

15.10 Planejamento e Financiamento de Projetos

15.10.1 Ementa

Como montar um plano de pesquisa e/ou intervenção social (estimação de recursos, viabilidade, etc.) Leis de incentivo para a área social e cultural. Agências de financiamento e fomento de pesquisa e intervenções sociais O trabalho de consultoria política. Os institutos de pesquisa de opinião. Consultoria histórica

15.10.2 Objetivos

O objetivo principal deste curso é oferecer aos alunos um quadro abrangente das alternativas existentes para viabilizar financeira e operacionalmente seus projetos de pesquisa e/ou de intervenção social, incluindo projetos culturais de cunho social. A orientação geral do curso é no sentido de enfatizar as alternativas que podem ser construídas autonomamente pelos próprios alunos com vistas a incentivar sua iniciativa empreendedora, seja na busca de recursos para um projeto particular, seja na fundação e construção de ONGs, empresas de pesquisa, consultoria e/ou análise de informações sociais. Uma parte significativa do curso será dedicada a apresentação de "casos de sucesso" de empreendedores que construíram empresas de pesquisa, consultoria, ou ONGs. Espera-se que a discussão desses casos sirva de modelo para os alunos pensarem suas alternativas de colocação no mercado de trabalho.

15.10.3 Bibliografia básica

THIIRY-CHERQUES, Hermano R. *Projetos culturais: técnicas de modelagem*.

Rio de Janeiro Editora FGV, 2006.

D'ARAUJO, Maria Celina. *Capital social*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 2003.

BARBOSA, Maria Nazare Lins & OLIVEIRA, Carolina Felipe de. *Manual de ONGs*. Rio de Janeiro, Ed FGV, 2001.

15.10.4 Bibliografia complementar

ANDREASEN, Alan. *Ética e marketing social*. São Paulo, Futura, 2002.

BUARQUE, Cristovam & OCHOA, Hugo Javier. *Avaliação econômica de projetos: uma apresentação didática*. Rio de Janeiro, Elsevier, 1994.

FALCÃO, Joaquim. *Democracia, direito e terceiro setor*. Rio de Janeiro, Ed FGV, 2004.

FUKELMAN, Clarice. *Como enquadrar projetos na Lei Estadual de Incentivo à Cultura*. Rio de Janeiro, SEBRAE, 1998.

GANDELMAN, Henrique. *Guia básico de direitos autorais*. Porto Alegre, Globo, 1982.

_____. *De Gutenberg à internet: direitos autorais na era digital*. São Paulo, Record, 1997.

STACKS, Don & NASSAR, Paulo (org.) *Dicionário de mensuração e pesquisa em relações públicas e comunicação organizacional*. São Paulo, Aberje, 2007.

NASSAR, Paulo. *Comunicação empresarial*. São Paulo, Aberje, 2006.