

Advanced Master

Alta Gestão de Empresas do Setor Cultural

A M A G E S C





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/escola-de-negocios/advanced-master/advanced-master-alta-gestao-empresas-setor-cultural

Índice

01

Boas-vindas

pág. 4

02

Por que estudar na TECH?

pág. 6

03

Por que o nosso programa?

pág. 10

04

Objetivos

pág. 14

05

Competências

pág. 20

06

Estrutura e conteúdo

pág. 26

07

Metodologia

pág. 44

08

Perfil dos nossos alunos

pág. 52

09

Direção do curso

pág. 56

10

Impacto para a sua carreira

pág. 60

11

Benefícios para a sua
empresa

pág. 64

12

Certificado

pág. 68

01

Boas-vindas

O setor cultural está passando por mudanças rápidas, com tendências como o metaverso e o turismo cultural que exigem líderes com uma visão clara na alta gestão. De fato, os empreendedores do setor enfrentam desafios únicos, como a gestão de orçamentos limitados e a necessidade de manter a autenticidade. É por isso que a TECH criou este programa, que se aprofunda em tópicos críticos como gestão de projetos, técnicas de pesquisa, marketing experimental e planejamento de eventos culturais. Dessa forma, empresários e líderes do setor cultural poderão aprimorar suas habilidades de liderança para levar suas organizações ao próximo nível. Tudo isso com uma qualificação 100% online, sem aulas presenciais ou horários fixos, compatível com as responsabilidades mais exigentes.



Advanced Master em Alta Gestão de Empresas do Setor Cultural.
TECH Universidade Tecnológica



“

Enfrente os desafios exclusivos do setor cultural e torne-se um líder visionário e estratégico graças a este Advanced Master em Alta Gestão de Empresas do Setor Cultural"

02

Por que estudar na TECH?

A TECH é a maior escola de negócios 100% online do mundo. Trata-se de uma Escola de Negócios de elite, um modelo com os mais altos padrões acadêmicos. Um centro internacional de alto desempenho e de capacitação intensiva das habilidades de gestão.



“

A TECH é uma universidade na vanguarda da tecnologia, que coloca todos os seus recursos à disposição do aluno para ajudá-lo a alcançar o sucesso empresarial”

Na TECH Universidade Tecnológica



Inovação

A universidade oferece um modelo de aprendizagem online que combina a mais recente tecnologia educacional com o máximo rigor pedagógico. Um método único com alto reconhecimento internacional que proporcionará aos alunos o conhecimento necessário para se desenvolverem em um mundo dinâmico, onde a inovação deve ser a principal aposta de todo empresário.

“Caso de Sucesso Microsoft Europa” por incorporar aos cursos um inovador sistema interativo de multivídeo.



Máxima exigência

O critério de admissão da TECH não é econômico. Você não precisa fazer um grande investimento para estudar nesta universidade. No entanto, para concluir os cursos da TECH, os limites de inteligência e capacidade do aluno serão testados. O padrão acadêmico desta instituição é muito alto...

95%

dos alunos da TECH finalizam seus estudos com sucesso.



Networking

Os cursos da TECH são realizados por profissionais de todo o mundo, permitindo que os alunos possam criar uma ampla rede de contatos que será útil para seu futuro.

+100.000

gestores capacitados a cada ano

+200

nacionalidades diferentes



Empowerment

O aluno crescerá ao lado das melhores empresas e dos profissionais mais prestigiosos e influentes. A TECH desenvolveu parcerias estratégicas e uma valiosa rede de contatos com os principais agentes econômicos dos 7 continentes.

+500

Acordos de colaboração com as melhores empresas



Talento

Este programa é uma proposta única para revelar o talento do aluno no mundo dos negócios. Uma oportunidade para demonstrar suas inquietudes e sua visão de negócio.

Ao concluir este programa, a TECH ajuda o aluno a mostrar ao mundo o seu talento.



Contexto Multicultural

Ao estudar na TECH, o aluno irá desfrutar de uma experiência única. Estudará em um contexto multicultural. Em um curso com visão global, através do qual poderá aprender sobre a forma de trabalhar em diferentes partes do mundo, reunindo as informações mais atuais que melhor se adaptam à sua ideia de negócio.

A TECH conta com alunos de mais de 200 nacionalidades.

A TECH prima pela excelência e, para isso, conta com uma série de características que a tornam uma universidade única:



Análise

A TECH explora o lado crítico do aluno, sua capacidade de questionar as coisas, suas habilidades interpessoais e de resolução de problemas.



