

Advanced Master

Alta Gestão de Empresas do Setor Cultural



Advanced Master Alta Gestão de Empresas do Setor Cultural

- » Modalidade: online
- » Duração: 2 anos
- » Certificado: TECH Universidade Tecnológica
- » Dedicção: 16h/semana
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Provas: online

Acesso ao site: www.techtute.com/br/ciencias-humanas/advanced-master/advanced-master-alta-gestao-empresas-setor-cultural

Índice

01

Apresentação

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Competências

pág. 14

04

Direção do curso

pág. 18

05

Estrutura e conteúdo

pág. 22

06

Metodologia

pág. 40

07

Certificado

pág. 48

01

Apresentação

O setor cultural está passando por um processo de transformação acelerado, no qual estão surgindo novos desafios, como o metaverso e a promoção do turismo cultural, que exigem gestores culturais com uma visão clara. Nesse contexto, os empresários do setor enfrentam obstáculos únicos, como a administração de orçamentos limitados e a necessidade de manter a autenticidade. Em resposta a essa situação, a TECH criou um programa que aborda questões críticas, como gestão de projetos, técnicas de pesquisa, marketing experimental e planejamento de eventos culturais. Este programa leva os profissionais a aprimorar suas habilidades de liderança e a impulsionar suas organizações. Tudo isso em um formato 100% online, o que permite que o aluno autogerencie seu tempo de estudo.





“

Especialize-se em Alta Gestão de Empresas do Setor Cultural com um programa 100% online, acessível de qualquer dispositivo digital com conexão à Internet”

Nos últimos anos, o setor cultural passou por uma evolução significativa como resultado do desenvolvimento de ambientes digitais, da crescente importância do marketing experimental e da personalização da oferta cultural para atrair um público mais amplo e diversificado. Além disso, houve um aumento na colaboração entre empresas culturais e outros setores, bem como uma maior preocupação com a sustentabilidade e o impacto social e cultural das empresas.

Diante dessa realidade, o profissional que deseja trabalhar em ecossistemas de negócios nesse setor deve estar atualizado com todos os elementos que influenciam o sucesso de um projeto. Para promover esse objetivo, esta instituição acadêmica criou o Advanced Master em Alta Gestão de Empresas do Setor Cultural.

Um programa com uma abordagem teórica e prática, que levará o aluno a se aprofundar desde a produção e a gestão cultural, inovação, conservação do patrimônio até a aquisição de habilidades de liderança e a implementação das estratégias mais eficazes para a gestão de talentos e recursos humanos, entre outros tópicos. Além disso, são disponibilizadas ferramentas pedagógicas de qualidade, acessíveis 24 horas por dia, 7 dias por semana.

Através do método *Relearning*, os alunos avançarão progressivamente pelo programa de estudos e consolidarão os conceitos mais importantes de forma ágil, devido à reiteração constante do conteúdo do programa. Um sistema que traz como grande benefício a redução das horas de estudo e uma aprendizagem muito mais eficiente.

Sem dúvida, uma oportunidade única de progressão por meio de um programa flexível. Os alunos precisam apenas de um dispositivo digital com conexão à Internet para visualizar o conteúdo deste programa a qualquer hora do dia. Uma opção acadêmica inigualável oferecida apenas pela TECH, a maior universidade digital do mundo.

Este **Advanced Master em Alta Gestão de Empresas do Setor Cultural** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do mercado. Suas principais características são:

- ◆ O desenvolvimento de estudos de caso apresentados por especialistas em Gestão de Projetos Empresariais e Culturais
- ◆ O conteúdo gráfico, esquemático e extremamente útil, fornece informações científicas e práticas sobre as disciplinas essenciais para o exercício da profissão
- ◆ Exercícios práticos onde o processo de autoavaliação é realizado para melhorar a aprendizagem
- ◆ Ênfase especial em metodologias inovadoras na gestão de empresas do setor cultural
- ◆ Lições teóricas, perguntas a especialistas, fóruns de discussão sobre temas controversos e trabalhos de reflexão individual
- ◆ Disponibilidade de acesso a todo o conteúdo a partir de qualquer dispositivo, fixo ou portátil, com conexão à Internet



Uma oportunidade acadêmica que lhe guiará pelos elementos técnicos, econômicos e promocionais mais atualizados da administração de uma empresa cultural”

“

A multiplicidade de recursos didáticos lhe permitirá obter uma formação eficaz, em apenas 24 meses, em Alta Gestão de Empresas do Setor Cultural”

A equipe de professores deste programa inclui profissionais da área de setor cultural e comunicação, cuja experiência é somada a este programa, além de reconhecidos especialistas de sociedades conceituadas e universidades de prestígio.

O seu conteúdo multimídia desenvolvido com a mais recente tecnologia educacional, oferece ao profissional uma aprendizagem situada e contextual, ou seja, um ambiente simulado que proporcionará um estudo imersivo e programado para capacitar em situações reais.

Este programa se fundamenta na Aprendizagem Baseada em Problemas, onde o aluno deverá resolver as diferentes situações de prática profissional que surgirem ao longo da capacitação. Para isso, o profissional contará com a ajuda de um inovador sistema de vídeo interativo, realizado por especialistas reconhecidos nesta área.

Incorporar as estratégias mais inovadoras para tornar museus, galerias e exposições visíveis em seus projetos.

O sistema Relearning permitirá que você não perca tempo de estudo e se concentre nos conhecimentos mais relevantes sobre a gestão e a direção de projetos culturais.



02

Objetivos

O principal objetivo deste programa é fornecer aos alunos o conhecimento e as habilidades necessárias para liderar e gerenciar empresas culturais em um contexto cada vez mais competitivo. Os objetivos específicos incluem o desenvolvimento de habilidades de liderança e gestão, a compreensão da dinâmica do mercado cultural, a aplicação de técnicas eficazes de marketing e vendas e a implementação estratégica de tecnologia para melhorar a eficiência e a lucratividade do setor.





“

*Os estudos de caso desta especialização
lhe guiarão na integração das melhores
práticas em gestão de operações e logística,
impulsionando o sucesso do seu negócio”*



Objetivos gerais

- ♦ Compreender as características da Gestão Cultural em relação ao setor de turismo
- ♦ Gerir o patrimônio cultural nas diferentes áreas turísticas, de acordo com os princípios de sustentabilidade
- ♦ Identificar e gerir os planos existentes para proteger as coleções de Belas Artes
- ♦ Analisar as características da demanda de turismo cultural em cada área turística
- ♦ Conhecer a gestão do patrimônio cultural em diferentes espaços
- ♦ Gerenciar fontes, planejar projetos e organizar diferentes métodos para resolver problemas
- ♦ Demonstrar procedimentos para a promoção de ideias culturais
- ♦ Compreender a importância e a organização de eventos híbridos
- ♦ Obter um conhecimento profundo das tendências atuais na organização de eventos



Você deseja planejar eventos culturais do início ao fim com total certeza de sucesso? Faça isso por meio do ensino oferecido pela TECH. Matricule-se já"





Objetivos específicos

Módulo 1 Liderança. Ética e RSE

- ◆ Compreender os princípios de ética e responsabilidade social corporativa para promover uma liderança consciente e sustentável
- ◆ Desenvolver habilidades de liderança e gestão de equipes para promover um ambiente de trabalho justo e respeitoso
- ◆ Aprender a projetar e implementar estratégias de negócios com uma abordagem ética e sustentável
- ◆ Analisar casos de negócios para identificar as melhores práticas de liderança ética e responsabilidade social corporativa

Módulo 2. Direção Estratégica e Gestão Executiva

- ◆ Compreender como identificar oportunidades e desafios de mercado para desenvolver estratégias de negócios eficazes
- ◆ Desenvolver habilidades de gestão e liderança para conduzir e motivar equipes na implementação de estratégias de negócios
- ◆ Desenvolver habilidades de gestão e liderança para conduzir e motivar equipes na implementação de estratégias de negócios
- ◆ Analisar casos de negócios para identificar as melhores práticas em direção estratégica e gestão executiva

Módulo 3. Gestão de pessoas e talentos

- ◆ Desenvolver habilidades de gestão e liderança para conduzir e motivar equipes na implementação de estratégias de negócios
- ◆ Saber como criar e implementar políticas eficazes de recursos humanos para atrair, reter e desenvolver talentos
- ◆ Compreender como identificar e gerenciar o desempenho no trabalho para garantir a produtividade e o bem-estar dos funcionários
- ◆ Analisar casos de negócios para identificar as melhores práticas em gestão de talentos e gestão de pessoas

Módulo 4. Gestão econômico-financeira

- ◆ Compreender os princípios fundamentais da gestão financeira corporativa
- ◆ Aprender a analisar e avaliar informações financeiras para a tomada de decisões de negócios
- ◆ Desenvolver habilidades de gestão financeira para otimizar o desempenho e a lucratividade dos negócios
- ◆ Analisar casos de negócios para identificar as melhores práticas em gestão estratégica e gestão executiva

Módulo 5. Gestão operacional e logística

- ◆ Aprender a projetar e otimizar os processos de produção e logística para melhorar a eficiência e a produtividade da empresa
- ◆ Entender como gerenciar a cadeia de suprimentos para garantir a qualidade e a pontualidade dos produtos e serviços oferecidos
- ◆ Desenvolver habilidades de liderança para liderar equipes na implementação de estratégias de operações e logística
- ◆ Analisar casos de negócios para identificar as melhores práticas de gestão de operações e logística

Módulo 6. Gestão de Sistemas de Informação

- ◆ Compreender a importância dos sistemas de informação na gestão de negócios e como eles podem ser usados para a tomada de decisões estratégicas
- ◆ Aprender a projetar e implementar sistemas de informações comerciais para melhorar a eficiência e a produtividade dos negócios
- ◆ Desenvolver habilidades para gerenciar e manter sistemas de informações empresariais para garantir sua segurança, disponibilidade, integridade e confidencialidade
- ◆ Analisar casos de negócios para identificar as melhores práticas de gestão de sistemas de informação e seu impacto na competitividade dos negócios

