



Componente Curricular: Exclusivo de curso ( X )		Eixo Comum ( )	Eixo Universal ( )
Curso: LETRAS		Núcleo Temático: PLANEJAMENTO E ESTRATÉGIAS	E
Nome do Componente Curricular: PLANEJAMENTO E PRODUÇÃO DE EVENTOS		Código do Componente Curricular: <b>ENEX 50822</b>	
Carga horária: 2 horas aula 32h/ 38 ha	( X ) Sala de aula ( ) Laboratório ( ) EaD	Etapa: 3	
<b>Ementa:</b> Conceituação e implantação de eventos como uma das principais ferramentas de comunicação e de marketing, de relacionamento com os diversos públicos de uma organização e de fortalecimento da imagem corporativa. Análise das fases e processos envolvidos no planejamento de eventos institucionais e mercadológicos e a sua viabilização. Noções sobre financiamento, estrutura, divulgação e retorno da utilização de evento como ação estratégica e de patrocínio como diferencial de marca. Desenvolvimento de projeto de evento para busca de patrocínio e apresentação para clientes.			
<b>Conteúdo Programático:</b> Eventos como ferramenta de comunicação e marketing. Conceitos teóricos sobre os tipos e características de eventos. Os 7 Ps do Marketing em Eventos. Planejamento, organização e implantação pré-evento, evento e pós-evento. Planejamento de eventos institucionais e mercadológicos e a sua viabilização. Vantagens competitivas com a prática de patrocínios de eventos sociais, culturais e esportivos. Investimento e retorno. Divulgação: a importância da publicidade, das mídias <i>on line</i> e <i>off line</i> e a mídia espontânea. Implantação do evento e administração dos imprevistos. O pós-evento como ferramenta de relacionamento e fortalecimento de marca.			



Semana	Tópico do conteúdo	Referências Bibliográficas
1	Apresentação do componente, conteúdo programático e avaliações.  Perfil de público.	ROCHA, Thelma e GOLDSSCHIMIDT, Andrea. Gestão dos Stakeholders - <i>Como Gerenciar o Relacionamento e a Comunicação Entre a Empresa e seus públicos</i> . ISBN 9788502102637
2	Eventos como ferramenta de comunicação e marketing.  Projeto Interdisciplinar – Definição do cliente / grupos.	MENDONÇA, Maria José Alves. <i>Planejamento e organização de eventos</i> . São Paulo Erica 2014 1. Recurso on-line. ISBN 9788536511030
3	Conceito e classificação teórica - tipos de eventos.	ANDRADE, Renato Brenol. <i>Manual de eventos</i> . 4. ed. Caxias do Sul: EDUCS, 2013. 445 p. (Hotelaria) ISBN 9788570617118. MENDONÇA, Maria José Alves. <i>Planejamento e organização de eventos</i> . São Paulo Erica 2014. Recurso on-line. ISBN 9788536511030
4	Conceito e classificação teórica - tipos de eventos.  <b>AVALIAÇÃO 01</b> – Pedido da avaliação - Análise perfil de público e relação com os tipos de eventos.	ANDRADE, Renato Brenol. <i>Manual de eventos</i> . 4. ed. Caxias do Sul: EDUCS, 2013. 445 p. (Hotelaria) ISBN 9788570617118. MENDONÇA, Maria José Alves. <i>Planejamento e organização de eventos</i> . São Paulo Erica 2014. Recurso on-line. ISBN 9788536511030
5	<b>ENTREGA AVALIAÇÃO 01</b>  Os 7 Ps de Marketing de Eventos.	DISNEY INSTITUTE . <i>O jeito Disney de encantar os clientes: do atendimento excepcional ao nunca parar de crescer e acreditar</i> . Tradução Cristina Yamagami]. – São Paulo: Saraiva, 2011. ISBN 9788502124042.
6	Planejamento de eventos institucionais e mercadológicos.	MENDONÇA, Maria José Alves. <i>Planejamento e organização de eventos</i> . São Paulo Erica 2014 1



		recurso on-line ISBN 9788536511030 MALLIN, Cheryl; ADAMS, Lorne J. <i>Gestão de eventos esportivos, recreativos e turísticos: dimensões teóricas e práticas</i> . Barueri: Manole, 2013. 1 recurso on-line. ISBN 9788520448526.
7	<b>DEVOLUTIVA AVALIAÇÃO 01</b>  Vantagens competitivas com a prática de patrocínios de eventos sociais, culturais e esportivos.	ZAN, R. <i>Patrocínio a eventos – sinergia da comunicação integrada de marketing</i> . São Paulo: Difusão Editora, 2011. Recurso on-line. ISBN 9788578084585 ALLEN, Johnny; TOLEDO, Marise Philbois; KRAMER, Adriana Araújo. <i>Organização e gestão de eventos</i> . Rio de Janeiro: Elsevier, Campus, 2008. ISBN 9788535221848
8	<b>AVALIAÇÃO 02 - PROVA INDIVIDUAL</b>	
9	<b>DEVOLUTIVA DA AVALIAÇÃO 02</b>  PEDIDO AVALIAÇÃO 03 – Planejamento e Produção de Eventos	
10	Produção: pré-evento, evento e pós-evento.	ZITTA, Carmem. <i>Organização de eventos: da ideia à realidade</i> . 5. ed. Brasília, DF: SENAC, 2013. 366 p. ISBN 9788562564338
11	ENTREGA E APRESENTAÇÃO DA AVALIAÇÃO 03 Planejamento e Produção de Eventos	
12	DEVOLUTIVA AVALIAÇÃO 03  Retorno do investimento – ROI	ORG. Airton Rodrigues. <i>Métricas de Marketing</i> . Editora Pearson 2018 211 p. ISBN 9788543017877.
13	Implantação do evento e administração dos imprevistos.	REIS, Joel. <i>Sou produtor de eventos: diário de bordo para o aperfeiçoamento profissional</i> . São