Excelência acadêmica

A TECH coloca à disposição do aluno a melhor metodologia de aprendizagem online. A universidade combina o método Relearning (a metodologia de aprendizagem de pós-graduação mais bem avaliada internacionalmente) com o Estudo de Caso. Tradição e vanguarda em um equilíbrio desafiador, com o itinerário acadêmico mais rigoroso.



Economia de escala

A TECH é a maior universidade online do mundo. Conta com um portfólio de mais de 10.000 cursos de pós-graduação. E na nova economia, **volume + tecnologia = preço disruptivo**. Dessa forma, garantimos que estudar não seja tão caro quanto em outra universidade.



Aprenda com os melhores



Em sala de aula, a equipe de professores da TECH explica o que os levou ao sucesso em suas empresas, trabalhando a partir de um contexto real, animado e dinâmico. Professores que se envolvem ao máximo para oferecer uma capacitação de qualidade, permitindo que o aluno cresça profissionalmente e se destaque no mundo dos negócios.

Professores de 20 nacionalidades diferentes.



Na TECH você terá acesso aos estudos de casos mais rigorosos e atuais do mundo acadêmico"

03

Por que o nosso programa?

Fazer o programa de estudos da TECH significa multiplicar suas chances de alcançar o sucesso profissional na alta gestão empresarial.

É um desafio que requer esforço e dedicação, mas que abre as portas para um futuro promissor. O aluno irá aprender com a melhor equipe de professores e através da mais flexível e inovadora metodologia educacional.



“

Contamos com um corpo docente de prestígio e o conteúdo mais completo do mercado, o que nos permite oferecer a você uma capacitação do mais alto nível acadêmico”

Este curso irá proporcionar diversas vantagens profissionais e pessoais, entre elas:

01

Dar um impulso definitivo na carreira do aluno

Ao estudar na TECH, o aluno será capaz de assumir o controle do seu futuro e desenvolver todo o seu potencial. Ao concluir este programa, o aluno irá adquirir as habilidades necessárias para promover uma mudança positiva em sua carreira em um curto espaço de tempo.

70% dos participantes desta capacitação alcançam uma mudança profissional positiva em menos de 2 anos.

02

Desenvolver uma visão estratégica e global da empresa

A TECH oferece uma visão aprofundada sobre gestão geral, permitindo que o aluno entenda como cada decisão afeta as diferentes áreas funcionais da empresa.

Nossa visão global da empresa irá melhorar sua visão estratégica.

03

Consolidar o aluno na gestão empresarial

Estudar na TECH significa abrir as portas para um cenário profissional de grande importância, para que o aluno possa se posicionar como um gestor de alto nível, com uma ampla visão do ambiente internacional.

Você irá trabalhar mais de 100 casos reais de alta gestão.

04

Você irá assumir novas responsabilidades

Durante o programa de estudos, serão apresentadas as últimas tendências, avanços e estratégias, para que os alunos possam desenvolver seu trabalho profissional em um ambiente que está em constante mudança.

45% dos alunos são promovidos dentro da empresa que trabalham.

05

Acesso a uma poderosa rede de contatos

A TECH conecta seus alunos para maximizar as oportunidades. Alunos com as mesmas inquietudes e desejo de crescer. Assim, será possível compartilhar parceiros, clientes ou fornecedores.

Você irá encontrar uma rede de contatos essencial para o seu desenvolvimento profissional.

06

Desenvolver projetos empresariais de forma rigorosa

O aluno irá adquirir uma visão estratégica aprofundada que irá ajudá-lo a desenvolver seu próprio projeto, levando em conta as diferentes áreas da empresa.

20% dos nossos alunos desenvolvem sua própria ideia de negócio.

07

Melhorar soft skills e habilidades de gestão

A TECH ajuda o aluno a aplicar e desenvolver os conhecimentos adquiridos e melhorar suas habilidades interpessoais para se tornar um líder que faz a diferença.

Melhore as suas habilidades de comunicação e liderança e impulsione a sua carreira.

08

Fazer parte de uma comunidade exclusiva

O aluno fará parte de uma comunidade de gestores de elite, grandes empresas, renomadas instituições e profissionais qualificados procedentes das universidades mais prestigiadas do mundo: a comunidade TECH Universidade Tecnológica.

Oferecemos a você a oportunidade de se especializar com uma equipe de professores internacionalmente reconhecida.