Módulo 7. Gestão comercial, marketing e comunicação corporativa

- ♦ Desenvolver habilidades de liderança e de tomada de decisões nas áreas comercial e de marketing, incluindo a identificação de oportunidades de negócios e a elaboração de estratégias para aproveitá-las
- ♦ Compreender os principais princípios e ferramentas de marketing e comunicação corporativa e aprender a aplicá-los para criar valor para os clientes e a empresa
- ♦ Analisar e avaliar os ambientes de mercado e a concorrência para identificar as principais tendências e oportunidades e desenvolver estratégias eficazes de marketing e comunicação
- ♦ Desenvolver habilidades para projetar e executar planos integrados de marketing e comunicação, desde pesquisa de mercado e segmentação de clientes até publicidade, relações públicas e marketing digital

Módulo 8. Marketing no mercado cultural

- ♦ Conhecer a cultura no mundo digital
- ♦ Estabelecer a pesquisa como ferramenta central de marketing
- ♦ Descobrir os produtos culturais com o maior potencial de mercado

Módulo 9. Inovação e gestão de projetos

- ♦ Compreender a importância da inovação no ambiente de negócios atual e como ela pode ser usada para criar vantagem competitiva
- ♦ Aprender a criar e aplicar técnicas de gerenciamento de projetos para atingir os objetivos comerciais e maximizar a eficiência e a eficácia na execução do projeto
- ♦ Desenvolver habilidades para liderar equipes na implementação de projetos inovadores, incluindo gerenciamento da criatividade e solução de problemas
- ♦ Analisar casos de negócios para identificar as melhores práticas de gerenciamento de projetos e inovação empresarial e aplicá-las a situações reais de negócios

Módulo 10. Produção e direção em Gestão Cultural

- ♦ Potenciar o desenvolvimento cultural em organizações do terceiro setor
- ♦ Saber difundir o patrimônio cultural
- ♦ Criar e gerenciar projetos

Módulo 11. Conservação do patrimônio cultural

- ♦ Conhecer as diferentes metodologias para o diagnóstico do estado de conservação dos bens culturais
- ♦ Compreender os métodos de análise e estudo de materiais e técnicas
- ♦ Entender os critérios de intervenção em restauração e conservação

Módulo 12. Gestão de museus, galerias e exposições

- ♦ Conhecer o papel do museu na sociedade da informação
- ♦ Descobrir tendências das coleções internacionais
- ♦ Adquirir as bases para a museografia didática em museus de arte

Módulo 13. Documentação cultural: catalogação e pesquisa

- ♦ Identificar os processos de gestão da informação
- ♦ Conhecer as diferentes plataformas para a divulgação das coleções e projetos existentes
- ♦ Conhecer a mediação e as experiências participativas

Módulo 14. Gestão cultural da música e da dança

- ♦ Saber obter fontes de financiamento
- ♦ Dominar a esfera pública e privada em relação aos preços
- ♦ Ser capaz de escolher entre nichos saturados x nichos abandonados



Módulo 15. Gestão do turismo cultural

- ◆ Identificar os desafios de gestão do espaço
- ◆ Dominar as estratégias para o desenvolvimento cultural e turístico do patrimônio local
- ◆ Planejar e gerir eventos culturais em uma Cidade Patrimônio da Humanidade

Módulo 16. Tecnologia e projeto para promoção cultural

- ◆ Aprender dentro do contexto da cultura os conceitos básicos, princípios e teorias da comunicação cultural e das indústrias
- ◆ Compreender e interpretar a realidade de acordo em habilidades e procedimentos culturais
- ◆ Aprender como elaborar e produzir campanhas ou produtos relacionados à cultura

Módulo 17. Projeto de eventos culturais

- ◆ Saber definir o público-alvo
- ◆ Colocar em prática o Marketing experiencial
- ◆ Escolher o local adequado para o seu evento

Módulo 18. Planejamento de eventos culturais

- ◆ Organizar um programa cultural
- ◆ Conhecer os requisitos de um plano de evacuação e as medidas de segurança que um evento deve cumprir
- ◆ Planejar os acesso aos locais

03

Competências

Graças à aprendizagem adquirida por meio deste Advanced Master, o aluno desenvolverá habilidades e competências de gestão no campo do empreendedorismo cultural. Assim, ao final deste programa, os alunos poderão aplicar com eficácia as ferramentas essenciais para desenvolver um planejamento estratégico correto, realizar uma gestão financeira eficiente, aplicar as últimas tendências em marketing, comunicação e gerenciar, em suma, projetos culturais.





“

Aprimore suas habilidades de liderança para a coordenação e implementação de projetos culturais inovadores e conquiste o sucesso no setor”



Competências gerais

- ♦ Dominar a digitalização do evento, as ferramentas mais utilizadas e as novas tendências
- ♦ Implementar diferentes metodologias de conservação do patrimônio
- ♦ Gerenciar adequadamente as informações relevantes ou históricas
- ♦ Valorizar o papel dos museus e galerias na educação
- ♦ Solucionar conflitos empresariais e problemas entre os trabalhadores
- ♦ Realizar uma correta gestão de equipe para melhorar a produtividade e, portanto, os lucros da empresa
- ♦ Realizar o controle econômico e financeiro da empresa
- ♦ Controlar os processos logísticos, as compras e o abastecimento da empresa

“

Enfrente os desafios atuais do Setor Cultural com o máximo de segurança, graças à aprendizagem adquirida com este Curso 100% online”





Competências específicas

- ♦ Identificar que tipo de público frequenta os diferentes tipos de eventos culturais
- ♦ Saber programar de acordo com a oferta e o público
- ♦ Estabelecer estratégias de comunicação bem-sucedidas
- ♦ Conhecer os diferentes produtos culturais
- ♦ Compreender o papel das organizações do terceiro setor na sociedade
- ♦ Saber planejar os recursos materiais e humanos necessários para a realização de um evento cultural
- ♦ Aprofundar nos novos modelos de negócio dos sistemas de informação
- ♦ Aplicar as estratégias mais apropriadas para apostar no comércio eletrônico dos produtos da empresa
- ♦ Elaborar e liderar planos de marketing
- ♦ Apostar pela inovação em todos os processos e áreas da empresa
- ♦ Liderar os diferentes projetos da empresa
- ♦ Apostar pelo desenvolvimento sustentável da empresa, evitando impactos ambientais

04

Direção do curso

Este programa é formado por profissionais altamente qualificados e experientes no mundo da Administração de Empresas e do Setor Cultural. Cada um deles possui ampla experiência em suas respectivas áreas de especialização e compartilham sua experiência e conhecimento neste programa de 24 meses. Sua abordagem inovadora permite oferecer ensino de qualidade relevante para o mundo dos negócios atual.





“

Uma excelente equipe de professores, com ampla experiência em gestão de projetos empresariais, será responsável por fornecer a você o mais atualizado programa de estudos em Alta Gestão de Empresas do Setor Cultural”

Direção



Dr. Carlos Atxoña Ledesma Carrillo

- ◆ Especialista em negócios internacionais e consultoria jurídica para empresas
- ◆ Diretor da área internacional da Transporte Interurbanos de Tenerife S.A
- ◆ Assessor Jurídico em Transportes Interurbanos de Tenerife SA
- ◆ Gerente Jurídico em AvalonBiz Consulting Group SL
- ◆ Instrutor em cursos voltados para a proteção de dados
- ◆ Doutorado em Desenvolvimento Regional pela Universidade de La Laguna
- ◆ Formado em Direito pela Universidade de La Laguna
- ◆ Certificado de Gestão de Projetos pela Universidad Rey Juan Carlos
- ◆ MBA em Administração e Gerenciamento de Negócios pela Universidade Europeia das Ilhas Canárias



Professores

Sr. Alexis José González Peña

- ◆ Diretor da Área Financeira da CajaSiete Caja Rural
- ◆ Auditor interno sênior do Bankia
- ◆ Auditor interno sênior na Caja Insular de Ahorros de Canarias
- ◆ Experiência como auditor sênior na Deloitte
- ◆ Formado em Direção e Administração de Empresas pela Universidade de Las Palmas de Gran Canaria
- ◆ Mestrado em Tributação e Consultoria Tributária pelo Centro de Estudios Financieros
- ◆ Executive Máster em Administração Financeira e Finanças Avançadas pelo Instituto Superior en Técnicas y Prácticas Bancárias
- ◆ Especialistas em Planeamento Financeiro e Controle de Gestão em Bancos pela Analistas Financieros Internacionales
- ◆ Especialistas em Desenvolvimento Executivo em Gestão de Carteiras pela Analistas Financieros Internacionales (AFI)

05

Estrutura e conteúdo

O conteúdo deste programa levará os alunos, ao longo de 3.000 horas de ensino, a se aprofundarem, por meio de diversos estudos de caso e material didático multimídia, nas estratégias de gestão de negócios voltadas para o setor cultural. Assim, o aluno se aprofundará em marketing, tecnologia e design para promoção cultural, bem como conservação do patrimônio ou planejamento de eventos culturais. Para obter esse conhecimento, o profissional também terá acesso a uma extensa Biblioteca Virtual, acessível 24 horas por dia.





