

# Mestrado Próprio

## Organização de Eventos





## Mestrado Próprio

### Organização de Eventos

- » Modalidade: **Online**
- » Duração: **12 meses**
- » Certificado: **TECH Universidade Tecnológica**
- » Horário: **no seu próprio ritmo**
- » Provas: **online**

Acesso ao site: [www.techtute.com/br/jornalismo-comunicacao/mestrado-proprio/mestrado-proprio-organizacao-eventos](http://www.techtute.com/br/jornalismo-comunicacao/mestrado-proprio/mestrado-proprio-organizacao-eventos)

# Índice

01

Apresentação

---

*pág. 4*

02

Objetivos

---

*pág. 8*

03

Competências

---

*pág. 14*

04

Direção do curso

---

*pág. 18*

05

Estrutura e conteúdo

---

*pág. 22*

06

Metodologia

---

*pág. 32*

07

Certificado

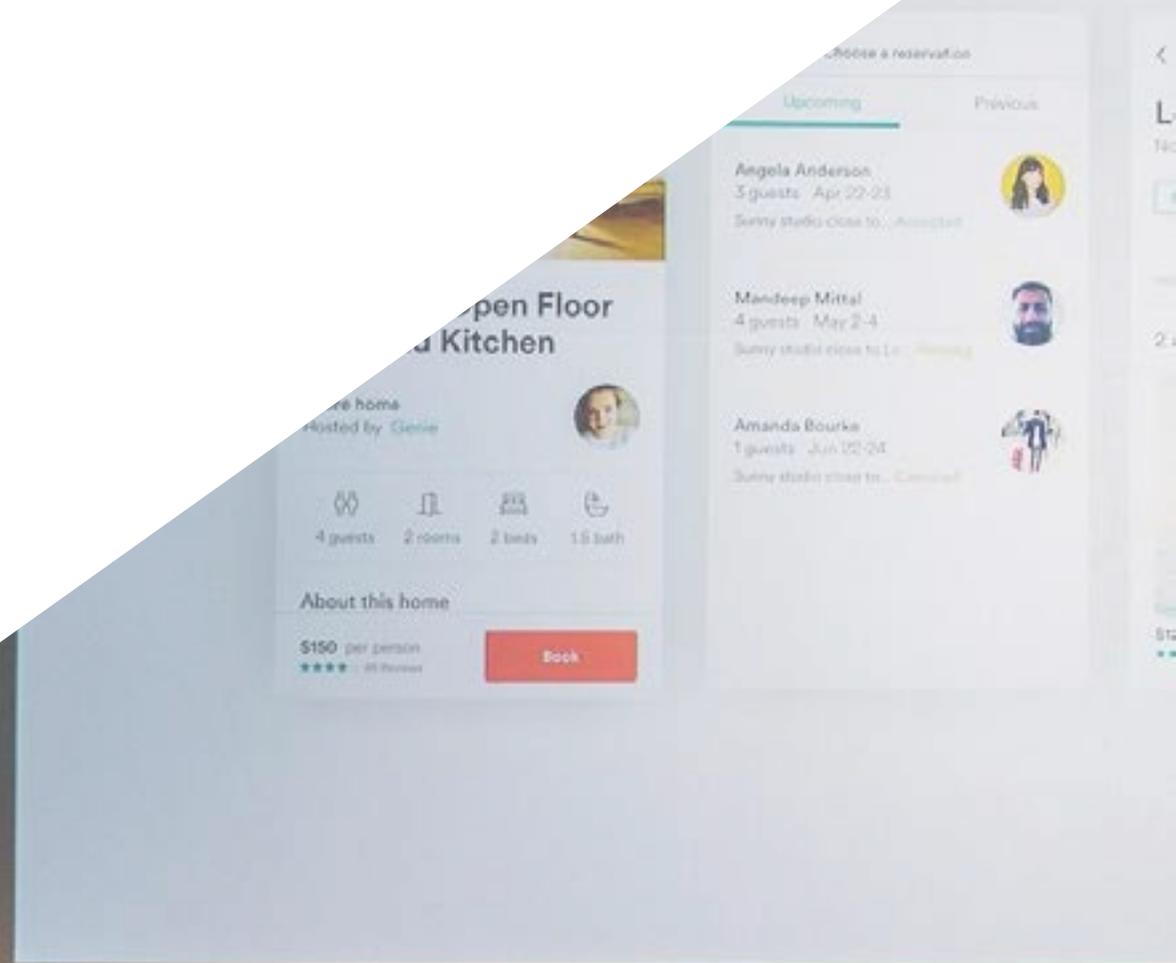
---

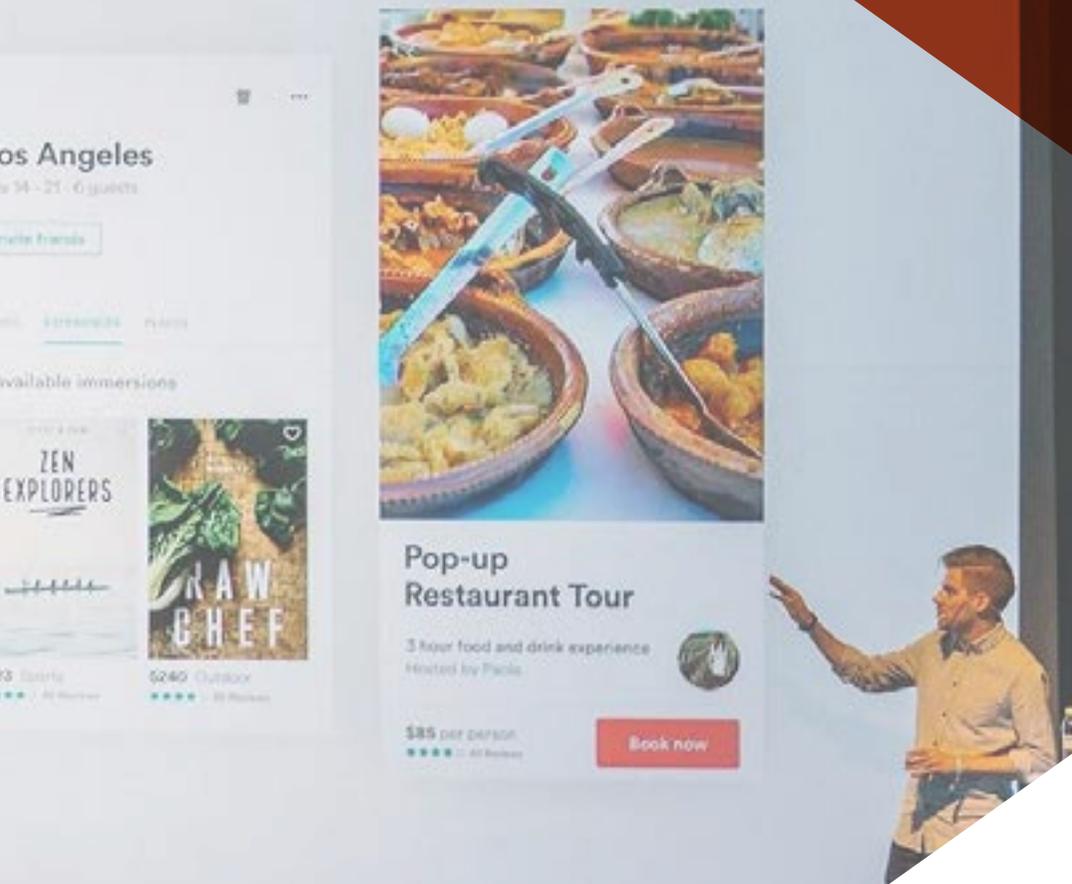
*pág. 40*

# 01

# Apresentação

Com o ritmo implacável da evolução tecnológica e comunicacional, os planos e processos aos quais estamos acostumados precisam ser adequados. Não basta apenas conhecer o protocolo ou as regras para um evento especial, é necessário ir muito mais além para adaptar-se às novas formas e procedimentos. No ambiente social e de negócios, os objetivos podem ser os mesmos: celebrar, comunicar, comemorar, entre outros. Mas agora é necessário aprender sobre novas propostas e atualizar técnicas e teorias obsoletas antes de aprofundar-se no desafiante mundo da comunicação e do design, assim como das novas tecnologias, da produção ou da cenografia. Para isso, elaboramos este programa de 12 meses e 100% online, especialmente planejado para que o aluno domine detalhadamente a arte da organização de eventos. Trata-se de uma poderosa ferramenta de comunicação quando bem utilizada.





“