04 Objetivos

O principal objetivo do Advanced Master em Alta Gestão de Empresas do Setor Cultural é preparar os alunos para liderar e gerenciar empresas culturais em um ambiente 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 o uso estratégico da tecnologia para aumentar a eficiência e a lucratividade.



“

Domine as características necessárias para administrar organizações culturais bem-sucedidas e transforme sua paixão pela arte em um negócio lucrativo e sustentável"

A TECH torna os objetivos de seus alunos seus próprios
Trabalhamos juntos para alcançá-los.

O **Advanced Master em Alta Gestão de Empresas do Setor Cultural** capacitará os alunos para:

01

Definir as últimas tendências na gestão empresarial, levando em conta o ambiente globalizado que rege os critérios da alta administração

04

Compreender o cenário econômico no qual a empresa se desenvolve e criar estratégias adequadas para se antecipar às mudanças

02

Seguir os critérios de sustentabilidade estabelecidos pelos padrões internacionais ao desenvolver um plano de negócios

03

Desenvolver as competências essenciais para administrar estrategicamente a atividade empresarial

05

Ser capaz de administrar o plano econômico e financeiro da empresa



06

Compreender as operações logísticas que são necessárias no ambiente empresarial a fim de desenvolver uma gestão adequada das mesmas

08

Realizar estratégias de marketing que permitam divulgar o nosso produto para nossos clientes em potencial e gerar uma imagem adequada da nossa empresa



07

Ser capaz de aplicar as tecnologias de informação e comunicação às diferentes áreas da empresa

09

Compreender as características da Gestão Cultural em relação ao setor de turismo

10

Gerir o patrimônio cultural nas diferentes áreas turísticas, de acordo com os princípios de sustentabilidade

11

Identificar e gerir os planos existentes para proteger as coleções de Belas Artes

12

Analisar as características da demanda de turismo cultural em cada área

13

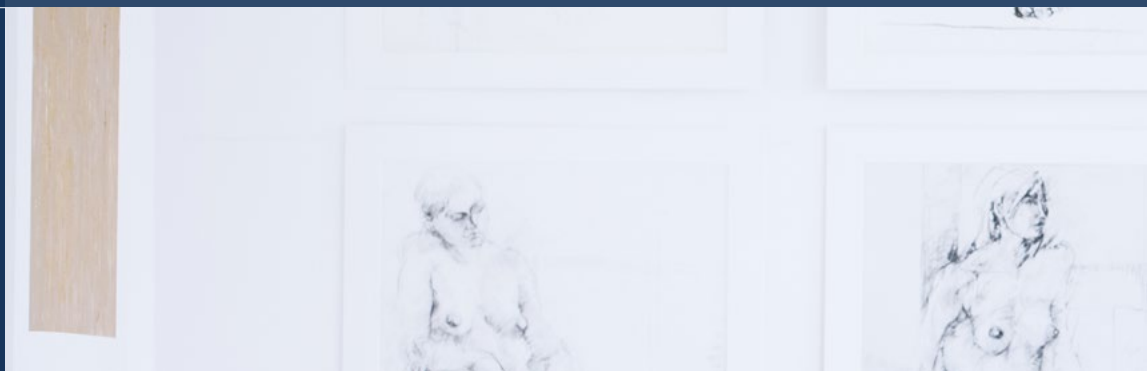
Conhecer a gestão do património cultural em diferentes espaços

14

Aprender dentro do contexto da cultura os conceitos básicos, princípios e teorias da comunicação cultural e das indústrias

15

Compreender e interpretar a realidade com base em habilidades e procedimentos culturais

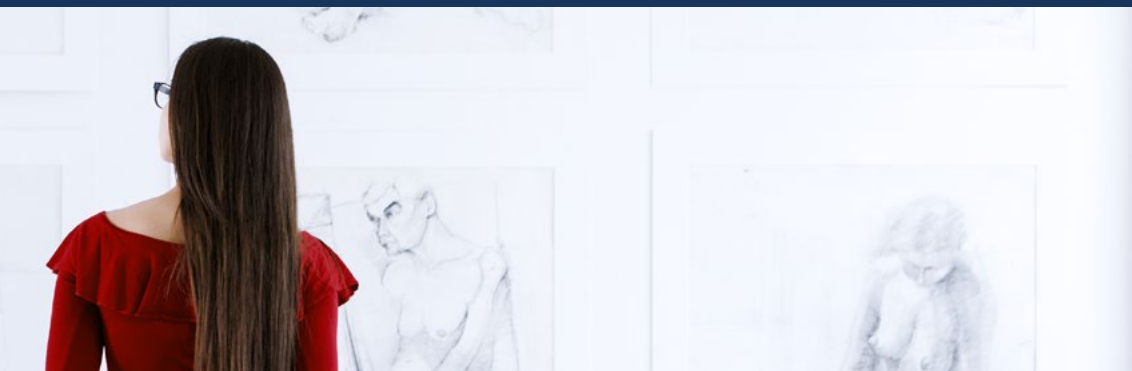


16

Gerenciar fontes, planejar projetos e organizar diferentes métodos para resolver problemas