“

Uma extensa biblioteca de recursos didáticos permitirá que você amplie ainda mais o aprendizado desta especialização em Alta Gestão de Empresas do Setor Cultural”

Módulo 1. Liderança, Ética e RSE

- 1.1. Globalização e Governança
 - 1.1.1. Globalização e tendências: Internacionalização de mercados
 - 1.1.2. Contexto econômico e Governança Corporativa
 - 1.1.3. Accountability ou Prestação de Contas
- 1.2. Liderança
 - 1.2.1. Contexto intercultural
 - 1.2.2. Liderança e Gestão de Empresas
 - 1.2.3. Funções e responsabilidades de gestão
- 1.3. Ética empresarial
 - 1.3.1. Ética e integridade
 - 1.3.2. Conduta ética nas empresas
 - 1.3.3. Deontologia, códigos éticos e de conduta
 - 1.3.4. Prevenção de fraude e corrupção
- 1.4. Sustentabilidade
 - 1.4.1. Empresa e Desenvolvimento Sustentável
 - 1.4.2. Impacto social, ambiental e econômico
- 1.5. Responsabilidade Social da Empresa
 - 1.5.1. Responsabilidade Social das empresas
 - 1.5.2. Funções e responsabilidades
 - 1.5.3. Implementação da Responsabilidade Social Corporativa

Módulo 2. Gestão estratégica e Gestão gerencial

- 2.1. Análise e projeto organizacional
 - 2.1.1. Cultura organizacional
 - 2.1.2. Análise organizacional
 - 2.1.3. Projeto da estrutura organizacional
- 2.2. Estratégia corporativa
 - 2.2.1. Estratégia corporativa
 - 2.2.2. Tipos de estratégias corporativas
 - 2.2.3. Determinação da estratégia corporativa
 - 2.2.4. Estratégia corporativa e imagem da reputação

- 2.3. Planejamento e Formulação Estratégica
 - 2.3.1. Pensamento estratégico
 - 2.3.2. Formulação e Planejamento Estratégico
 - 2.3.3. Sustentabilidade e Estratégia Corporativa
- 2.4. Modelos e Padrões Estratégicos
 - 2.4.1. Riqueza, valor e retorno dos investimentos
 - 2.4.2. Estratégia Corporativa: Metodologias
 - 2.4.3. Crescimento e consolidação da estratégia corporativa
- 2.5. Gestão estratégica
 - 2.5.1. Missão, visão e valores estratégicos
 - 2.5.2. Balanced Scorecard/Indicadores Balanceados de Desempenho
 - 2.5.3. Análise, monitoramento e avaliação da estratégia corporativa
 - 2.5.4. Gestão estratégica e reporting
- 2.6. Implementação e execução estratégica
 - 2.6.1. Implantação estratégica: objetivos, ações e impactos
 - 2.6.2. Supervisão e alinhamento estratégico
 - 2.6.3. Abordagem de melhoria contínua
- 2.7. Gestão Executiva
 - 2.7.1. Integração de estratégias funcionais em estratégias gerais de negócios
 - 2.7.2. Gestão executiva e desenvolvimento de processos
 - 2.7.3. Knowledge Management
- 2.8. Análise e resolução de casos/problemas
 - 2.8.1. Metodologia de Resolução de Problemas
 - 2.8.2. Método do Caso
 - 2.8.3. Posicionamento e tomada de decisões

Módulo 3. Gestão de pessoas e talentos

- 3.1. Comportamento organizacional
 - 3.1.1. Teoria das organizações
 - 3.1.2. Fatores chave para a mudança organizacional
 - 3.1.3. Estratégias corporativas, tipos e gestão do conhecimento

- 3.2. Gestão estratégica de pessoas
 - 3.2.1. Planejamento dos postos de trabalho, recrutamento e seleção
 - 3.2.2. Plano Estratégico de Recursos Humanos: desenho e implementação
 - 3.2.3. Análise dos postos de trabalho, planejamento e seleção de pessoas
 - 3.2.4. Formação e desenvolvimento profissional
- 3.3. Desenvolvimento de gestão e liderança
 - 3.3.1. Habilidades gerenciais: Competências e habilidades do século XXI
 - 3.3.2. Habilidades não gerenciais
 - 3.3.3. Mapa de competências e habilidades
 - 3.3.4. Liderança e gestão de pessoas
- 3.4. Gestão de mudanças
 - 3.4.1. Análise de desempenho
 - 3.4.2. Planejamento estratégico
 - 3.4.3. Gestão de mudanças: principais fatores, planejamento e gestão de processos
 - 3.4.4. Abordagem de melhoria contínua
- 3.5. Negociação e gestão de conflitos
 - 3.5.1. Objetivos da negociação: elementos diferenciadores
 - 3.5.2. Técnicas efetivas de negociação
 - 3.5.3. Conflitos: tipos e fatores
 - 3.5.4. Gestão eficiente de conflitos: negociação e comunicação
- 3.6. Comunicação gerencial
 - 3.6.1. Análise de desempenho
 - 3.6.2. Liderar a mudança. Resistência à mudança
 - 3.6.3. Gestão de processos de mudança
 - 3.6.4. Gestão de equipes multiculturais
- 3.7. Gestão de equipes e desempenho de pessoas
 - 3.7.1. Ambiente multicultural e multidisciplinar
 - 3.7.2. Gestão de equipe e desempenho de pessoas
 - 3.7.3. Coaching e desempenho de pessoas
 - 3.7.4. Reuniões gerenciais: Planejamento e gestão de tempo
- 3.8. Gestão do conhecimento e do talento
 - 3.8.1. Identificação do conhecimento e do talento nas organizações
 - 3.8.2. Modelos corporativos de gestão do conhecimento e do talento
 - 3.8.3. Criatividade e inovação

Módulo 4. Gestão econômico-financeira

- 4.1. Ambiente Econômico
 - 4.1.1. Teoria das organizações
 - 4.1.2. Fatores chave para a mudança organizacional
 - 4.1.3. Estratégias corporativas, tipos e gestão do conhecimento
- 4.2. Contabilidade Gerencial
 - 4.2.1. Normas internacionais de Contabilidade
 - 4.2.2. Introdução ao ciclo contábil
 - 4.2.3. Demonstrações contábeis das empresas
 - 4.2.4. Análise das Demonstrações Contábeis: tomada de decisões
- 4.3. Orçamento e Controle de Gestão
 - 4.3.1. Planejamento Orçamentário
 - 4.3.2. Controle de gestão: planejamento e objetivos
 - 4.3.3. Supervisão e reporting
- 4.4. Responsabilidade fiscal das empresas
 - 4.4.1. Responsabilidade fiscal corporativa
 - 4.4.2. Procedimento tributário: uma abordagem do caso por país
- 4.5. Sistemas de controles das empresas
 - 4.5.1. Tipos de Controle
 - 4.5.2. Conformidade/Compliance
 - 4.5.3. Auditoria Interna
 - 4.5.4. Auditoria Externa
- 4.6. Gestão Financeira
 - 4.6.1. Introdução à Gestão Financeira
 - 4.6.2. Gestão Financeira e estratégia corporativa
 - 4.6.3. Diretor financeiro ou Diretor financeiro (CFO): competências gerenciais
- 4.7. Planejamento Financeiro
 - 4.7.1. Modelos de negócio e necessidade de financiamento
 - 4.7.2. Ferramentas de análise financeira
 - 4.7.3. Planejamento Financeiro a curto prazo
 - 4.7.4. Planejamento Financeiro a longo prazo

- 4.8. Estratégia Financeira Corporativa
 - 4.8.1. Investimentos Financeiros Corporativos
 - 4.8.2. Crescimento estratégico: tipos
- 4.9. Contexto Macroeconômico
 - 4.9.1. Análise Macroeconômica
 - 4.9.2. Indicadores econômicos
 - 4.9.3. Ciclo econômico
- 4.10. Financiamento Estratégico
 - 4.10.1. Negócios Bancários: Contexto atual
 - 4.10.2. Análise e gestão de risco
- 4.11. Mercados financeiros e de capitais
 - 4.11.1. Mercado de Renda Fixa
 - 4.11.2. Mercado de renda variável
 - 4.11.3. Avaliação de empresas
- 4.12. Análise e resolução de casos/problemas
 - 4.12.1. Metodologia de Resolução de Problemas
 - 4.12.2. Método do Caso

Módulo 5. Gestão operacional e logística

- 5.1. Gestão das operações
 - 5.1.1. Definir as estratégias operacionais
 - 5.1.2. Planejamento e controle da cadeia de suprimentos
 - 5.1.3. Sistemas de indicadores
- 5.2. Gestão de compras
 - 5.2.1. Gestão de Estoque
 - 5.2.2. Gestão de Armazém
 - 5.2.3. Gestão de Compras e Suprimentos
- 5.3. Supply chain management I
 - 5.3.1. Custos e eficiência da cadeia de operações
 - 5.3.2. Mudança nos padrões da demanda
 - 5.3.3. Mudança na estratégia das operações
- 5.4. Supply chain management II Execução
 - 5.4.1. Lean Manufacturing/Lean Thinking
 - 5.4.2. Gestão Logística
 - 5.4.3. Compras





- 5.5. Processos logísticos
 - 5.4.1. instituição e gestão por processos
 - 5.5.2. Suprimentos, produção, distribuição
 - 5.5.3. Qualidade, custos de qualidade e ferramentas
 - 5.5.4. Serviço de pós-venda
- 5.6. Logística e clientes
 - 5.5.1. Análise e previsão de demanda
 - 5.6.2. Previsão e planejamento de vendas
 - 5.6.3. Collaborative planning forecasting & replacement
- 5.7. Logística internacional
 - 5.7.1. Alfândega, processos de exportação e importação
 - 5.7.2. Formas e meios de pagamento internacional
 - 5.7.3. Plataformas logísticas internacionais
- 5.8. Operações como vantagem competitiva
 - 5.8.1. A inovação nas operações como uma vantagem competitiva na empresa
 - 5.8.2. Tecnologias e ciências emergentes
 - 5.8.3. Sistemas de informação nas operações

