

Programa | Course Description

Unidade Curricular | *Course Unit*

Gestão Cultural | Cultural Management

Código da UC | *UC Code*

LAC2.51080

Créditos ECTS | *ECTS Credits*

6 ECTS

Horas de Trabalho | *Work Hours*

168H (6 ECTS)

Ciclo de Estudos | *Level*

Licenciatura | BA

Ano lectivo e semestre | *Academic year and Semester*

2024/2025, S1

Nome do(s) docente(s) | *Faculty*

Nelson Pinheiro Gomes

Turma | *Class*

TP 2

Língua de ensino | *Language of instruction*

Português

Programa de Turma | *Class Description*

O objetivo consiste em viabilizar instrumentos para contextualizar os elementos culturais e socioeconómicos relevantes, necessários às práticas de gestão cultural. O primeiro módulo sublinha os conceitos e as práticas associados à gestão e produção no sector cultural. No segundo módulo são abordados métodos/técnicas de análise cultural em exercícios estratégicos, no contexto de uma gestão estratégica da cultura.

I) Gestão Cultural

» Gestão, programação e produção culturais: conceitos, agentes e desafios.

» O sector da cultura e práticas de gestão, produção e marketing.

» Desenho de Projeto: Identificação do problema, das necessidades e desenho do briefing; Análise contextual; Públicos, Conceptualização e estratégias; Marketing e comunicação; Financiamento, receitas/mecenato/modelos/programas de financiamento público/privado; Ativação e produção.

II) Gestão Estratégica da Cultura.

» Análise cultural para a estratégia.

» Gestão de tendências culturais.

» Métodos e técnicas: Recolha, análise e sistematização da informação.

» Estudos e consultoria: Projeto Estratégico.

The aim is to contextualize relevant cultural and socio-economic elements, necessary for cultural management practices. The first module highlights concepts and practices associated with management and production in the cultural sector. In the second module, we address methods/techniques of cultural analysis in strategic exercises, in the context of a strategic management of culture.

I) Cultural Management

» Cultural management, programming, and production: concepts, agents and challenges.

» Cultural sector and management, production, and marketing practices.

» Project Design: Identification of the problem, needs and design of the briefing; Contextual analysis; Audiences, Conceptualization and Strategies; Marketing and communication; Financing, patronage, and public and private funding models/programs; Activation and production.

II) Strategic Management of Culture.

» Cultural analysis for strategy.

» Management of cultural trends.

» Methods and techniques: Collection, analysis, and information systematization.

» Studies and consultancy: Strategic Project.

Avaliação | *Grading and Assessment*

» Um Projeto que terá a forma de um plano empreendedor para a criação de uma entidade/objeto no sector cultural/criativo. Este projeto terá em consideração a análise contextual; os públicos; o conceito; as estratégias e indicadores de sucesso; o marketing e a comunicação; a oferta; entre outros elementos específicos a cada tipo de trabalho. (50%)

» Prova presencial individual respeitante a todos os pontos do programa. (30%)

» Desenho de um plano de desenvolvimento profissional. (20%)

* Ao nível destes trabalhos, os estudantes terão de trabalhar em grupo e individualmente, tal como na sua vida profissional futura. Terão lugar sessões de tutoria e de trabalho com orientação docente, pelo que a presença é obrigatória e o trabalho desenvolvido nas mesmas é também alvo de avaliação.

» A Project that will take the form of an entrepreneurial plan for the creation of an entity/object in the

cultural/creative sector. This project will consider a contextual analysis; the public; the concept; strategies and success indicators; marketing and communication; the offer; among other elements specific to each type of work. (50%)

» Individual knowledge test regarding all points of the program. (30%)

» Design of a professional development plan. (20%)

* In terms of these works, students will have to work in groups and individually, just as in their future professional lives. Tutoring and work sessions will take place with supervision, so attendance is mandatory and the work carried out in them is also subject to evaluation.

Bibliografia | Bibliography

Byrnes, W. (2009). Management and the Arts. Oxford: Focal Press. Chong, D. (2002) Arts Management. London, NY: Routledge

Gomes, N. P., S. M. Cohen, W. A. Cantú, Clarissa A. Lopes (2021). “Roteiros e modelos para a identificação de tendências socioculturais e a sua aplicação estratégica em produtos e serviços” in Moda Palavra, v.14, nº32, 228-272.

Holt, D. and D. Cameron (2010). Cultural Strategy: Using Innovative Ideologies to Build Breakthrough Brands. Oxford: Oxford Press.

Lisboa Filho, F. et al. (2017). Gestão e Produção Cultural. Curitiba: Appris.

Requisitos (se aplicável) | Prerequisites (if applicable)

-

-