



Museus, Galerias e Arquivos

programa do curso

Museologia: história, teoria e método

Introdução à história da arte, colecionismo público e privado, historiografia dos museus. A configuração dos museus e seus acervos em relação com os contextos históricos. Coleção, colecionamento e antiquariato. Museus públicos, privados e suas tipificações.

Sociomuseologia

O museu como instrumento de narrativas sociais. Práticas e teorias.

Curadoria de acervos e coleções em projetos expositivos

Desenvolver reflexão teórica e prática sobre a atividade de planejamento e realização de mostras e exposições sobre coleções e acervos.

Expografia e documentação: conceito, métodos e aplicações

Sistemas de documentação/ informação de acervos museológicos. Formação, registro, classificação, catalogação. Inventário.

Educação Museal

O museu como instrumento de informação. A pesquisa e difusão de conhecimentos. A relação museu escola.

Políticas Patrimonialização Material e Imaterial

Políticas públicas no Brasil no âmbito do Patrimônio Cultural, natural e histórico.

Branding – Gestão de Marcas

Gestão de marcas (branding). O que é marca. Qual o valor de uma marca e seus atributos. O que é identidade da marca, personalidade da marca e posicionamento da marca – como se diferenciar da concorrência – produto e marca. Tipos de marca (extensões de linha; extensões de marca; multimarca; marcas combinadas). Definições sobre: top of mind e brand equity.

Gestão Criativa e Inovadora nas Instituições de Educação

O trabalho pedagógico e os princípios da educação na organização educacional: campo de estudo, significado da gestão e dimensões da gestão escolar. O perfil do gestor escolar inovador. A relação entre o gestor escolar, equipe pedagógica, professores, alunos e comunidade escolar na construção coletiva do ambiente de trabalho.

Marketing Digital e Redes Sociais

Marketing tradicional vs. Marketing digital: semelhanças e diferenças entre o mercado tradicional e o mercado digital. Os 4 Pilares do Marketing Digital: Encontrabilidade e a importância dos mecanismos de busca, das redes sociais e da otimização de sites; Usabilidade e a necessidade de avaliar o nível de retenção e retorno no site.

Criação, projetos e produção de eventos e exposições

Construções de narrativas de conteúdos e potencialidades de aplicação mercadológica. Conceitos, características e relações entre conteúdos, instrumentos e linguagens. Metodologias, processos e ferramentas da prática de concepção e gestão de eventos e suas aplicações no contemporâneo.

Design de interação aplicado a museus

Motivação e conceitos básicos. Processo de design com foco na perspectiva do usuário. Métodos e princípios utilizados para projeto de interação.

Práticas sustentáveis (com ênfase nas ODS)

Teoria e prática da sustentabilidade. Práticas e ações sustentáveis; Uso racional de recursos e criação de modelos sustentáveis.

Visitas técnicas/seminários

Seminários e oficinas realizados em museus parceiros versando sobre conservação, área técnica, mediações, área educativa e gestão museológica.

Projeto de Aplicação

Propicia realização de atividades práticas, sob orientação de professor do curso, junto a instituições onde o aluno já trabalha ou à sua escolha.

trabalho de conclusão de curso

Projeto de aplicação com orientação de professores do curso.

estágio

Não aplicável.

metodologia

Aprenda com teoria + prática

Uma formação só é completa quando ela une teoria e prática. Por isso, nesta especialização, são feitas parcerias com museus locais para que as aulas sejam realizadas nas próprias instituições para promover uma vivência prática ao aluno.

Avaliações práticas

Durante o curso são realizadas diversas atividades sob tutela de professor orientador.

De olho no futuro

Podemos notar que há um crescimento acima da média dos equipamentos culturais relacionados ao patrimônio, principalmente museus. Trata-se de uma área que possui baixa oferta de cursos e uma grande oportunidade para você se destacar e ser um profissional reconhecido pelo mercado.