Módulo 6. Gestão de Sistemas de Informação

- 6.1. Gestão de Sistemas de Informação
 - 6.1.1. Sistemas de informação de negócio
 - 6.1.2. Decisões estratégicas
 - 6.1.3. Função do CIO
- 6.2. Tecnologia da informação e estratégia de negócio
 - 6.2.1. Análise de negócio e setores industriais
 - 6.2.2. Modelos de negócio baseados na Internet
 - 6.2.3. A importância da TI na empresa
- 6.3. Planejamento estratégico do SI
 - 6.3.1. O processo do planejamento estratégico
 - 6.3.2. Planejamento da estratégia SI
 - 6.3.3. Plano de implementação da estratégia
- 6.4. Sistemas de informação e inteligência Empresariais
 - 6.4.1. CRM e Business Intelligence
 - 6.4.2. Gestão de projetos de Business Intelligence
 - 6.4.3. Arquitetura de Business Intelligence

- 6.5. Novos modelos de negócio baseados nas TIC
 - 6.5.1. Modelos de negócios baseados em tecnologia
 - 6.5.2. Capacidade de inovação
 - 6.5.3. Redesenho dos processos da cadeia de valor
- 6.6. Comércio eletrônico
 - 6.6.1. Plano Estratégico de Comércio Eletrônico
 - 6.6.2. Gestão logística e atenção ao cliente no comércio eletrônico
 - 6.6.3. Commerce como uma oportunidade de internacionalização
- 6.7. Estratégias de E-Business
 - 6.7.1. Estratégias em Mídia Social
 - 6.7.2. Otimização de canais de serviço e suporte ao cliente
 - 6.7.3. Regulação digital
- 6.8. Negócios digitais:
 - 6.8.1. Mobile eCommerce
 - 6.8.2. Design e usabilidade
 - 6.8.3. Operações do Comércio Eletrônico

Módulo 7. Gestão comercial, marketing e comunicação corporativa

- 7.1. Gestão Comercial
 - 7.1.1. Gestão de vendas
 - 7.1.2. Estratégia comercial
 - 7.1.3. Técnicas de venda e negociação
 - 7.1.4. Gestão da equipes de vendas
- 7.2. Marketing
 - 7.2.1. Marketing e impacto nos negócios
 - 7.2.2. Variáveis básicas do Marketing
 - 7.2.3. Plano de marketing
- 7.3. Gestão estratégica de Marketing
 - 7.3.1. Fontes a inovação
 - 7.3.2. Tendências atuais de Marketing
 - 7.3.3. Ferramentas de Marketing
 - 7.3.4. Estratégias de Marketing e comunicação com os clientes

- 7.4. Estratégia de Marketing Digital
 - 7.4.1. Abordagem de Marketing Digital
 - 7.4.2. Ferramentas de Marketing Digital
 - 7.4.3. Inbound Marketing e evolução do Marketing Digital
- 7.5. Estratégia de vendas e de comunicação
 - 7.5.1. Posicionamento e promoção
 - 7.5.2. Relações Públicas
 - 7.5.3. Estratégia de vendas e de comunicação
- 7.6. Comunicação Corporativa
 - 7.6.1. Comunicação interna e externa
 - 7.6.2. Departamento de Comunicação
 - 7.6.3. Diretoria de Comunicação (DIRCOM) : competências e responsabilidades
- 7.7. Estratégia de Comunicação Corporativa
 - 7.7.1. Estratégia Corporativa de Comunicação
 - 7.7.2. Plano de Comunicação
 - 7.7.3. Redação de Comunicados à Imprensa/Clipping/Publicidade

Módulo 8. Marketing no mercado cultural

- 8.1. A cultura fora da indústria
 - 8.1.1. O Mercado de Arte
 - 8.1.1.1. Ambiente da indústria cultural e criativa: o lugar das organizações culturais na sociedade
 - 8.1.1.2. O impacto econômico global da indústria cultural e criativa
 - 8.1.2. O patrimônio cultural e as artes cênicas
 - 8.1.2.1. O patrimônio cultural e as artes cênicas na sociedade
 - 8.1.2.2. O patrimônio cultural e as artes cênicas nos meios de comunicação
- 8.2. Indústrias culturais
 - 8.2.1. O conceito de indústria cultural
 - 8.2.1.1. A indústria editorial
 - 8.2.1.2. A indústria musical
 - 8.2.1.3. A indústria do cinema

- 8.3. Jornalismo e arte
 - 8.3.1. Novas e antigas formas de comunicação
 - 8.3.1.1. Início e evolução da arte na mídia
 - 8.3.1.2. Novas formas de comunicação e escrita
 - 8.4. A cultura no mundo digital
 - 8.4.1. A cultura no mundo digital
 - 8.4.2. A onipresença do visual. Controvérsias da era digital
 - 8.4.3. A transmissão de informações através de vídeo games
 - 8.4.4. Arte colaborativa
 - 8.5. A estrutura da mídia
 - 8.5.1. O setor audiovisual e de imprensa
 - 8.5.1.1. O impacto na cultura dos grandes grupos de mídia
 - 8.5.1.2. Plataformas ao vivo, um desafio para a mídia convencional
 - 8.5.2. O setor do jornalismo cultural
 - 8.5.2.1. O mercado cultural em um mundo global. Em direção à homogeneização ou diversificação?
 - 8.6. Introdução ao Marketing
 - 8.6.1. As 4 P
 - 8.6.1.1. Aspectos básicos do marketing
 - 8.6.1.2. O marketing mix
 - 8.6.1.3. A necessidade (ou não) do marketing no mercado cultural
 - 8.6.2. Marketing e consumo
 - 8.6.2.1. O Consumo da cultura
 - 8.6.2.2. A qualidade como fator transversal em produtos de informação
 - 8.7. Marketing e valor: arte em prol da arte, arte dentro dos programas ideológicos e arte como um produto de mercado
 - 8.7.1. Arte pela arte
 - 8.7.1.1. A arte de massas. A homogeneidade da arte e seu valor
 - 8.7.1.2. A arte é criada para a mídia ou a mídia transmite arte?
 - 8.7.2. A arte dentro de programas ideológicos
 - 8.7.2.1. Arte, política e ativismo
 - 8.7.2.2. Simbolismo básico na arte
 - 8.7.3. A arte como um produto de mercado
 - 8.7.3.1. Arte na publicidade
 - 8.7.3.2. Gestão cultural para um desenvolvimento bem-sucedido da obra
 - 8.8. O marketing das principais indústrias culturais
 - 8.8.1. Tendências atuais das principais indústrias culturais
 - 8.8.1.1. As necessidades dos consumidores representadas nas empresas
 - 8.8.1.2. Produtos culturais de sucesso na mídia
 - 8.9. A pesquisa como ferramenta central de marketing
 - 8.9.1. Coleta de dados do mercado e do consumidor/a
 - 8.9.1.1. Diferenciação em relação à da competência
 - 8.9.1.2. Outras estratégias de pesquisa
 - 8.10. O futuro do marketing cultural
 - 8.10.1. O futuro do marketing cultural
 - 8.10.1.1. Tendências do marketing cultural
 - 8.10.1.2. Os produtos culturais com o maior potencial de mercado
- Módulo 9. Inovação e gestão de projetos**
- 9.1. Inovação
 - 9.1.1. Marco Conceitual de inovação
 - 9.1.2. Tipos de inovação
 - 9.1.3. Inovação contínua e descontínua
 - 9.1.4. Formação e Inovação
 - 9.2. Estratégia de Inovação
 - 9.2.1. Inovação e Estratégia Corporativa
 - 9.2.2. Projeto global de inovação: design e gestão
 - 9.2.3. Oficinas de inovação
 - 9.3. Projeto e validação do modelo de negócios
 - 9.3.1. Metodologia Lean Startup
 - 9.3.2. Iniciativa de negócio inovador: etapas
 - 9.3.3. Modalidades de financiamento
 - 9.3.4. Ferramentas de modelo: mapa de empatia, modelo canvas e métricas
 - 9.3.5. Crescimento e fidelização

- 9.4. Direção e Gestão de Projetos
 - 9.4.1. Oportunidades de Inovação
 - 9.4.2. Estudo de viabilidade e elaboração de propostas
 - 9.4.3. Definição e desenho dos projetos
 - 9.4.4. Execução dos Projetos
 - 9.4.5. Fechamento de Projetos

Módulo 10. Produção e direção em Gestão Cultural

- 10.1. Instrumentos para a gestão de organizações culturais I
 - 10.1.1. Gestão Cultural
 - 10.1.2. Classificação dos produtos culturais
 - 10.1.3. Objetivos da gestão cultural
- 10.2. Instrumentos para a gestão de organizações culturais II
 - 10.2.1. Organizações culturais
 - 10.2.2. Tipologia
 - 10.2.3. UNESCO
- 10.3. O ato de colecionar e patrocinar
 - 10.3.1. A arte de colecionar
 - 10.3.2. Desenvolvedor do gosto por colecionar ao longo da história
 - 10.3.3. Tipos de coleções
- 10.4. O papel das fundações
 - 10.4.1. Em que consistem?
 - 10.4.2. Associações e fundações
 - 10.4.2.1. Diferenças
 - 10.4.2.2. Semelhanças
 - 10.4.3. Exemplos de funções culturais em todo o mundo
- 10.5. Desenvolvimento cultural em organizações do terceiro setor
 - 10.5.1. O que são organizações do terceiro setor?
 - 10.5.2. Papel das organizações do terceiro setor na sociedade
 - 10.5.3. Redes
- 10.6. Instituições e órgãos públicos
 - 10.6.1. Modelo de organização da política cultural na Europa
 - 10.6.2. Principais instituições públicas na Europa
 - 10.6.3. Ação cultural de organizações internacionais europeias



