PROCESSO SELETIVO PARA VAGAS RESIDUAIS 2018

MARKETING CULTURAL

**CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

1. **Políticas da Cultura**
   1. Políticas públicas e privadas;
   2. O papel do Estado e do mercado no campo da cultura;
   3. Políticas culturais: história e situação contemporânea;
   4. Análise de experiências e da legislação em políticas culturais, especialmente no Brasil e na Bahia;
   5. Leis de incentivo à cultura, com destaque para o Brasil, a Bahia e a cidade de Salvador.
2. **Marketing Cultural**

2.1 Definição, compostos e estratégias de marketing;

2.2 Definição e especificidade do marketing cultural;

2.3 Delimitação e especificidades do campo cultural;

2.4 Economia da cultura e da comunicação;

2.5 Produção e consumo culturais;

2.6 Tendências atuais do marketing cultural;

2.7 Estudos de caso de marketing cultural;

* 1. Marketing e políticas culturais.

1. **Produção Cultural** 
   1. Elementos componentes de um sistema cultural:
      1. Criação, divulgação/transmissão;
      2. Organização.
   2. A organização e a produção como momentos vitais à cultura;
   3. Produção cultural como organização da cultura;
   4. A atividade de produção cultural;
   5. Os diferentes tipos de produção cultural;
   6. Panorama e peculiaridades da atividade de produção cultural nos diferentes ramos da cultura e da comunicação.

##### BIBLIOGRAFIA

ALMEIDA, C. **A arte é capital**. Rio de Janeiro: Rocco, 1994.

AVELAR, R. **O avesso da cena**: notas sobre produção e gestão cultural. Belo Horizonte: DUO Editorial, 2008.

BARBALHO, A. et al.(org.) **Cultura e desenvolvimento:**  perspectivas políticas e econômicas. Salvador: EDUFBA 2011. 287 p.: il. (Coleção Cult).

BRANT, L. **Mercado Cultural**. São Paulo: Escrituras, 2001.

CHAUÍ, M. et al. **Política cultural**. P. Alegre: Mercado Aberto, 2. ed. 1975.

COELHO, T. **Dicionário crítico de política cultural**. S. Paulo: Iluminuras/Fapesp, 1998.

COSTA, L. F. Precedentes para uma análise sobre a formação e a atuação dos produtores culturais. In: FERREIRA, G. M.; DALMONTE, E. F. (orgs.). **Comunicação e pesquisa**: região, mercado e sociedade digital. Salvador: EDUFBA, 2007.

MALAGODI, M. E.; CESNIK, F. **Projetos culturais**. São Paulo: Fazendo Arte, 1998.

MUYLAERT, R. **Marketing cultural & comunicação dirigida**. Rio de Janeiro: Globo, 1994.

NATALE, E. **Guia brasileiro de produção cultural**. São Paulo: NPA/SESC, 1999.

NUSSBAUMER, G. **O mercado da cultura em tempos (pós) modernos**. Santa Maria: UFSM, 2000.

\_\_\_\_\_\_. **Teorias e políticas da cultura.** Salvador: EDUFBA, 2007. (Coleção CULT).

REIS, A. C. F. **Marketing cultural e financiamento da cultura**. São Paulo, Pioneira Thompson Learning, 2003.

RUBIM, A. A. C. **Dos sentidos do marketing cultural**. Salvador: texto inédito, 1997.

RUBIM, A. A. C.; BARBALHO, A**. Políticas culturais no Brasil.** Salvador: EDUFBA, 2007. (Coleção CULT).

RUBIM, A. A. C.; FERNANDES, T.; RUBIM, I. (org.)  **Políticas culturais, democracia e conselhos de cultura*.*** Salvador: EDUFBA, 2010.400 p.: il. (Coleção Cult).

RUBIM, L. **Organização e produção da cultura**. Salvador: EDUFBA, 2005. (Coleção Sala de Aula).