18

Demonstrar procedimentos para a promoção de ideias culturais



19

Compreender a importância e a organização de eventos híbridos

17

Aprender como elaborar e produzir campanhas ou produtos relacionados à cultura

20

Obter um conhecimento profundo das tendências atuais na organização de eventos

05

Competências

Neste Advanced Master, o aluno será capacitado na gestão de projetos culturais, na identificação e análise de tendências de mercado, na criação e no planejamento de eventos culturais atrativos e na compreensão da psicologia do consumidor no setor cultural. Além disso, adquirirá habilidades de comunicação e liderança para estabelecer relacionamentos eficazes com os diferentes agentes do setor e para liderar equipes comprometidas com os objetivos da empresa.



“

Desenvolva habilidades de comunicação e liderança para estabelecer relacionamentos eficazes com os diferentes agentes do setor cultural”

01

Solucionar conflitos empresariais e problemas entre os trabalhadores

02

Realizar uma correta gestão de equipe para melhorar a produtividade e, portanto, os lucros da empresa

03

Realizar o controle econômico e financeiro da empresa

04

Controlar os processos logísticos, as compras e o abastecimento da empresa

05

Aprofundar nos novos modelos de negócio dos sistemas de informação



06

Aplicar as estratégias mais apropriadas para apostar no comércio eletrônico dos produtos da empresa

08

Apostar pela inovação em todos os processos e áreas da empresa

09

Liderar os diferentes projetos da empresa

07

Elaborar e liderar planos de marketing

10

Apostar pelo desenvolvimento sustentável da empresa, evitando impactos ambientais



11

Dominar a digitalização do evento, as ferramentas mais utilizadas e as novas tendências

12

Implementar diferentes metodologias de conservação do patrimônio

13

Gerenciar adequadamente as informações relevantes ou históricas

14

Valorizar o papel dos museus e galerias na educação



15

Identificar que tipo de público frequenta os diferentes tipos de eventos culturais

16

Saber programar de acordo com a oferta e o público

18

Conhecer os diferentes produtos culturais



19

Compreender o papel das organizações do terceiro setor na sociedade

17

Estabelecer estratégias de comunicação bem-sucedidas

20

Saber planejar os recursos materiais e humanos necessários para a realização de um evento cultural

06

Estrutura e conteúdo

Este programa se concentra no desenvolvimento de habilidades de gestão e na compreensão do ambiente cultural e criativo no qual as empresas do setor operam. Os alunos terão acesso a uma variedade de ferramentas e técnicas de gestão empresarial, desde finanças e estratégia até marketing e liderança. Tudo isso durante os 24 meses de duração deste Advanced Master.



“

Você terá acesso a ferramentas e técnicas de gestão empresarial de última geração para ajudar a impulsionar seu negócio ou projeto cultural para o sucesso”

Plano de estudo

O Advanced Master em Alta Gestão de Empresas do Setor Cultural da TECH Universidade Tecnológica é um programa intensivo que prepara o aluno para lidar com desafios e decisões empresariais internacionais. Seu conteúdo foi elaborado para incentivar o desenvolvimento de habilidades gerenciais que permitam uma tomada de decisão mais rigorosa em ambientes incertos.

Ao longo de 3.000 horas de estudo, os estudantes analisarão uma infinidade de casos práticos através do trabalho individual, obtendo uma aprendizagem de alta qualidade que poderá aplicar, posteriormente, em sua prática diária. É, portanto, uma verdadeira imersão em situações reais de negócios.

Este programa aborda em profundidade as principais áreas de negócios culturais a partir de uma perspectiva estratégica, internacional e inovadora.