- 10.7. Patrimônio cultural
 - 10.7.1. Cultura como uma marca de país
 - 10.7.2. Políticas culturais
 - 10.7.2.1. Instituições
 - 10.7.2.2. Figuras
 - 10.7.3. A cultura como patrimônio da humanidade
- 10.8. Difusão do patrimônio cultural
 - 10.8.1. O que é patrimônio cultural?
 - 10.8.2. Gestão pública
 - 10.8.3. Gestão privada
 - 10.8.4. Gestão coordenada
- 10.9. Criação e gestão de projetos
 - 10.9.1. O que é gestão de projetos?
 - 10.9.2. Produções
 - 10.9.2.1. Públicas
 - 10.9.2.2. Privadas
 - 10.9.2.3. Co-produções
 - 10.9.2.4. Outras
 - 10.9.3. Planejamento da gestão cultural
- 10.10. Arte, empresa e sociedade
 - 10.10.1. O terceiro setor como uma oportunidade social
 - 10.10.2. Compromisso social das empresas através dos diferentes tipos de arte
 - 10.10.2.1. Investimento
 - 10.10.2.2. Rentabilidade
 - 10.10.2.3. Promoção
 - 10.10.2.4. Lucro
 - 10.10.3. A arte como inclusão e transformação da sociedade
 - 10.10.4. O teatro como uma oportunidade social
 - 10.10.5. Festivais que envolvem o público

Módulo 11. Conservação do patrimônio cultural

- 11.1. Teoria da conservação e restauração do patrimônio histórico e artístico
 - 11.1.1. Como é preservado o patrimônio?
 - 11.1.2. Quem é responsável por sua manutenção?
 - 11.1.3. Passos a seguir para a manutenção
 - 11.1.4. Evolução histórica
 - 11.1.5. Critérios atuais
- 11.2. Conservador do Museu
 - 11.2.1. Descrição de um conservador de museu
 - 11.2.2. Passos para tornar-se um conservador de museu
 - 11.2.3. Deontologia
 - 11.2.4. Funções
- 11.3. Metodologia para o diagnóstico do estado de conservação dos bens culturais
 - 11.3.1. O que são os BICs?
 - 11.3.2. Bens culturais ou BIC
 - 11.3.3. Guia de conservação dos BIC
 - 11.3.4. Alteração e agentes de deterioração
- 11.4. Métodos de análise e estudo de materiais e técnicas
 - 11.4.1. Definição de método e técnica
 - 11.4.2. Análise científica
 - 11.4.3. Técnicas para estudar o patrimônio histórico e artístico
 - 11.4.4. Limpeza e consolidação dos BIC
- 11.5. Critérios de intervenção em restauração e conservação I
 - 11.5.1. Definição de critérios
 - 11.5.2. Intervenções de emergência
 - 11.5.3. Planos para proteger as coleções de Belas Artes
 - 11.5.4. Planos para proteger as etnografias

- 11.6. Critérios de intervenção em restauração e conservação II
 - 11.6.1. Planos para proteger restos arqueológicos
 - 11.6.2. Planos para proteger as coleções científicas
 - 11.6.3. Planos para proteger outros elementos do património cultural imaterial
 - 11.6.4. Importância da restauração
- 11.7. Problemas para conservar os BICs
 - 11.7.1. O que a conservação implica?
 - 11.7.2. Problemas de conservação
 - 11.7.3. Critérios para realizar a restauração do património cultural
 - 11.7.4. Reabilitação dos BICs
- 11.8. Conservação preventiva do património cultural
 - 11.8.1. Conceito
 - 11.8.1.1. O que é conservação preventiva?
 - 11.8.2. Metodologia
 - 11.8.3. Técnicas
 - 11.8.4. Quem é responsável pela conservação?
- 11.9. Estudo do contexto dos bens culturais e das coleções patrimoniais I
 - 11.9.1. Qual é a valorização dos bens culturais?
 - 11.9.2. Materiais utilizados na conservação de bens materiais e coleções patrimoniais
 - 11.9.3. Armazenamento
 - 11.9.4. Exposição
- 11.10. Estudo do contexto dos bens culturais e das coleções patrimoniais II
 - 11.10.1. Quais são as implicações e quem se ocupa da embalagem?
 - 11.10.2. Embalagem de bens culturais e coleções patrimoniais
 - 11.10.3. Transporte de bens culturais e coleções patrimoniais
 - 11.10.4. Manipulação de bens culturais e coleções patrimoniais

Módulo 12. Gestão de museus, galerias e exposições

- 12.1. Museus e galerias
 - 12.1.1. Evolução o conceito do museu
 - 12.1.2. História dos museus
 - 12.1.3. Tipologia baseada no conteúdo
 - 12.1.4. Conteúdos
- 12.2. Organização dos museus
 - 12.2.1. Quais são as funções de um museu?
 - 12.2.2. O núcleo do museu: as coleções
 - 12.2.3. O museu invisível: os armazéns
 - 12.2.4. O programa DOMUS: um sistema integrado de documentação e gestão de museus
- 12.3. Divulgação e comunicação do museu
 - 12.3.1. O planeamento das exposições
 - 12.3.2. Formas e tipos de exposições
 - 12.3.3. As áreas de divulgação e comunicação
 - 12.3.4. Museus e turismo cultural
 - 12.3.5. Imagem corporativa
- 12.4. Gestão dos museus
 - 12.4.1. Áreas de gestão e administração
 - 12.4.2. Fontes de financiamento: públicas e privadas
 - 12.4.3. As associações dos Amigos dos Museus
 - 12.4.4. A loja
- 12.5. O papel do museu na sociedade da informação
 - 12.5.1. Diferenças entre museologia e museografia
 - 12.5.2. O papel do museu na sociedade atual
 - 12.5.3. Tecnologias de Informação e Comunicação a serviço do museu
 - 12.5.4. Aplicativos para dispositivos móveis
- 12.6. O mercado de arte e os colecionadores
 - 12.6.1. Em que consiste o mercado de arte?
 - 12.6.2. O comércio de arte
 - 12.6.2.1. Circuitos
 - 12.6.2.2. Mercados
 - 12.6.2.3. Internacionalização
 - 12.6.3. As feiras de arte mais importantes do mundo
 - 12.6.3.1. Estrutura
 - 12.6.3.2. Organização
 - 12.6.4. As tendências das coleções internacionais
- 12.7. Galerias de arte
 - 12.7.1. Como planejar uma galeria de arte
 - 12.7.2. Funções e constituição de galerias de arte
 - 12.7.3. Rumo a uma nova tipologia de galerias

- 12.7.4. Como são administradas as galerias
 - 12.7.4.1. Artistas
 - 12.7.4.2. Marketing
 - 12.7.4.3. Mercados
- 12.7.5. Diferenças entre museus, salas de exposição e galerias
- 12.8. Os artistas e suas exposições
 - 12.8.1. O reconhecimento do artista
 - 12.8.2. O artista e sua obra
 - 12.8.3. Os direitos autorais e a propriedade intelectual
 - 12.8.4. Prêmios e oportunidades
 - 12.8.4.1. Concursos
 - 12.8.4.2. Subsídios
 - 12.8.4.3. Prêmios
 - 12.8.5. As revistas especializadas
 - 12.8.5.1. Crítico de arte
 - 12.8.5.2. Jornalista Cultural
- 12.9. Os motivos da cultura
 - 12.9.1. O que a cultura representa
 - 12.9.2. O que a cultura oferece
 - 12.9.3. O que a cultura precisa
 - 12.9.4. Fomentar a cultura
- 12.10. Bases para a museografia didática em museus de arte
 - 12.10.1. Exposições e museus de arte: o fato diferencial
 - 12.10.2. Algumas evidências e opiniões sobre tudo isso: de Boadella a Gombrich
 - 12.10.3. A arte como um conjunto de convenções
 - 12.10.4. Arte embutida em tradições culturais muito específicas
 - 12.10.5. Arte em museus e espaços de apresentação do patrimônio
 - 12.10.6. Arte e didática
 - 12.10.7. A interatividade como recurso didático em museus de arte

Módulo 13. Documentação cultural: catalogação e pesquisa

- 13.1. Documentação de um museu
 - 13.1.1. O que é a documentação de um museu?
 - 13.1.2. Qual é a documentação de um museu?
 - 13.1.3. Museus como centros de coleta de documentação
 - 13.1.4. Documentação relacionada a objetos do museu
- 13.2. Gestão da informação e sua implementação prática
 - 13.2.1. Descrição da gestão da informação
 - 13.2.2. Aparecimento e desenvolvimento da gestão de informação
 - 13.2.2.1. Séc. XX
 - 13.2.2.2. Atualidade
 - 13.2.3. Ferramentas para aplicar a gestão da informação
 - 13.2.4. Quem se encarrega da gestão da informação?
- 13.3. Sistema Documental I
 - 13.3.1. Conteúdo documental de arquivo
 - 13.3.1.1. Arquivamento na gestão de documentos
 - 13.3.1.2. Importância dos arquivos documentais
 - 13.3.2. Funções do pessoal encarregado dos arquivos documentais
 - 13.3.3. Instrumentos documentais
 - 13.3.3.1. Registro
 - 13.3.3.2. Inventário
 - 13.3.3.3. Catálogo
- 13.4. Sistema Documental II
 - 13.4.1. Documentação
 - 13.4.1.1. Gráfica
 - 13.4.1.2. Técnicas
 - 13.4.1.3. De restauração
 - 13.4.2. Movimentos e acervos documentais
 - 13.4.3. Documentação administrativa e arquivamento
- 13.5. Normalização documental
 - 13.5.1. Ferramentas de controle terminológico
 - 13.5.1.1. Listas hierárquicas
 - 13.5.1.2. Dicionários
 - 13.5.1.3. Tesouros
 - 13.5.2. Normas de qualidade
 - 13.5.3. Aplicações das TICs

