

1. Dados de identificação

Curso: Administração
 Habilitação: Marketing
 Disciplina: Marketing Cultural
 Créditos: 4
 Carga Horária: 72 h/aula
 Fase: 7ª fase
 Currículo: 2010/2
 Data de aprovação: 02/08/2010
 Professor: _____
 e-mail: _____

2. Caracterização da disciplina (ementa)

O marketing cultural. Os meios de comunicação. Pesquisas no mercado da cultura. Estratégias para o lançamento de novos produtos: eventos; feiras; exposições; turismo; esportes; entre outros. Os campos de mercado e atuação.

3. Objetivo geral

Compreender as esferas do marketing cultural, seus conceitos e sua contribuição como política de comunicação institucional e aprender novas ferramentas de comunicação associadas à cultura.

4. Objetivos específicos

- Compreender os principais conceitos relacionados com o assunto;
- Analisar diversos cases envolvendo o marketing cultural;
- Identificar os objetivos do marketing cultural;
- Levantar o perfil de uma organização;
- Desenvolver um plano de marketing cultural para uma organização;
- Estabelecer estratégias para seleção e criação de projetos culturais.

5. Conteúdo

Unidade I

Marketing Cultural: conceituação e especificidades

- Definições de Marketing Cultural, Mecenato, Patrocínio, Evento, Produto Cultural, Produção Cultural e Responsabilidade Social;
- Fatores impulsionadores do Marketing Cultural;
- Motivações das empresas para investimento na cultura;
- Instrumentos do Marketing Cultural;
- Principais objetivos do Marketing Cultural;
- Seleção e análise de projetos culturais.

Unidade II

Planejando a Política Cultural da Empresa

- Pesquisando o perfil de uma organização para aplicação do Marketing Cultural;
- Análise situacional e diagnóstico;
- Planejamento e formatação de uma Política Cultural para a Empresa;
- Definição do modelo de gestão. Alternativas de investimento cultural;
- Criação e gerenciamento de projetos culturais.

6. Avaliação

Será realizada com base nos seguintes critérios:

- 1) Avaliação 1 (Av1) – Esta avaliação compreende uma prova individual, com peso 3, realizada em período fixado em calendário acadêmico.
- 2) Avaliação 2 (Av2) – Esta avaliação compreende a média dos trabalhos realizados ao longo do semestre, com peso 3.
- 3) Avaliação 3 (Av3) – Compreende uma prova individual, com peso 4, realizada em período fixado em calendário acadêmico, incluindo todo o conteúdo do semestre.
- 4) Média igual ou superior a 6,0 (sete) aprovado
- 5) Frequência: mínima de 75%.

7. Bibliografia

Bibliografia básica

- BRANT, Leonardo. Mercado cultural: investimento social, formatação e vendas de projetos, gestão e patrocínio, política cultural. São Paulo : Escrituras, 2001.
- MACHADO NETO, Manoel Marcondes. Marketing Cultural: das práticas à teoria. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2002.
- REIS, Ana Carla Fonseca. Marketing Cultural e Financiamento da Cultura: teoria e prática em um estudo internacional comparado. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.
- _____. Economia da cultura e desenvolvimento sustentável: o caleidoscópio da cultura. Barueri, SP: Manole, 2007.

Bibliografia complementar

- ALMEIDA, Candido José Mendes. A arte é capital: visão aplicada do marketing cultural. Rio de Janeiro: Rocco, 1993.
- BRANT, Leonardo (Org.). Políticas culturais. Vol.1. Barueri, SP : Manole, 2003.
- CESNIK, Fábio de Sá. Guia de Incentivo à cultura. Barueri, SP: Manole, 2007.

CESNIK, Fábio de Sá; BELTRAME, Priscila Akemi. Globalização da cultura. São Paulo: Manole, 2005.
COSTA, Ivan Freitas da. Marketing cultural: o patrocínio de atividades culturais como ferramenta de construção de marca. São Paulo: Atlas, 2004.
LISBOA, Simone Marília. Razão e Paixão dos Mercados: um estudo sobre a utilização do marketing cultural pelo empresário. Belo Horizonte: Arte, 1999.
MUYLAERT, R. Marketing cultural e comunicação dirigida. 5. ed. São Paulo: Globo, 2000.
NUSSBAUMER, Gisele M. O mercado da cultura em tempos (pós) modernos. Santa Maria: Ed. da UFSM, 2000.
WU, Chin-tao. Privatização da cultura: a intervenção corporativa na arte desde os anos 1980. São Paulo: Boitempo, 2006.

site

Articultura: <http://www.articultura.com.br>
Cultura e Mercado: <http://www.culturaemercado.com.br>
Fundação Catarinense de Cultura: <http://www.sol.sc.gov.br>
Instituto Pensarte: <http://www.pensarte.com.br>
Ministério da Cultura: <http://www.cultura.gov.br>
Prefeitura Municipal de Florianópolis: <http://www.pmf.sc.gov.br>
Revista Marketing Cultural: <http://www.marketingcultural.com.br>
Unesco : www.unesco.org.br