		Paulo: SENAC, 2013. 164 p. ISBN 9788539604166.
14	Entrega e apresentação AVALIAÇÃO 04 Projeto completo de Eventos/RP/MKT Cultural e Esportivo	
15	Entrega e apresentação AVALIAÇÃO 04 Projeto completo de Eventos/RP/MKT Cultural e Esportivo	
16	ANÁLISE E DEVOLUTIVA DOS PROJETOS	
17	SUB / PF	
18	PF	

**Instrumentos Avaliativos:**

N1 – Avaliação I – 30% da N1 (15% da MI) – em grupo com pesquisa em livros, relacionando a matéria e projeto interdisciplinar - valendo de 0 a 10.

Avaliação II – 70% da N1 (35% da MI) – individual mesclada com perguntas de múltipla escolha e dissertativa – valendo de 0 a 10.

Total N1 = 50% da MI.

N2 – Avaliação III – 30% da N2 (35% da MI) em grupo, planejamento e produção de evento; briefing – valendo de 0 a 10.

Avaliação IV – 70% da N2 (15% da MI) – em grupo; planejamento e produção de evento - Projeto completo de Eventos/RP/MKT Cultural e Esportivo – valendo de 0 a 10.

Total N1 = 50% da MI.

**Bibliografia:**

- ANDRADE, Renato Brenol. *Manual de eventos*. 4. ed. Caxias do Sul: EDUCS, 2013. 144 p. (Hotelaria) ISBN 9788570617118.

Número de chamada: 394.0268 A553m 4. ed. / 2013

Quantidade de exemplares: 3



- FREUND, Francisco Tommy. *Festas e recepções: gastronomia, organização e cerimonial*. 2. ed. Rio de Janeiro: Ed. SENAC São Paulo, 2014. 142 p. ISBN 9788574582399.

Número de chamada: 642.4 F889f 2. ed. / 2014

Quantidade de exemplares: 2

- MALLIN, Cheryl; ADAMS, Lorne J. *Gestão de eventos esportivos, recreativos e turísticos: dimensões teóricas e práticas*. Barueri: Manole, 2013. 1 recurso *on-line*. ISBN 9788520448526. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788520448526/pageid/0>

- ZITTA, Carmem. *Organização de eventos: da ideia à realidade*. 5. ed. Brasília, DF: SENAC, 2013. 366 p. ISBN 9788562564338.

Número de chamada: 394.0268 Z82o 5. ed. / 2013

Quantidade de exemplares: 1

### **Bibliografia Complementar:**

- FORTES, W G; SILVA, M B R. *EVENTOS*. Summus Editorial 229 recurso *on-line* ISBN 9788532307880. Disponível em:

<https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/35448/pdf/2?code=JdQBVU/e/usxgKg3KhNlwjhgF2tjcwT5STJhzVVdFNTsLxd+a2oZJEjKx7pAlxl1GNgtq+guGZ/fYQzFIVUIbQ==>

- MATIAS, Marlene. *Organização de eventos: procedimentos e técnicas*. 6. São Paulo Manole 2013 1 recurso *on-line* ISBN 9788520449028. Disponível em:

<https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788520449028/pageid/0>

- MENDONÇA, Maria José Alves. *Planejamento e organização de eventos*. São Paulo Erica 2014 1 recurso *on-line* ISBN 9788536511030. Disponível em:

<https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/160330/pdf/1?code=xStYTJPWkZhAmuroLcWSeIAX4qkAVr6E8RSgKX+qiHqGihF8FcT0LEIFc1LXz+qaJrY0WvEPOReuwA4fYp5P5A==>

- O JEITO Disney de encantar os clientes: do atendimento excepcional ao nunca parar de crescer e acreditar. São Paulo: Saraiva, 2012. 168 p. ISBN 9788502124042

Número de chamada: 658.812 J45 2016

Quantidade de exemplares: 4

- ORG. Airton Rodrigues. *Métricas de Marketing*. Editora Pearson 2018 211 p. ISBN 9788543017877. Recurso *on-line*. Disponível em:

<https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/37361/pdf/13?code=xBv9fUI7UB98r5WWc7pL0KJdaGA2tRlpoOERalbvtbD/Zy4lay+fxNbFPi14WR/uTi0OowOI+e3QwXzBZN7sxQ==>

- REIS, Joel. *Sou produtor de eventos: diário de bordo para o aperfeiçoamento profissional*. São Paulo: SENAC, 2013. 164 p. ISBN 9788539604166.

Número de chamada: 394.0268 R375s 2013

Quantidade de exemplares: 1

- ROCHA, Thelma e GOLDSSCHIMIDT, Andrea. *Gestão dos Stakeholders - Como Gerenciar o Relacionamento e a Comunicação Entre a Empresa e seus públicos*. ISBN 9788502102637.

Número de chamada: 658.45 G393 2015

Quantidade de exemplares: 3