*Conheça as novas formas e procedimentos da Organização de Eventos como uma poderosa ferramenta de comunicação para ambientes sociais e corporativos”*

O conteúdo deste programa converterá o profissional em um autêntico especialista camaleônico, capaz de resolver com eficiência qualquer detalhe antes, durante e depois de um evento. Este Mestrado Próprio com conteúdo exclusivo da TECH Universidade Tecnológica, é um programa intensivo que preparará o profissional de comunicação, jornalismo e marketing para enfrentar desafios e decisões comerciais na área da organização de eventos.

Para organizar um evento adequadamente é necessário adquirir conhecimentos nas áreas de marketing, finanças, estratégia, comunicação, organização, planejamento, operações e logística, todos estes elementos proporcionarão o valor agregado necessário para o desenvolvimento profissional do aluno, tanto dentro de uma organização em posições gerenciais como no desenvolvimento do seu próprio negócio, como *Event Planner* ou em sua própria agência de eventos.

O plano de estudos deste programa foi desenvolvido por profissionais especialistas na área, que estão atualmente desenvolvendo com sucesso seu trabalho profissional e que possuem uma ampla formação e vasta experiência, tanto na área de negócios como na área acadêmica ou de ensino. Proporcionando ao programa uma identidade própria com excelentes conteúdos, assim como casos práticos únicos e completamente atualizados.

Ao longo de 12 meses ou de 1.500 horas de capacitação totalmente online, o aluno analisará uma variedade de casos práticos através de trabalhos individuais ou em equipe. Tratando-se, portanto, de uma verdadeira imersão em situações reais de negócios.