Um plano criado para os alunos, focado em seu aprimoramento profissional e em prepará-los para alcançar a excelência no campo da gestão de negócios culturais. Um programa que compreende suas necessidades e as de sua empresa através de um conteúdo inovador baseado nas últimas tendências e apoiado pela melhor metodologia educacional e um corpo docente excepcional, que lhe dará as habilidades necessária para resolver situações críticas de forma criativa e eficiente

Este programa tem duração de 24 meses e está dividido em 18 módulos:

Módulo 1. Liderança. Ética e RSE

Módulo 2. Direção estratégica e *management* diretivo

Módulo 3. Gestão de pessoas e talentos

Módulo 4. Gestão econômico-financeira

Módulo 5. Gestão operacional e logística

Módulo 6. Gestão de Sistemas de Informação

Módulo 7. Gestão comercial, marketing e comunicação corporativa

Módulo 8. Marketing no mercado cultural

Módulo 9. Inovação e gestão de projetos

Módulo 10. Produção e direção em Gestão Cultural

- Módulo 11.** Conservação do patrimônio cultural
- Módulo 12.** Gestão de museus, galerias e exposições
- Módulo 13.** Documentação cultural: catalogação e pesquisa
- Módulo 14.** Gestão cultural da música e da dança
- Módulo 15.** Gestão do turismo cultural
- Módulo 16.** Tecnologia e projeto para promoção cultural
- Módulo 17.** Projeto de eventos culturais
- Módulo 18.** Planejamento de eventos culturais

Onde, quando e como é ensinado?

A TECH oferece a possibilidade de realizar este Programa de Alta Gestão de Empresas do Setor Cultural totalmente online. Durante os 24 meses de capacitação, o aluno terá acesso a todo o conteúdo do curso a qualquer momento, o que lhe permitirá autogerenciar seu tempo de estudo.

Uma experiência de capacitação única, fundamental e decisiva para impulsionar seu crescimento profissional.

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
- 1.3.3. 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 (BSC)*
- 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. Gestor Executivo

- 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. Estude de caso

Módulo 5. Gestão operacional e logística

5.1. Gerenciamento 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 manZagement 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

- 5.5.1. 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

- 5.6.1. 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 arma 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 empresarial

- 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. *Ecommerce* como 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 de 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 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. Desenvolvimento cultural em 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 gerenciamento 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 patrimônio 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 patrimônio cultural
- 11.7.4. Reabilitação dos BICs

11.8. Conservação preventiva do patrimônio cultural

- 11.8.1. Conceito
 - 11.8.1.1. O que é conservação preventiva?
- 11.8.2. Metodologias
- 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 planejamento 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. Técnica
 - 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. Conceptualizações 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 versus 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 vs. 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 Antiga vs. 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. Papel 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. Desenho
 - 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. Funções
 - 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 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 de 24 meses que aprimorará suas habilidades de gestão, finanças, estratégia, marketing e liderança no setor cultural e criativo”

07

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”

A Escola de Negócios da TECH utiliza o 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 forma de aprender que está revolucionando as bases das universidades tradicionais em todo o mundo”



Nosso programa prepara você para enfrentar novos desafios em ambientes incertos e alcançar o sucesso em sua carreira.



Um método de aprendizagem inovador e diferente

Este curso da TECH é um programa de ensino intensivo, criado do zero, que propõe ao gerente os desafios e as decisões mais exigentes nesta área, em âmbito nacional ou internacional. Através desta metodologia, o crescimento pessoal e profissional é impulsionado, sendo este um passo decisivo para alcançar o sucesso. O método do caso, técnica que forma a base deste conteúdo, garante que a realidade econômica, social e empresarial mais atual seja seguida.

“ *Você aprenderá, através de atividades de colaboração e casos reais, a resolver situações complexas em ambientes reais de negócios”*

Nosso programa prepara você para enfrentar novos desafios em ambientes incertos e alcançar o sucesso em sua carreira.

O método do caso é o sistema de aprendizagem mais utilizado nas principais escolas de negócios do mundo, desde que elas existem. Desenvolvido em 1912 para que os estudantes de Direito não aprendessem a lei apenas com base no conteúdo teórico, o método do caso consistia em apresentar-lhes situações realmente complexas para que tomassem decisões conscientes e julgassem a melhor forma de 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 seu 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 elementos didáticos diferentes em cada aula.

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

Nosso sistema online lhe permitirá organizar seu tempo e ritmo de aprendizagem, adaptando-os ao seu horário. Você poderá acessar o conteúdo a partir de qualquer dispositivo, fixo ou móvel, com conexão à Internet.

