

1. Dados de identificação

Curso: Administração
 Habilitação: Marketing
 Disciplina: Gestão Cultural
 Créditos: 4
 Carga Horária: 72 h/aula
 Fase: 8ª
 Currículo: 2010/2
 Data de aprovação: 02/08/2010
 Professor: _____
 e-mail: _____

2. Caracterização da disciplina (ementa)

Formatação de projetos culturais. Elaboração e avaliação econômica de projetos. Projetos culturais e comunitários para a empresa. Técnicas, habilidades comportamentais, flexibilidade (administração de conflitos) e diagnose de obstáculos na negociação. Conhecimento de espaços físicos passíveis de desenvolvimento de projetos artísticos e conhecimento de espaços físicos existentes no estado. Estudo de casos em gestão cultural.

3. Objetivo geral

Capacitar o aluno para atuar como gestor de projetos culturais, através do conhecimento de técnicas e procedimentos metodológicos da produção, além do contato com o ambiente e a prática das organizações culturais.

4. Objetivos específicos

- Definir o perfil do gestor cultural.
- Compreender o campo organizacional da cultura e o contexto da produção cultural.
- Estudar diversos casos envolvendo a gestão cultural.
- Desenvolvimento de um projeto cultural desde seu planejamento até a pós-produção, passando pelas estratégias de captação de recursos públicos e privados.

5. Conteúdo

- As organizações culturais e o terceiro setor
- O perfil e os atributos de qualificação do gestor cultural
- Produção de Projetos Culturais:
 - Planejamento estratégico
 - Gestão de projetos: Elaboração, formatação e comercialização de um projeto cultural; Execução e acompanhamento do projeto; Pós-produção (relatórios/prestação de contas)

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, 2002.
 MALAGODI, Maria Eugênia; CESNIK, Fábio de Sá. Projetos culturais: elaboração, administração, aspectos legais, busca de patrocínio. 4a. ed. São Paulo: Escrituras, 2001.
 THIRY-CHERQUES, Hermano R. Projetos culturais: técnicas de modelagem. Rio de Janeiro: Editora da FGV, 2006.

Bibliografia complementar

CESNIK, Fábio de Sá. Guia do incentivo à cultura. Barueri, SP: Manole, 2007.
 COSTA, Ivan Freitas. Marketing cultural: o patrocínio de atividades culturais como ferramenta de construção de marca. São Paulo: Atlas, 2004.
 MONTAÑO, Carlos. Terceiro setor e questão social: crítica ao padrão emergente de intervenção social. São Paulo: Cortez, 2005.
 MOREIRA, Leide. Patrocínio planejado: marketing cultural para empresas. São Paulo: 2004.
 NATALI, Edson; OLIVIERI, Cristiane. Guia brasileiro de produção cultural 2004. São Paulo: Editora Zé do Livro, 2003.
 REIS, Ana Carla Fonseca. Economia da cultura e desenvolvimento sustentável: o caleidoscópio da cultura. Barueri, SP: Manole, 2007.
 TENÓRIO, Fernando G. Gestão de ONGs: principais funções gerenciais. Rio de Janeiro: Ed. da FGV, 2006.

Sites

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