Trata-se de um programa que contemplará os conhecimentos, tanto teóricos como práticos, necessários à qualquer profissional com interesse em liderar um setor em crescimento. Adotando competências mais específicas como a definição de objetivos, estratégias e políticas comerciais no mercado MICE, o que permitirá analisar, planejar, desenvolver e executar procedimentos na área de turismo de negócios e eventos.

Este **Mestrado Próprio em Organização de Eventos** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do mercado. Suas principais características são:

- ♦ O desenvolvimento de casos práticos apresentados por especialistas em Comunicação, Marketing e Organização de Eventos
- ♦ O conteúdo gráfico, esquemático e extremamente útil fornece informações científicas e práticas sobre aquelas disciplinas indispensáveis para o exercício da profissão
- ♦ Exercícios práticos onde o processo de autoavaliação é realizado para melhorar a aprendizagem
- ♦ Destaque especial para as metodologias inovadoras
- ♦ Lições teóricas, perguntas aos especialistas, fóruns de discussão sobre temas controversos e trabalhos de reflexão individual
- ♦ Disponibilidade de acesso a todo o conteúdo a partir de qualquer dispositivo, fixo ou portátil, com conexão à Internet



*Um evento devidamente organizado contém aspectos indispensáveis para conhecer em matéria de finanças, marketing, comunicação e digitalização. Conheça todos os detalhes importantes através deste programa”*

“

*Você definirá objetivos, estratégias e políticas comerciais de acordo com o mercado MICE, a fim de estabelecer medidas adequadas de acordo com as metas da empresa”*

A equipe de professores deste programa inclui profissionais da área, cuja experiência de trabalho é somada nesta capacitação, além de reconhecidos especialistas de instituições e universidades de prestígio.