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 escola de negócios 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 graduados universitários com um sucesso sem precedentes em áreas tão diversas como bioquímica, genética, cirurgia, direito internacional, habilidades gerenciais, ciências do esporte, filosofia, direito, engenharia, jornalismo, história ou 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



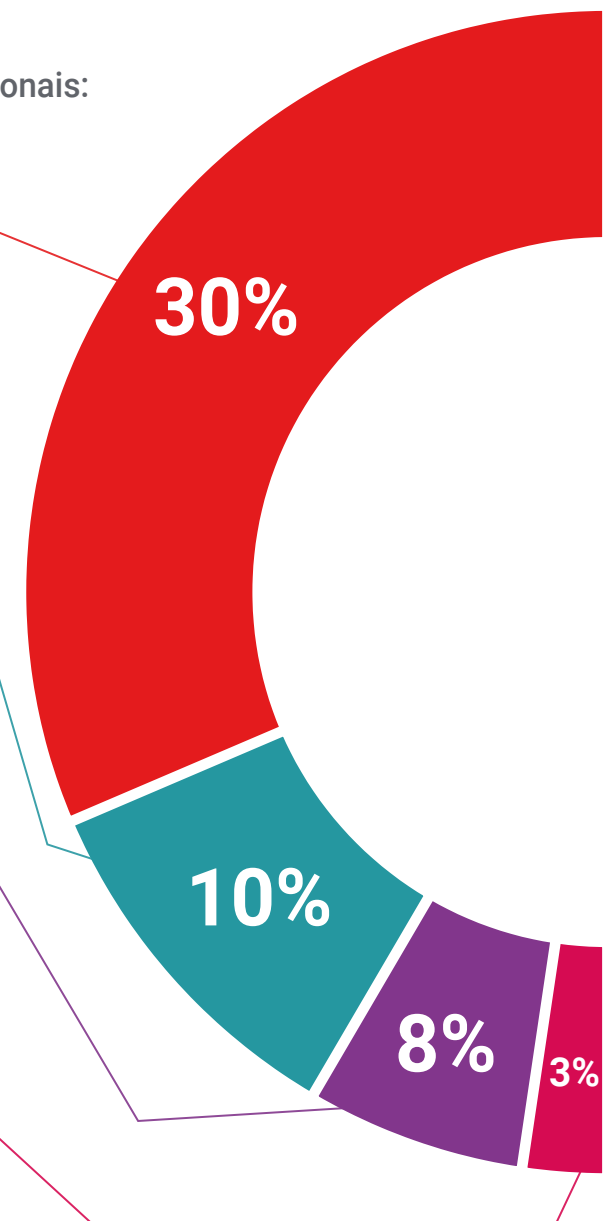
Práticas de habilidades gerenciais

Serão realizadas atividades para desenvolver as competências gerenciais específicas em cada área temática. Práticas e dinâmicas para adquirir e ampliar as competências e habilidades que um gestor 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 da alta gestão 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.



08

Perfil dos nossos alunos

Os alunos deste programa compartilham o interesse pelo setor cultural e pela liderança empresarial. Dessa forma, eles buscam desenvolver habilidades de gestão para tomar decisões estratégicas e levar suas organizações ao sucesso. Além disso, são indivíduos com visão de futuro, dispostos a estar na vanguarda das tendências e tecnologias emergentes do setor e que buscam estabelecer redes e colaborar com outros líderes e profissionais do campo cultural.





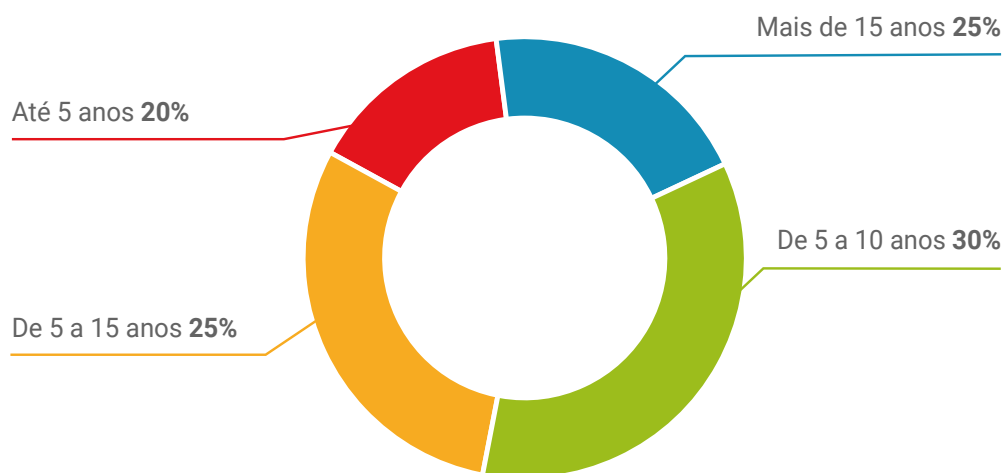
“

Aceite o desafio de desenvolver suas habilidades de gestão e liderança no setor cultural com um grupo selecionado de profissionais e especialistas”

