencias para desarrollar un proyecto de medición.

## SUB-UNIDADES

### SU 5.2.1 - Enfoques multidimensionales y de valores múltiples

La primera subunidad trata sobre cómo integrar la visión estratégica de la sostenibilidad en el sector cultural y turístico y cómo analizar la acción bidireccional de la Unión Europea en términos de políticas y estrategias culturales y su implementación práctica a través de la financiación de programas.

### SU 5.2.2 - Desafíos y oportunidades para medir la cultura

[18] RApr:Resultado de aprendizaje

Una vez analizada la complejidad y barreras de entrada a un proyecto de evaluación, es necesario considerar oportunidades en relación a muchas áreas de desempeño que surgen, como la relación con los stakeholders, la transparencia, la generación de prueba para la mejora continua, la rendición de cuentas, el valor de la creación en storytelling y marketing.

### SU 5.2.3 - Diseñar un proceso para planificar un proyecto de evaluación

En esta subunidad, los participantes aprenderán a diseñar el proceso necesario para desarrollar un proyecto de evaluación, definir los stakeholder, planificar el propósito y el alcance, y definir los pasos necesarios para lograr el conocimiento y las habilidades para planificar e implementar un programa de medición.

## UNIDAD 5.3 | CÓMO HACERLO: PROYECTO DE MEDICIÓN DE IMPACTO PARA LA EXPERIENCIA

### Descripción

El desarrollo de un proyecto de medición comienza con un proceso, desde la comprensión de los métodos de desempeño más avanzados a través de la evidencia, hasta el establecimiento de objetivos a través del diseño de un proceso o mapa mental para lograr la implementación en la estrategia y operaciones de la institución o programa. .

Además, la medición es una herramienta cíclica, que se perfecciona mediante la iteración. El conocimiento de los términos clave y su correcta aplicación es fundamental para el logro de la medición.

### Los resultados del aprendizaje

Después de completar esta unidad, el alumno podrá:

- **RApr1** Explicar las dificultades en transferir la visión general en la estructura de una institución o un proyecto cultural
- **RApr2** Construir el proceso necesario para desarrollar un proyecto de indicadores de impacto social a través de las herramientas disponibles del ciclo de medición
- **RApr3** Evaluar las fases clave del ciclo de medición para cada proyecto específico e identificar la información y los recursos necesarios para el desarrollo.
- **RApr4** Distinguir entre diferentes metodologías de acuerdo con las diferentes estrategias para la recolección de datos.
- **RApr5** Reconocer herramientas operativas relacionadas con las diferentes etapas del proceso de medición para generar datos y evidencia.
- **RApr6** Distinguir entre realizar la recolección de datos de una actividad específica y crear una cultura de medición en una institución.

### SUB-UNIDADES

#### SU 5.3.1 - Ciclo de medición de impacto

El objetivo de esta subunidad es transmitir el conocimiento para el diseño de una herramienta (ciclo de medición) basada en metodologías existentes, una herramienta que pueda integrarse en la visión estratégica de los profesionales del patrimonio cultural en sus respectivas realidades.

#### SU 5.3.2 - Qué tipo de datos es importante evaluar: producto, resultado o impacto

Una vez establecido el marco, se explorará una perspectiva pragmática sobre cómo medir el efecto social del patrimonio cultural, a través de una visión general de las metodologías y herramientas para generar evidencia, tales como métodos cuantitativos y cualitativos, teoría del cambio como pensamiento estratégico y sistemas de posibles indicadores (el proyecto Cultura 2030) ya desarrollados en el sector cultural.

#### SU 5.3.3 - Gestión de impacto y evaluación: construcción de un modelo a medida

La planificación de un modelo de medición se desarrollará en función de las necesidades de la institución o según se incluya el proyecto en el programa de medición, para lo cual se seleccionarán las herramientas más adecuadas al caso.

## UNIDAD 5.4 | ENFOQUES Y METODOLOGÍAS: SOSTENIBILIDAD Y MEDICIÓN DE IMPACTO SOCIAL EN ORGANIZACIONES CULTURALES

### Descripción

Medir el impacto social es una prioridad para las organizaciones sociales y los inversores. Dependiendo de la institución y sus recursos, el proceso de medición de impacto será más o menos profundo. El paso fundamental a la hora de abordar la medición del impacto es realizar un diagnóstico inicial para captar el estado del arte de la institución, sus estrategias y líneas de acción. El análisis de los datos existentes conducirá a conclusiones que pueden iniciar un ciclo de medición. Para cada uno de los casos de estudio, se desarrollará un proyecto de medición que agrega valor al enfocarse en áreas como los ODS, el monitoreo de programas o el triple resultado.

### Los resultados del aprendizaje

Después de completar esta unidad, el alumno podrá:

- **RApr1**[19] Relacionar las brechas en la gestión con oportunidades y desafíos que se pueden enfrentar a través de la medición del impacto social.

[19] RApr:Resultado de aprendizaje

- **RApr2** Organizar intereses profesionales específicos con respecto a la cultura de medición y dentro de un área de trabajo seleccionada.
- **RApr3** Discutir la viabilidad de las herramientas para el proyecto o desafío seleccionado.
- **RApr4** Seleccionar un proceso de medición y las herramientas clave para llevarlo a cabo a través del caso de estudio elegido
- **RApr5** Evaluar datos obtenidos de estudios de casos reales, en un intento de obtener lecciones y recomendaciones.

## SUB-UNIDADES

### SU 5.4.1 - Medición de la sostenibilidad: alineación con los ODS

Una acción alineada con los ODS requiere una metodología más innovadora y ad-hoc en función del programa y los objetivos a evaluar. Estas organizaciones necesitarán una evaluación de impacto de otros parámetros y pautas en el proceso.

### SU 5.4.2 - Lógica de intervención e indicadores SMART

Las instituciones que cuentan con estos programas son aquellas que tienen un enfoque que no solo toma en cuenta los aspectos ambientales, sino también los sociales y económicos. A partir de aquí, con estos objetivos, trabajaremos para generar diferentes dinámicas para medir el impacto.

### SU 5.4.3 - Metodologías de seguimiento y evaluación

Las metodologías ágiles nos permiten adaptar la forma de trabajar a las condiciones del proyecto a medir. Estos se desarrollarán de forma flexible y adaptable a las necesidades de la institución, permitiendo una mejor evaluación y seguimiento de los programas.

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

# EUHeritage

Skills for promotion, valorisation, exploitation, mediation and interpretation of European Cultural Heritage