O seu conteúdo multimídia, desenvolvido com a mais recente tecnologia educacional, oferece ao profissional uma aprendizagem contextualizada, ou seja, realizada através de um ambiente simulado, proporcionando uma capacitação imersiva e programada para praticar diante de situações reais.

A proposta deste plano de estudos se fundamenta na Aprendizagem Baseada em Problemas, através da qual o profissional deverá resolver as diferentes situações da prática profissional que surjam ao longo do programa acadêmico. Para isso, contará com a ajuda de um sistema inovador de vídeo interativo realizado por especialistas reconhecidos nesta área.

*Aprenda a organizar eventos de uma forma profissional. Matricule-se agora neste Mestrado Próprio em Organização de Eventos. Alcance seu objetivo em 12 meses e 100% online.*

*Atinja suas metas profissionais através deste programa com conteúdos exclusivos, aperfeiçoando seu perfil como jornalista ou comunicador.*



# 02

## Objetivos

Devido à importância da comunicação e do Marketing para a fluidez e produtividade dos negócios e da sociedade em geral, a Organização de Eventos é uma ferramenta fundamental para ser aproveitada. Por isso, este Mestrado Próprio está focado em proporcionar as habilidades necessárias ao profissional, oferecendo uma capacitação no desenvolvimento e/ou aplicação de idéias, bem como sua implementação, através da gestão de equipes de trabalho multidisciplinares e multiculturais, tomando decisões que contribuam para a realização dos objetivos estabelecidos.



“

*O programa que você precisará para reforçar, expandir e aprimorar seus conhecimentos na Organização de Eventos. Abrindo um leque de oportunidades no mercado atual”*



## Objetivos Gerais

---

- ♦ Adquirir e ampliar conhecimentos que proporcionem uma experiência ou oportunidade de ser original no desenvolvimento e/ou aplicação de ideias, muitas vezes em um contexto de pesquisa
- ♦ Desenvolver habilidades de relacionamento interpessoal para gerenciar equipes de trabalho multidisciplinares e multiculturais
- ♦ Desenvolver competências de Gestão Financeira (*Financial Management*)
- ♦ Obter um conhecimento profundo das tendências atuais na organização de eventos
- ♦ Dominar a digitalização do evento, as ferramentas mais utilizadas e as novas tendências
- ♦ Definir objetivos, estratégias e políticas comerciais no mercado MICE, a fim de estabelecer políticas apropriadas de acordo com os objetivos e metodologia da empresa de gestão de eventos no campo do turismo
- ♦ Avaliar os procedimentos operacionais no campo do turismo de negócios e eventos para fazer uma análise completa de seu processo de produção em termos de excelência e qualidade de serviço
- ♦ Compreender a importância e a organização de eventos híbridos
- ♦ Entender as diferentes formas de patrocínio de um evento, o ambiente deontológico e legal e o *Compliance* dos diferentes setores
- ♦ Fazer a apresentação do dossiê de patrocínio
- ♦ Compreender a nova realidade da organização de eventos após a grande crise da pandemia da COVID-19





## Objetivos Específicos

---

### Módulo 1. A Indústria de Eventos e Turismo de Negócios

- ♦ Aprofundar-se no conhecimento dos *Key Players* do setor MICE
- ♦ Conhecer a importância do *Convention Bureaus* e a cocriação com eles
- ♦ Administrar a comercialização de um destino/evento
- ♦ Conhecer detalhadamente a indústria de eventos globais e sua importância econômica
- ♦ Desenvolver as competências necessárias para administrar uma empresa de eventos em função do tipo de evento

### Módulo 2. Design dos Eventos

- ♦ Dominar o design de eventos no contexto da economia da experiência, da cocriação, do *Design Thinking* e do Marketing
- ♦ Aprender a planejar eventos para aumentar o retorno sobre o investimento (ROI)
- ♦ Conhecer a importância dos eventos como uma ferramenta de marketing de acordo com as tendências do mercado
- ♦ Gerar experiências em eventos (marketing experimental) e experiências imersivas
- ♦ Projetar de forma eficiente os espaços, a sinalética e a personalização