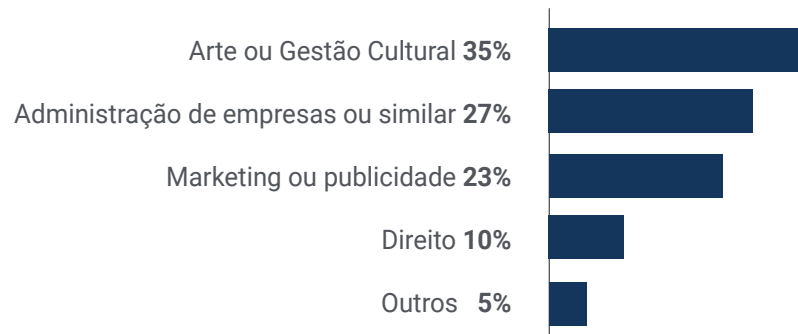
Média de idade

Entre **35** e **45** anos

Anos de experiência



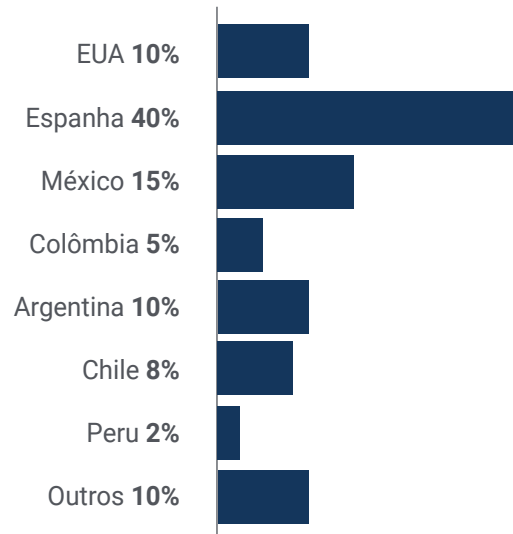
Formação



Perfil acadêmico



Distribuição geográfica



Sara Gómez Pérez

Gestora de Marketing em uma importante galeria de arte contemporânea

"O Advanced Master em Alta Gestão de Empresas do Setor Cultural da TECH foi uma experiência enriquecedora e intensa que me ajudou a fortalecer minhas habilidades e conhecimentos no campo da gestão cultural. O programa de estudos é abrangente e atualizado, e os professores são especialistas em suas áreas. Foi um investimento valioso em minha carreira e eu recomendaria de todo o coração a qualquer profissional que queira se aperfeiçoar nessa área"

09

Direção do curso

Cada um dos profissionais selecionados para participar desse programa possui um longo histórico de liderança empresarial, o que lhes permite compartilhar seu conhecimento e experiência de forma eficaz com os alunos. Além disso, todos eles estão comprometidos com o desenvolvimento das habilidades necessárias para ter sucesso no campo da gestão cultural.



“

Você aprenderá com os melhores em suas áreas, líderes experientes que compartilharão seus conhecimentos e experiências”

Direção



Sr. Carlos Atxoña Ledesma Carrillo

- ♦ Chefe da Área Internacional de Transporte Interurbanos de Tenerife S.A.
- ♦ Assessor Jurídico Transportes Interurbanos de Tenerife S.A.
- ♦ *Legal Manager* na *Avalon Biz Consulting*
- ♦ 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
- ♦ Curso de *Project Management* da Universidad Rey Juan Carlos
- ♦ MBA Mestrado em Administração e Gestão de Negócios na Universidade Europeia de Canárias



Professor

Sr. Alexis González

- ◆ Gestor 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 Assessoria Fiscal pelo Centro de Estudios Financieros
- ◆ Executive Máster em Administração Financeira e Finanças Avançadas pelo Instituto Superior en Técnicas y Prácticas Bancárias
- ◆ Especialistas em Planejamento Financeiro e Controle de Gestão em Bancos pela Analistas Financieros Internacionales
- ◆ Especialistas em Desenvolvimento Executivo em Gestão de Carteiras pela Analistas Financieros Internacionales (AFI)

10

Impacto para a sua carreira

O impacto deste Advanced Master na carreira do aluno é imediato e duradouro. O conhecimento adquirido e as habilidades desenvolvidas durante o programa permitem que os alunos tenham uma visão global do setor cultural, bem como habilidades de liderança e gestão de equipes que são altamente valorizadas no mercado de trabalho. Os alunos deste programa possuem a capacidade de enfrentar qualquer desafio no ambiente de negócios do setor cultural e de se destacar em qualquer posição de liderança.