- 13.6. Pesquisa nos museus
 - 13.6.1. Marco teórico
 - 13.6.2. Documentação versus pesquisa
 - 13.6.3. Processos da gestão da informação
- 13.7. Plataformas para a divulgação de coleções e projetos
 - 13.7.1. Transmissão de conhecimento
 - 13.7.2. Redes sociais
 - 13.7.3. Os meios de comunicação
- 13.8. Educação no contexto do patrimônio e dos museus
 - 13.8.1. Didática dos museus
 - 13.8.2. Papel dos museus e galerias na educação
 - 13.8.3. Marco teórico dos aprendizados
 - 13.8.3.1. Formal
 - 13.8.3.2. Não formal
 - 13.8.3.3. Informal
- 13.9. Mediação e experiências participativas
 - 13.9.1. Educação para a igualdade e integridade
 - 13.9.2. Propostas para aumentar a conscientização e o respeito pelo meio ambiente
 - 13.9.3. Sociomuseologia
- 13.10. Departamentos de educação e ação cultural
 - 13.10.1. História
 - 13.10.2. Estrutura
 - 13.10.3. Funções

Módulo 14. Gestão cultural da música e da dança

- 14.1. Conceitos e fontes
 - 14.1.1. Relações na Gestão Cultural
 - 14.1.1.1. Economia
 - 14.1.1.2. Sociologia
 - 14.1.1.3. Arte
 - 14.1.2. A escassez de Databases e pesquisas confiáveis
 - 14.1.3. Fontes
 - 14.1.3.1. Sites
 - 14.1.3.2. Crítica
 - 14.1.3.3. Imprensa (todos os tipos)
- 14.2. Música e dança
 - 14.2.1. Artes
 - 14.2.1.1. No tempo
 - 14.2.1.2. No espaço
 - 14.2.3. Recursos humanos para desenvolver a música e a dança
 - 14.2.4. O disco e o vídeo
 - 14.2.5. Visão geral dos gêneros em todo o mundo
- 14.3. Fontes de financiamento
 - 14.3.1. Esboços históricos
 - 14.3.2. Subsídios para as artes da época clássica dos cânones nos últimos 70 anos
 - 14.3.3. Reflexões sobre os modelos
 - 14.3.4. Música e dança canônica não clássica
- 14.4. Tipos de organizações e recursos humanos
 - 14.4.1. Questões de princípio
 - 14.4.1.1. Entidades produtoras
 - 14.4.1.2. Entidades programadoras
 - 14.4.1.3. Entidades mistas
 - 14.4.2. Orquestras sinfônicas
 - 14.4.2.1. Figura do gestor
 - 14.4.2.2. Figura do diretor musical
 - 14.4.3. Orquestras de câmara
 - 14.4.4. Companhias de ópera
 - 14.4.5. Companhias de ballet
 - 14.4.6. Auditórios
 - 14.4.7. Festivais
 - 14.4.8. Bandas musicais mais importantes do mundo

- 14.5. As infraestruturas
 - 14.5.1. Tipologia
 - 14.5.1.1. Teatros
 - 14.5.1.2. Museus
 - 14.5.1.3. Estádios
 - 14.5.1.4. Coliseus
 - 14.5.1.5. Outros
 - 14.5.2. Tamanhos e capacidades
 - 14.5.3. Localização e transporte
- 14.6. O público
 - 14.6.1. Que tipo de público é encontrado na música e na dança?
 - 14.6.2. Relação entre oferta e pública
 - 14.6.3. A variável do tipo de consumo
 - 14.6.4. A variável de idade
 - 14.6.5. A variável educacional-cultural
 - 14.6.6. A variável socioeconômica
- 14.7. Preços e seus principais problemas
 - 14.7.1. Organização da oferta
 - 14.7.1.1. Ciclos
 - 14.7.1.2. Temporadas
 - 14.7.1.3. Pagamentos
 - 14.7.1.4. Programas
 - 14.7.1.5. Funções
 - 14.7.2. Dominar a esfera pública e privada em relação aos preços
 - 14.7.3. De Madona ao canto gregoriano
- 14.8. A escolha dos repertório: nichos saturados e nichos abandonados
 - 14.8.1. Problemáticas
 - 14.8.2. Antes o artista que sua arte
 - 14.8.3. Existe um excesso de formatos e repertórios?
 - 14.8.4. Os críticos têm uma influência negativa?
 - 14.8.5. O perfil dos programadores
 - 14.8.6. O gosto pessoal e a cultura musical dos programadores
 - 14.8.7. Existem soluções?
- 14.9. Elementos necessários
 - 14.9.1. Gestão musical e da dança
 - 14.9.2. Os políticos
 - 14.9.3. Agências e agentes de concertos
 - 14.9.4. A crítica musical
 - 14.9.5. Rádio e televisão
 - 14.9.6. Discográficas e videográficas
- 14.10. A gestão do patrimônio musical e dos direitos dos autores
 - 14.10.1. Materiais escritos e direitos autorais
 - 14.10.1.1. Musicais
 - 14.10.1.2. Coreográficos
 - 14.10.1.3. Direitos autorais
 - 14.10.2. Repertórios históricos
 - 14.10.2.1. Problemas das edições
 - 14.10.2.2. Facilidades das autoedições
 - 14.10.3. Repertórios clássicos
 - 14.10.3.1. Problemas com custos
 - 14.10.3.2. Problemas com as baixas arrecadações
 - 14.10.4. Repertórios de estreia em canções populares urbanas e de jazz
 - 14.10.5. Arquivos musicais de repertório inédito, seja manuscrito ou escrito
 - 14.10.6. As fonotecas
 - 14.10.7. O caso peculiar das danças

Módulo 15. Gestão do turismo cultural

- 15.1. Introdução ao patrimônio cultural
 - 15.1.1. Turismo cultural
 - 15.1.2. Patrimônio cultural
 - 15.1.3. Recursos turísticos culturais
- 15.2. A sustentabilidade como referência em turismo e patrimônio cultural
 - 15.2.1. Conceito de sustentabilidade urbana
 - 15.2.2. Sustentabilidade turística
 - 15.2.3. Sustentabilidade cultural

- 15.3. Capacidade de acolhimento e sua aplicação em destinos turísticos
 - 15.3.1. Conceitualização
 - 15.3.2. Dimensões da capacidade de acolhimento turístico
 - 15.3.3. Estudo de caso
 - 15.3.4. Abordagens e propostas para o estudo da capacidade de acolhimento turístico
- 15.4. Utilização turística do espaço
 - 15.4.1. Fluxos de visitantes e lugares turísticos patrimoniais
 - 15.4.2. Diretrizes gerais para a mobilidade turística e uso do espaço
 - 15.4.3. Turismo e locais patrimoniais: efeitos e problemas decorrentes dos fluxos turísticos
- 15.5. Os desafios de gestão do espaço
 - 15.5.1. Estratégias para a diversificação do uso turístico do espaço
 - 15.5.2. Medidas de gestão da demanda turística
 - 15.5.3. Valorização do patrimônio e controle de acessibilidade
 - 15.5.4. Gestão de visitantes em áreas patrimoniais com modelos de visita complexos. Estudos de caso
- 15.6. Produtos turísticos culturais
 - 15.6.1. O turismo urbano e cultural
 - 15.6.2. Cultura e turismo
 - 15.6.3. Transformação no mercado das viagens culturais
- 15.7. Políticas de conservação do patrimônio
 - 15.7.1. Conservação x Exploração do patrimônio
 - 15.7.2. Normas internacionais
 - 15.7.3. Políticas de conservação
- 15.8. Gestão de recursos culturais na área turística
 - 15.8.1. Promoção e gestão do turismo urbano
 - 15.8.2. Gestão turística do patrimônio
 - 15.8.3. Gestão pública e privada
- 15.9. Empregabilidade no turismo cultural
 - 15.9.1. As características da empregabilidade no turismo cultural
 - 15.9.2. Estudo e perfis no turismo cultural
 - 15.9.3. O guia turístico e a interpretação do patrimônio
- 15.10. Estudos de casos bem-sucedidos na gestão do patrimônio cultural no setor do turismo
 - 15.10.1. Estratégias para o desenvolvimento cultural e turístico do patrimônio local
 - 15.10.2. A gestão associativa de um projeto público
 - 15.10.3. Análise dos visitantes como ferramenta para a Gestão Cultural
 - 15.10.4. Políticas locais para impulsionar o turismo e as principais atrações culturais
 - 15.10.5. Planejamento e gestão do turismo local em uma Cidade Patrimônio da Humanidade



Módulo 16. Tecnologia e projeto para promoção cultural

- 16.1. A importância da imagem atualmente
 - 16.1.1. MTV
 - 16.1.1.1. Surgimento da MTV
 - 16.1.1.2. Videoclipe
 - 16.1.2. De MTV a YouTube
 - 16.1.3. Marketing antigo x Era digital
- 16.2. Criação de Conteúdo
 - 16.2.1. Núcleo de convicção dramática
 - 16.2.1.1. Objetivo da encenação
 - 16.2.1.2. Estratégia estético-estilística
 - 16.2.1.3. A transição do teatro para o resto das artes
 - 16.2.2. Target do consumidor a nível mundial
 - 16.2.3. Criação de Conteúdo
 - 16.2.3.1. Flyer
 - 16.2.3.2. Teaser
 - 16.2.3.3. Redes sociais
 - 16.2.4. Suportes de difusão
- 16.3. Designer gráfico e community manager
 - 16.3.1. Fases das reuniões
 - 16.3.2. Por que é necessário contar com um designer gráfico?
 - 16.3.3. Papéis do Community Manager
- 16.4. Inclusão de criadores nos meios convencionais de exposição
 - 16.4.1. Inclusão das TICs
 - 16.4.1.1. Esfera pessoal
 - 16.4.1.2. Esfera profissional
 - 16.4.2. Adição de DJ e VJ
 - 16.4.2.1. Uso de DJ e VJ em espetáculos
 - 16.4.2.2. Uso de DJ e VJ em teatro
 - 16.4.2.3. Uso de DJ e VJ em dança
 - 16.4.2.4. Uso de DJ e VJ em eventos
 - 16.4.2.5. Uso de DJ e VJ em eventos esportivos
 - 16.4.3. Ilustradores em tempo real
 - 16.4.3.1. Areia
 - 16.4.3.2. Planejamento
 - 16.4.3.3. Transparente
 - 16.4.3.4. Narração visual
- 16.5. TICs para o palco e a criação I
 - 16.5.1. Videoprojeção, videowall, videosplitting
 - 16.5.1.1. Diferenças
 - 16.5.1.2. Evolução
 - 16.5.1.3. Da incandescência aos fósforos a laser
 - 16.5.2. O uso de software em espetáculos
 - 16.5.2.1. O que se utiliza?
 - 16.5.2.2. Por que eles são utilizados?
 - 16.5.2.3. Como ajudam a criatividade e a exposição?
 - 16.5.3. Pessoal técnico e artístico
 - 16.5.3.1. Papéis
 - 16.5.3.2. Gestão
- 16.6. TICs para o palco e a criação II
 - 16.6.1. Tecnologias interativas
 - 16.6.1.1. Por que eles são utilizados?
 - 16.6.1.2. Vantagens
 - 16.6.1.3. Desvantagens
 - 16.6.2. AR
 - 16.6.3. VR
 - 16.6.4. 360°
- 16.7. TICs para o palco e a criação III
 - 16.7.1. Formas de compartilhar informações
 - 16.7.1.1. Drop Box
 - 16.7.1.2. Drive
 - 16.7.1.3. iCloud
 - 16.7.1.4. WeTransfer

