



## PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN DE LAS COMPETENCIAS PROFESIONALES

**CUALIFICACIÓN PROFESIONAL: DINAMIZACIÓN, PROGRAMACIÓN Y  
DESARROLLO DE ACCIONES CULTURALES**

**Código: SSC445\_3**

**NIVEL: 3**

### CUESTIONARIO DE AUTOEVALUACIÓN PARA LAS TRABAJADORAS Y TRABAJADORES

#### UNIDAD DE COMPETENCIA

**“UC1433\_3: Desarrollar acciones de comunicación y marketing  
cultural”**

#### LEA ATENTAMENTE LAS INSTRUCCIONES

Conteste a este cuestionario de **FORMA SINCERA**. La información recogida en él tiene **CARÁCTER RESERVADO**, al estar protegida por lo dispuesto en la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de protección de datos de carácter personal.

Su resultado servirá solamente para ayudarle, **ORIENTÁNDOLE** en qué medida posee la competencia profesional de la “UC1433\_3: Desarrollar acciones de comunicación y marketing cultural”.

No se preocupe, con independencia del resultado de esta autoevaluación, Ud. **TIENE DERECHO A PARTICIPAR EN EL PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN**, siempre que cumpla los requisitos de la convocatoria.

Nombre y apellidos del trabajador/a: NIF:	Firma:
Nombre y apellidos del asesor/a: NIF:	Firma:



### INSTRUCCIONES CUMPLIMENTACIÓN DEL CUESTIONARIO:

Cada **actividad profesional principal (APP)** se compone de **varias actividades profesionales secundarias (APS)**.

Lea atentamente cada APP y a continuación sus APS. En cada APS marque con una cruz el indicador de autoevaluación que considere más ajustado a su grado de dominio de las APS. Dichos indicadores son los siguientes:

1. No sé hacerlo.
2. Lo puedo hacer con ayuda
3. Lo puedo hacer sin necesitar ayuda
4. Lo puedo hacer sin necesitar ayuda, e incluso podría formar a otro trabajador o trabajadora.

<b>APP1:</b> <i>Analizar la demanda y consumidor potencial del mercado de productos culturales identificando las preferencias para cada segmento de mercado para elaborar el programa cultural.</i>	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
APS1.1: Identificar la demanda y mercado de productos culturales consultado fuentes de información y bases de datos locales y respetando la normativas de protección de datos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
APS1.2: Analizar las bases de datos de los clientes potenciales para establecer los segmentos de mercado a los que dirigirse.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
APS1.3: Identificar las preferencias del usuario o consumidor del producto cultural para definir las tendencias de la planificación de objetivos y actividades.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
APS1.4: Seleccionar el producto cultural en función de los segmentos de población para conseguir los objetivos de la planificación cultural.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<b>APP2:</b> <i>Desarrollar acciones de comunicación y marketing de productos y programas culturales teniendo en cuenta criterios de accesibilidad a los mismos.</i>	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
APS2.1: Analizar la situación interna y externa de la entidad que desarrolla el programa cultural para detectar los puntos fuertes y débiles y así, establecer bases de actuación.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



<b>APP2: Desarrollar acciones de comunicación y marketing de productos y programas culturales teniendo en cuenta criterios de accesibilidad a los mismos.</b>	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
APS2.2: Planificar los objetivos y las actividades a realizar en la programación cultural para la organización de las acciones de comunicación y marketing cultural.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
APS2.3: Elaborar el presupuesto económico del plan de marketing cultural para que sirva como instrumento de análisis y control.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
APS2.4: Desarrollar las acciones de comunicación y marketing teniendo en cuenta las características de los segmentos de mercado para adecuar las acciones a los consumidores, medios y soportes de comunicación, impacto y objetivos de la acción, entre otros.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
APS2.5: Aplicar las estrategias de marketing público a las campañas de promoción de los productos culturales tomándolas como referente.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<b>APP3: Difundir la programación cultural al público potencial atendiendo al plan de comunicación y marketing cultural establecido para conseguir los objetivos planificados.</b>	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
APS3.1: Diseñar la campaña de difusión seleccionando los medios de comunicación más efectivos en función de las características del público.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
APS3.2: Identificar los espacios publicitarios idóneos para garantizar el éxito.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
APS3.3: Difundir la programación cultural a través del soporte publicitario elegido (papel escrito hasta página web) para diversificar el mercado en función de sus características.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
APS3.4: Ejecutar las actividades de publicidad y propaganda de la actividad cultural a través de los soportes seleccionados (marketing directo, correo, listas de distribución, buzoneo, cartelería, entre otros), seleccionando el contenido para atender todas las necesidades de los distintos segmentos y fidelizando el mercado.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



<b>APP3:</b> <i>Difundir la programación cultural al público potencial atendiendo al plan de comunicación y marketing cultural establecido para conseguir los objetivos planificados.</i>	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
APS3.5: Diseñar la difusión de la programación cultural incluyendo los canales de distribución que acerquen el contenido al público potencial así como adecuando el precio y producto cultural a los segmentos establecidos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<b>APP4:</b> <i>Elaborar un informe final analizando la evolución de las acciones para analizar el impacto y desarrollo del plan de marketing cultural.</i>	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
APS4.1: Analizar la evolución del plan de comunicación y marketing observando todo el proceso del plan: impacto, asistentes u otros indicadores.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
APS4.2: Verificar el cumplimiento de los objetivos del plan de marketing cultural involucrando al usuario a través de una campaña de información y retroalimentación dirigida al usuario o consumidor para establecer mejoras en los canales de difusión.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
APS4.3: Evaluar el plan de marketing cultural a través de un diálogo y recopilación de información de todas las partes implicadas para favorecer las posteriores campañas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
APS4.4: Concretar indicadores de calidad para tabular los resultados y emitir informes que permitan la mejora de la calidad del producto y su difusión.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
APS4.5: Aplicar los informes de mejora de la calidad al plan de marketing cultural de la campaña siguiente introduciendo los elementos de corrección detectados en la campaña anterior.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
APS4.6: Elaborar un informe con los resultados del análisis y la evaluación para los responsables de cultura, sirviendo éstos de vínculo de comunicación con las entidades políticas correspondientes.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>