“

Torne-se um líder capaz de enfrentar qualquer desafio comercial no setor cultural”

Adquira as habilidades e os conhecimentos necessários para se destacar em qualquer cargo de liderança e fazer a diferença em sua carreira.

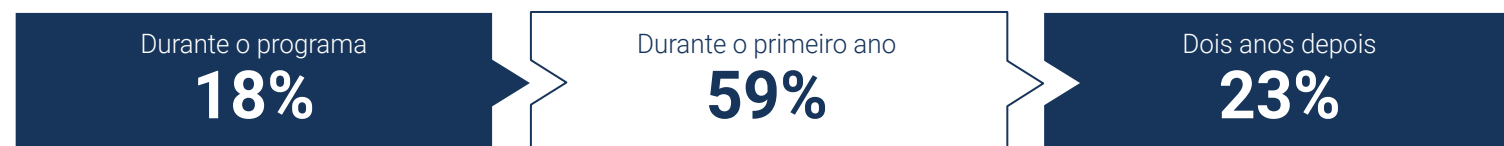
Você está pronto para crescer profissionalmente? Uma excelente oportunidade profissional está à sua espera!

O Advanced Master em Alta Gestão de Empresas do Setor Cultural da TECH Universidade Tecnológica é um programa intensivo que prepara o aluno para lidar com desafios e decisões empresariais internacionais. O principal objetivo é promover seu crescimento pessoal e profissional. Contribuindo para que alcancem o sucesso.

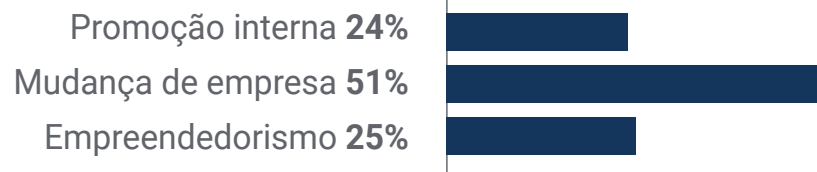
Se você quer se superar, realizar uma mudança profissional positiva e se relacionar com os melhores, este é o lugar certo para você.

Fortaleça sua proposta de valor com as técnicas mais avançadas de gestão e direção cultural.

Momento da mudança



Tipo de mudança



Melhoria dos salários

A conclusão deste programa de estudos significa um aumento salarial de mais de **25,22%** para nossos alunos.



11

Benefícios para a sua empresa

Contar com funcionários que concluíram o Advanced Master em Alta Gestão de Empresas do Setor Cultural é um valor agregado para qualquer empresa do setor. Esses profissionais serão capazes de desenvolver estratégias inovadoras e eficazes, liderar equipes multidisciplinares e tomar as decisões certas em um ambiente cada vez mais competitivo e em constante mudança. Além disso, eles poderão aplicar seus conhecimentos em projetos concretos e fornecer soluções criativas que contribuam para o crescimento e a sustentabilidade da empresa.





“

Com profissionais formados por esse programa, sua empresa estará na vanguarda do setor cultural”

Desenvolver e reter o talento nas empresas é o melhor investimento a longo prazo.

01

Crescimento do talento e do capital intelectual

O profissional irá proporcionar à empresa novos conceitos, estratégias e perspectivas que poderão gerar mudanças relevantes na organização.

02

Retenção de gestores de alto potencial para evitar a evasão de talentos

Esse programa fortalece o vínculo entre empresa e profissional e abre novos caminhos para o crescimento profissional dentro da companhia.

03

Construindo agentes de mudança

Ser capaz de tomar decisões em tempos de incerteza e crise, ajudando a organização a superar obstáculos.

04

Maiores possibilidades de expansão internacional

Graças a este programa, a empresa entrará em contato com os principais mercados da economia mundial.

05

Desenvolvimento de projetos próprios

O profissional poderá trabalhar em um projeto real ou desenvolver novos projetos na área de P&D ou desenvolvimento de negócio da sua empresa.

06

Aumento da competitividade

Este programa proporcionará aos profissionais as habilidades necessárias para assumir novos desafios e impulsionar a empresa.



12

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 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 emprego, concursos públicos e avaliação de carreira profissional.

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

N.º 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.



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