- 16.7.2. Redes sociais e divulgação
- 16.7.3. Uso das TICs em apresentações ao vivo
- 16.8. Suportes de amostras
 - 16.8.1. Suportes convencionais
 - 16.8.1.1. O que são?
 - 16.8.1.2. Quais são os conhecidos?
 - 16.8.1.3. Pequeno formato
 - 16.8.1.4. Grande formato
 - 16.8.2. Suportes convencionais
 - 16.8.2.1. O que são?
 - 16.8.2.2. Quais são?
 - 16.8.2.3. Onde e como eles podem ser usados?
 - 16.8.3. Exemplos
- 16.9. Eventos corporativos
 - 16.9.1. Eventos corporativos
 - 16.9.1.1. O que são?
 - 16.9.1.2. O que estamos buscando?
 - 16.9.2. A revisão concreta 5W+1H aplicada ao setor empresarial
 - 16.9.3. Suportes mais comumente utilizados
- 16.10. Produção audiovisual
 - 16.10.1. Recursos audiovisuais
 - 16.10.1.1. Recursos nos museus
 - 16.10.1.2. Recursos em cena
 - 16.10.1.3. Recursos nos eventos
 - 16.10.2. Tipos de planos
 - 16.10.3. Aparecimento dos projetos
 - 16.10.4. Fases do processo

Módulo 17. Projeto de eventos culturais

- 17.1. Gestão de Projetos
 - 17.1.1. Coleta de informações, início do projeto: O que é preciso fazer?
 - 17.1.2. Estudar possíveis localizações
 - 17.1.3. Vantagens e desvantagens das opções elencadas
- 17.2. Técnicas de pesquisa Design Thinking
 - 17.2.1. Mapas de participantes
 - 17.2.2. Focus Group
 - 17.2.3. Bench Marking
- 17.3. Design Thinking Experiencial
 - 17.3.1. Imersão cognitiva
 - 17.3.2. Observação encoberta
 - 17.3.3. World Café
- 17.4. Definição do público-alvo
 - 17.4.1. A quem se destina o evento?
 - 17.4.2. Por que estamos realizando o evento?
 - 17.4.3. Qual é o objetivo do evento?
- 17.5. Tendências
 - 17.5.1. Novas tendências na preparação
 - 17.5.2. Contribuições digitais
 - 17.5.3. Eventos imersivos e experimentais
- 17.6. Design de personalização e espaço
 - 17.6.1. Adequação do espaço à marca
 - 17.6.2. Branding
 - 17.6.3. Manual da marca
- 17.7. Marketing experiencial
 - 17.7.1. Viver a experiência
 - 17.7.2. Evento imersivo
 - 17.7.3. Fomentar a lembrança
- 17.8. Assinatura
 - 17.8.1. Técnicas de sinalização
 - 17.8.2. A visão do assistente
 - 17.8.3. Coerência do relato. Evento com sinalização
- 17.9. Os locais do evento
 - 17.9.1. Estudos de possíveis locais. Os 5 porquês
 - 17.9.2. Escolha do local de acordo com o evento
 - 17.9.3. Critérios de Escolha

- 17.10. Proposta de encenação Tipos de cenários
 - 17.10.1. Novas Proposta na preparação
 - 17.10.2. Priorizar a proximidade com o palestrante
 - 17.10.3. Cenários relacionados com a interação

Módulo 18. Planejamento de eventos culturais

- 18.1. Timing e organização do programa
 - 18.1.1. Tempo disponível para a organização do evento
 - 18.1.2. Dias de duração do evento
 - 18.1.3. Atividades do evento
- 18.2. Organização dos espaços
 - 18.2.1. Número de participantes previstos
 - 18.2.2. Número de salas simultâneas
 - 18.2.3. Formatos de sala
- 18.3. Palestrantes e convidados
 - 18.3.1. Escolha de palestrante
 - 18.3.2. Contato e confirmação dos oradores
 - 18.3.3. Gestão do atendimento dos oradores
- 18.4. Protocolos
 - 18.4.1. Amplitude de personalidades convidadas
 - 18.4.2. Disposição da Presidência
 - 18.4.3. Organização do parlamento
- 18.5. Segurança
 - 18.5.1. Controle de acesso, ponto de vista da Segurança
 - 18.5.2. Coordenação com as FCSE
 - 18.5.3. Controle interno dos espaços
- 18.6. Emergências
 - 18.6.1. Plano de evacuação
 - 18.6.2. Avaliação das necessidades de emergência
 - 18.6.3. Criação de um ponto de assistência médica
- 18.7. Capacidades
 - 18.7.1. Avaliação das Capacidades
 - 18.7.2. Distribuição dos participantes no local do evento
 - 18.7.3. Capacidades máximas e decisões a tomar

- 18.8. Acessos
 - 18.8.1. Estudo do número de acessos
 - 18.8.2. Capacidade de cada um dos acessos
 - 18.8.3. Cálculo Timing para entrada e saída em cada acesso
- 18.9. Transporte
 - 18.9.1. Avaliação das possibilidades de transporte
 - 18.9.2. Acessibilidade do transporte
 - 18.9.3. Transporte próprio ou público. Prós e contras
- 18.10. Localização
 - 18.10.1. Quantos locais o evento possui?
 - 18.10.2. Onde estão localizados?
 - 18.10.3. Facilidade de acesso aos locais



Um programa que lhe aproxima das últimas tendências na realização de eventos culturais”

06

Metodologia

Este curso oferece uma maneira diferente de aprender. Nossa metodologia é desenvolvida através de um modo de aprendizagem cíclico: **o Relearning**. Este sistema de ensino é utilizado, por exemplo, nas faculdades de medicina mais prestigiadas do mundo e foi considerado um dos mais eficazes pelas principais publicações científicas, como o *New England Journal of Medicine*.



“

Descubra o Relearning, um sistema que abandona a aprendizagem linear convencional para realizá-la através de sistemas de ensino cíclicos: uma forma de aprendizagem que se mostrou extremamente eficaz, especialmente em disciplinas que requerem memorização”

Estudo de caso para contextualizar todo o conteúdo

Nosso programa oferece um método revolucionário para desenvolver as habilidades e o conhecimento. Nosso objetivo é fortalecer as competências em um contexto de mudança, competitivo e altamente exigente.

“

Com a TECH você irá experimentar uma maneira de aprender que está revolucionando as bases das universidades tradicionais em todo o mundo”



Você terá acesso a um sistema de aprendizagem baseado na repetição, por meio de um ensino natural e progressivo ao longo de todo o programa.



Um método de aprendizagem inovador e diferente

Este curso da TECH é um programa de ensino intensivo, criado do zero, que propõe os desafios e decisões mais exigentes nesta área, em âmbito nacional ou internacional. Através desta metodologia, o crescimento pessoal e profissional é impulsionado em direção ao sucesso. O método do caso, técnica que constitui a base deste conteúdo, garante que a realidade econômica, social e profissional mais atual seja adotada.

“*Nosso programa prepara você para enfrentar novos desafios em ambientes incertos e alcançar o sucesso na sua carreira*”

Através de atividades de colaboração e casos reais, o aluno aprenderá a resolver situações complexas em ambientes reais de negócios.

O método do caso é o sistema de aprendizagem mais utilizado nas principais escolas de Ciências Humanas do mundo, desde que elas existem. Desenvolvido em 1912 para que os alunos de Direito pudessem aprender a lei não apenas com base no conteúdo teórico, o método do caso consistia em apresentar situações reais e complexas para que os alunos tomassem decisões e justificassem como resolvê-las. Em 1924 foi estabelecido como o método de ensino padrão em Harvard.

Em uma determinada situação, o que um profissional deveria fazer? Esta é a pergunta que abordamos no método do caso, um método de aprendizagem orientado para a ação. Ao longo do programa, os alunos irão se deparar com diversos casos reais. Terão que integrar todo o conhecimento, pesquisar, argumentar e defender suas ideias e decisões.

Metodologia Relearning

A TECH utiliza de maneira eficaz a metodologia do estudo de caso com um sistema de aprendizagem 100% online, baseado na repetição, combinando 8 elementos didáticos diferentes em cada aula.

Potencializamos o Estudo de Caso com o melhor método de ensino 100% online: o Relearning.

Em 2019 alcançamos os melhores resultados de aprendizagem entre todas as universidades online do mundo.

