**CRONOGRAMA DE ATIVIDADES\***

|  |  |
| --- | --- |
| **DATA** | **TEMA / ATIVIDADE / LEITURA** |
| **07/maio****(1ª bimestre)** | Apresentação do programa e cronograma da disciplina, dos procedimentos metodológicos, das avaliações e do projeto integrador.- Dinâmica de venda.- Leitura e discussão do texto “Marketing cultural e atitude de marca”. |
| **12/maio** | - Apresentação e discussão do texto **(DISPONÍVEL NO DOCENTES)**: SHIMOYAMA, Claudio&ZELA, Douglas Ricardo. **Administração de Marketing**. Disponível em: [www.fae.edu/publicacoes/pdf/mkt/1.pdf](http://www.fae.edu/publicacoes/pdf/mkt/1.pdf). Acesso em: 10/04/2012.  |
| **14/maio** | Apresentação e discussão do texto: **(LIVRO DISPONÍVEL NA BIBLIOTECA)**Marketing cultural – definições e conceitos associados. P. 4-17. In: REIS, Ana Carla Fonseca. **Marketing cultural e financiamento da cultura: teoria e prática em um estudo internacional comparado.** São Paulo: Escrituras, 2009. |
| **19/maio** | TEIA DA DIVERSIDADE 2014  |
| **21/maio** | TEIA DA DIVERSIDADE 2014 |
| **24/maio** | Sábado letivo - Exercício Marketing Cultural (0,5 - extra). |
| **26/maio** | Continuação do texto: **(LIVRO DISPONÍVEL NA BIBLIOTECA)**Marketing cultural – definições e conceitos associados. P. 4-17. In: REIS, Ana Carla Fonseca. **Marketing cultural e financiamento da cultura: teoria e prática em um estudo internacional comparado.** São Paulo: Escrituras, 2009. |
| **28/maio** | Discussão dos textos: “Marketing social” e “Produção cultural e captação de recursos”: **(TEXTOS DISPONÍVEIS NA XEROX).** |
| **02/junho****(4 aulas)** | Apresentação e discussão do texto: **(LIVRO DISPONÍVEL NA BIBLIOTECA)** Objetivos do Marketing Cultural. P. 71-94. In: REIS, Ana Carla Fonseca. **Marketing cultural e financiamento da cultura: teoria e prática em um estudo internacional comparado.** São Paulo: Escrituras, 2009. |
| Aula: Captação de Recursos I. |
| **04/junho****(4 aulas)** | Continuação:Aula: Captação de Recursos I. |
| Aula: Captação de Recursos II. |
| **09/junho** | Captação de recurso: Moeda de troca; Hierarquia dos créditos; Modelo do plano de cotas e reciprocidade. |
| **30/junho** | O que é e como fazer uma Análise SWOT. |
| **02/julho** | Continuação: Desenvolvimento da Análise SWOT. |
| **07/julho** | Apresentação das Análises SWOT. (0,5 - extra) |
| **09/julho** | Retomada dos conteúdos. |
| **14/julho** | Apresentação dos trabalhos sobre as empresas patrocinadoras de cultura do RN. |
| **16/julho** | Apresentação dos trabalhos sobre as empresas patrocinadoras de cultura do RN. |
| **21/julho****(2ª bimestre)** | Avaliação escrita 1**°** bimestre. |
| **23/julho**  | Captação de Recursos – Visualizando benefícios que os projetos podem trazer para as empresas. |
| **28/julho** | Apresentação e discussão do texto: Cultura vista como produto. In: BRANT, Leonardo. Mercado cultural: investimento social, formatação e venda de projetos, gestão e patrocínio, política cultural. São Paulo, Escrituras Editora, 2001. **(TEXTO DISPONÍVEL NA REPROGRAFIA)** |
| **30/julho** | Apresentação e discussão do texto:O papel do setor privado – da responsabilidade social à estratégia de desenvolvimento. P. 230-233. In: REIS, Ana Carla Fonseca. **Economia da cultura e desenvolvimento sustentável: o caleidoscópio da cultura.** Barueri, SP: Manole, 2007.**(LIVRO DISPONÍVEL NA BIBLIOTECA)**Apresentação da pesquisa: “As 200 empresas que mais investiram em cultura no Brasil”. In: Revista Cultural online. Edição 200. <http://www.marketingcultural.com.br/> |
| **04/agosto** | Documento para captação de Recursos.Referências: - AVELAR, Rômulo. O avesso da cena: notas sobre produção e gestão cultural. Belo Horizonte: Ed. do Autor, 2013. **(TEXTO DISPONÍVEL NA BIBLIOTECA E NA REPROGRAFIA).** - BRANT, Leonardo. Mercado cultural: investimento social, formatação e venda de projetos, gestão e patrocínio, política cultural. São Paulo, Escrituras Editora, 2001. **(TEXTO DISPONÍVEL NA REPROGRAFIA).** |
| **06/agosto** | Apresentação do texto: APOLINÁRIO, Tatiana. “Faça do projeto um sonho realizado”. In: [http://www.marketingcultural.com.br/](https://webmail.ifrn.edu.br/owa/redir.aspx?C=c5f22d3c3c794b6fa9e8585649f08892&URL=http%3a%2f%2fwww.marketingcultural.com.br%2f" \t "_blank). **(TEXTO DISPONÍVEL NO DOCENTES)** |
| **11/agosto** | Marketing cultural: o que é que eu ganho com isso? P. 231-242. In: CRIBARI, Isabela (org.). **Economia da cultura**. Recife: Fundação Joaquim Nabuco, Editora Massangana, 2009. **(LIVRO DISPONÍVEL NA BIBLIOTECA E NA REPROGRAFIA)** |
| **13/agosto** | Leitura e discussão em grupo:“50 dicas de Marketing Cultural”  |
| **18/agosto** | Orientação para Documento de Captação |
| **20/agosto** | Orientação para Documento de Captação |
| **25/agosto** | Apresentação dos ganchos entre projeto e empresa (0,5) |
| **27/agosto** | Notícias sobre marketing e captação |
| **01/setembro** | Retomada dos conteúdos |
| **03/setembro** | Prova escrita 2 bimestre |
| **08/setembro** | Notícias sobre marketing e captação |
| **10/setembro** | Orientação para Documento de Captação |
| **15/setembro** | Orientação para Documento de Captação |
| **17/setembro** | Apresentação Trabalho Final |
| **24/setembro** | Apresentação Trabalho Final |
| Data a ser combinada | **Prova Final** |

**\* Este cronograma pode sofrer alterações ao longo do semestre**.

**AVALIAÇÕES:**

1º bimestre:

* Seminário em grupo (máximo 3 pessoas): Apresentar a política de patrocínio cultural de uma empresa privada atuante no Rio Grande do Norte. 10,0 (parte escrita = 7,0 e apresentação = 3,0).
* Avaliação escrita individual: 10,0.

2º bimestre:

* Desenvolvimento do projeto de captação de recurso junto à disciplina de Elaboração de Projeto: Relatório da captação: 10,0 parte escrita = 7,0 e apresentação = 3,0).
* Avaliação escrita individual: 10,0