Na TECH você aprenderá através de uma metodologia de vanguarda, desenvolvida para capacitar os profissionais do futuro. Este método, na vanguarda da pedagogia mundial, se chama Relearning. Nossa universidade é uma das únicas que possui a licença para usar este método de sucesso. Em 2019 conseguimos melhorar os níveis de satisfação geral de nossos alunos (qualidade de ensino, qualidade dos materiais, estrutura dos cursos, objetivos, entre outros) com relação aos indicadores da melhor universidade online.



No nosso programa, a aprendizagem não é um processo linear, ela acontece em espiral (aprender, desaprender, esquecer e reaprender). Portanto, combinamos cada um desses elementos de forma concêntrica. Esta metodologia já capacitou mais de 650 mil universitários com um sucesso sem precedentes em campos tão diversos como a bioquímica, a genética, a cirurgia, o direito internacional, habilidades administrativas, ciência do esporte, filosofia, direito, engenharia, jornalismo, história, mercados e instrumentos financeiros. Tudo isso em um ambiente altamente exigente, com um corpo discente com um perfil socioeconômico médio-alto e uma média de idade de 43,5 anos.

O Relearning permitirá uma aprendizagem com menos esforço e mais desempenho, fazendo com que você se envolva mais em sua especialização, desenvolvendo o espírito crítico e sua capacidade de defender argumentos e contrastar opiniões: uma equação de sucesso.

A partir das últimas evidências científicas no campo da neurociência, sabemos como organizar informações, ideias, imagens, memórias, mas sabemos também que o lugar e o contexto onde aprendemos algo é fundamental para nossa capacidade de lembrá-lo e armazená-lo no hipocampo, para mantê-lo em nossa memória a longo prazo.

Desta forma, no que se denomina Neurocognitive context-dependent e-learning, os diferentes elementos do nosso programa estão ligados ao contexto onde o aluno desenvolve sua prática profissional.



Neste programa, oferecemos o melhor material educacional, preparado especialmente para os profissionais:



Material de estudo

Todo o conteúdo foi criado especialmente para o curso pelos especialistas que irão ministrá-lo, o que faz com que o desenvolvimento didático seja realmente específico e concreto.

Posteriormente, esse conteúdo é adaptado ao formato audiovisual, para criar o método de trabalho online da TECH. Tudo isso, com as técnicas mais inovadoras que proporcionam alta qualidade em todo o material que é colocado à disposição do aluno.



Masterclasses

Há evidências científicas sobre a utilidade da observação de terceiros especialistas. O "Learning from an expert" fortalece o conhecimento e a memória, além de gerar segurança para a tomada de decisões difíceis no futuro.



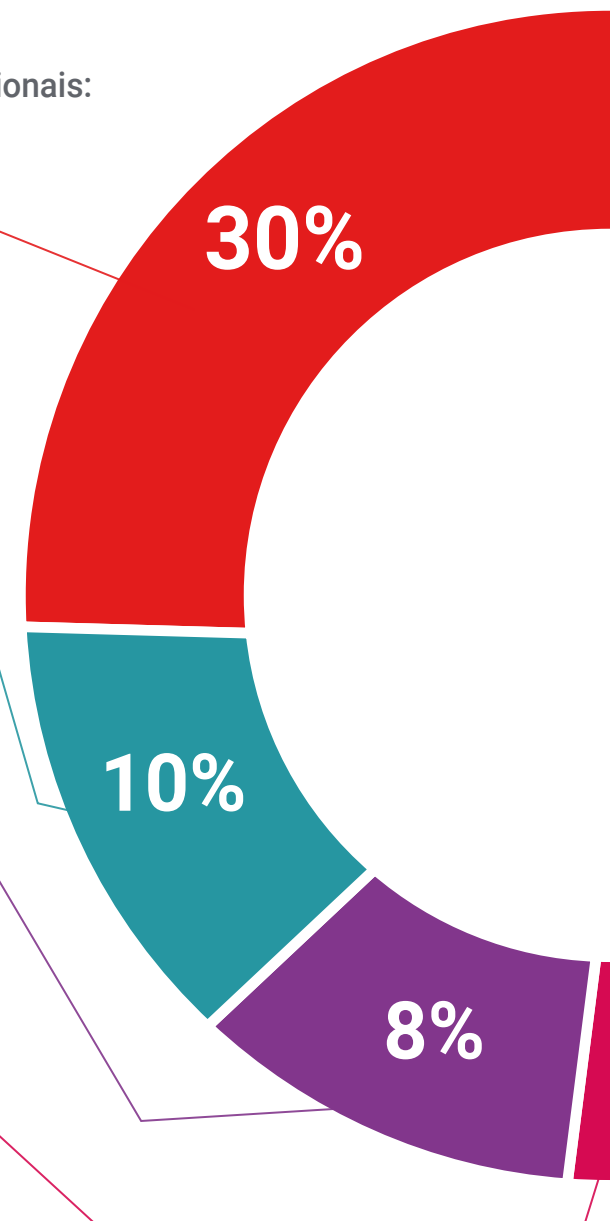
Práticas de habilidades e competências

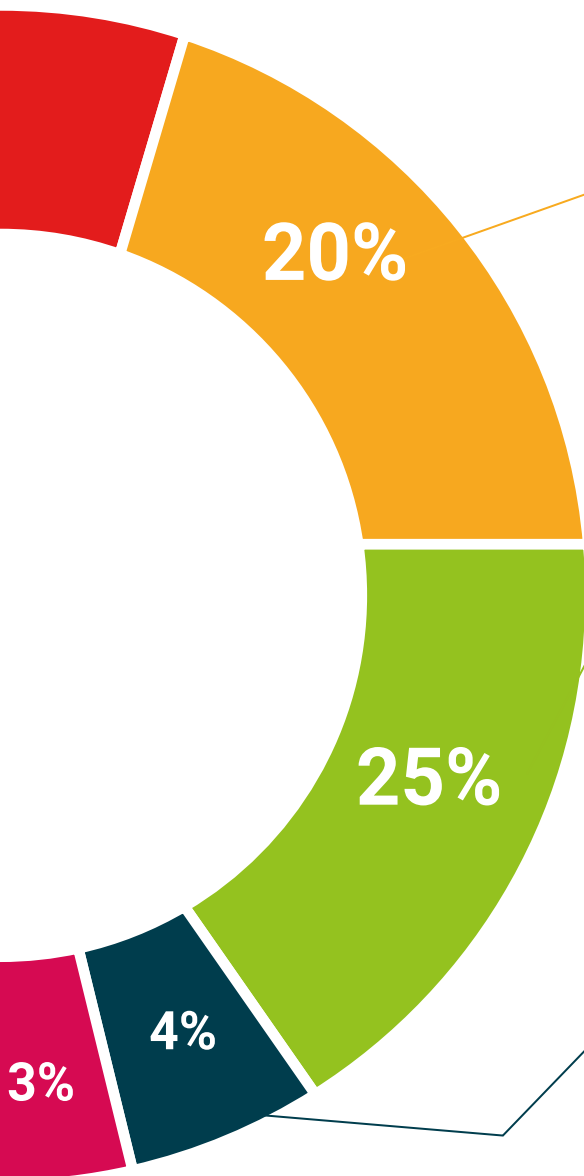
Serão realizadas atividades para desenvolver as habilidades e competências específicas em cada área temática. Práticas e dinâmicas para adquirir e ampliar as competências e habilidades que um especialista precisa desenvolver no contexto globalizado em que vivemos.



Leituras complementares

Artigos recentes, documentos de consenso e diretrizes internacionais, entre outros. Na biblioteca virtual da TECH o aluno terá acesso a tudo o que for necessário para complementar a sua capacitação.





Estudos de caso

Os alunos irão completar uma seleção dos melhores estudos de caso escolhidos especialmente para esta capacitação. Casos apresentados, analisados e orientados pelos melhores especialistas do cenário internacional.



Resumos interativos

A equipe da TECH apresenta o conteúdo de forma atraente e dinâmica através de pílulas multimídia que incluem áudios, vídeos, imagens, gráficos e mapas conceituais para consolidar o conhecimento.

Este sistema exclusivo de capacitação por meio da apresentação de conteúdo multimídia foi premiado pela Microsoft como "Caso de sucesso na Europa".



Testing & Retesting

Avaliamos e reavaliamos periodicamente o conhecimento do aluno ao longo do programa, através de atividades e exercícios de avaliação e autoavaliação, para que possa comprovar que está alcançando seus objetivos.



07

Certificado

O Advanced Master em Alta Gestão de Empresas do Setor Cultural garante, além da capacitação mais rigorosa e atualizada, o acesso a um título de Advanced Master emitido pela TECH Universidade Tecnológica.



“

*Conclua este programa de estudos
com sucesso e receba o seu certificado
sem sair de casa e sem burocracias”*

Este **Advanced Master em Alta Gestão de Empresas do Setor Cultural** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do mercado.

Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio o certificado* correspondente ao título de **Advanced Master** emitido pela **TECH Universidade Tecnológica**.

O certificado emitido pela **TECH Universidade Tecnológica** expressará a qualificação obtida no Advanced Master, atendendo aos requisitos normalmente exigidos pelas bolsas de empregos, concursos públicos e avaliação de carreira profissional.

Título: **Advanced Master em Alta Gestão de Empresas do Setor Cultural**

Nº. de Horas Oficiais: **3.000h**



*Apostila de Haia: Caso o aluno solicite que seu certificado seja apostilado, a TECH EDUCATION providenciará a obtenção do mesmo a um custo adicional.

futuro
saúde confiança pessoas
informação orientadores
educação certificação ensino
garantia aprendizagem
instituições tecnologia
comunidade comunidade
atenção personalizada
conhecimento inovação
presente qualificação
desenvolvimento sistema

tech universidade
tecnológica

Advanced Master
Alta Gestão de Empresas
do Setor Cultural

- » Modalidade: online
- » Duração: 2 anos
- » Certificado: TECH Universidade Tecnológica
- » Dedicção: 16h/semana
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Provas: online

Advanced Master

Alta Gestão de Empresas do Setor Cultural