### Módulo 3. Planejamento de Eventos

- ♦ Aprender a criar o cronograma do evento de acordo com os parâmetros estabelecidos
- ♦ Realizar o roteiro de cada uma das partes do evento
- ♦ Compreender profundamente como organizar os espaços, suas prioridades e os tipos de formatos a serem utilizados
- ♦ Gestionar a distribuição do conteúdo e dos palestrantes de acordo com as necessidades e prioridades
- ♦ Planejar os acessos, a segurança e o transporte, baseando-se em um estudo do potencial do destino e da sede, além de suas capacidades, infraestrutura e oferta

### Módulo 4. A Criação das Candidaturas para Eventos

- ♦ Apresentar uma candidatura para um evento
- ♦ Aprender a determinar o tipo de evento a ser desenvolvido de acordo com o destino
- ♦ Aplicar a análise SWOT no destino e na sede do evento a fim de tomar decisões
- ♦ Analisar as possibilidades e qualidades do destino, visando aumentar seu valor qualitativo e quantitativo

### Módulo 5. Gestão Financeira

- ♦ Realizar um orçamento de um evento, com uma conta operacional
- ♦ Desenvolver o *Cash Flow* e sua importância nas decisões, investimentos e amortizações
- ♦ Conhecer de forma detalhada e valorizar o ROI de um evento sob uma perspectiva econômica
- ♦ Analisar as possíveis receitas, fluxos de financiamento e determinar o *Break Event*

### Módulo 6. Estratégias de Gestão em Marketing e Comunicação

- ♦ Desenvolver o plano de comunicação e sua relevância para o evento
- ♦ Dominar as ações e ferramentas de publicidade e marketing para eventos
- ♦ Avaliar o novo comportamento do consumidor
- ♦ Determinar o valor e o propósito da marca
- ♦ Implementar os objetivos de desenvolvimento sustentável em eventos
- ♦ Explorar diferentes modelos de análise interna e externa

### Módulo 7. Gestão de Marketing e Digitalização de Eventos

- ♦ Compreender as novas tecnologias da comunicação
- ♦ Gerenciar a segmentação, métricas e análise de *Big Data*
- ♦ Avaliar os benefícios e desafios da digitalização em eventos
- ♦ Compreender e aplicar o *Benchmarking*
- ♦ Gerenciar a reputação da marca
- ♦ Dominar as redes sociais e seus ecossistemas para beneficiar o desenvolvimento do evento

### Módulo 8. Gestão Operacional e Logística de Eventos

- ♦ Conhecer de forma detalhada os elementos fundamentais da logística e das operações de um evento
- ♦ Compreender a gestão do RH como um fator indispensável para o desenvolvimento do evento
- ♦ Administrar de forma eficaz as relações com fornecedores, palestrantes e convidados VIP
- ♦ Conhecer o *Timing* necessário para realizar uma eficiente montagem e desmontagem do evento
- ♦ Avaliar os diferentes cenários, suas dificuldades e possibilidades para um evento de sucesso



### Módulo 9. O Patrocínio em Eventos

- ♦ Criar um dossiê de patrocínio
- ♦ Conhecer detalhadamente os diferentes aspectos legais, deontológicos e de *Compliance* dos distintos setores com exemplos práticos
- ♦ Estudar e destacar as diferentes formas de patrocínio de um evento
- ♦ Realizar a distribuição dos espaços para patrocinar, bem como gerar políticas de patrocínio, *branding* e publicidade em função do evento e das possibilidades do espaço
- ♦ Aprender a calcular e a definir preços para os diferentes elementos a serem patrocinados
- ♦ Compreender a importância de dar visibilidade ao patrocinador e, ao mesmo tempo, gerar sinergias com o evento

### Módulo 10. Digitalização de Eventos, Desenvolvimento de um Evento Digital

- ♦ Analisar a nova realidade da organização de eventos após a crise da pandemia da COVID-19
- ♦ Descobrir todos os aspectos dos eventos digitais e como executá-los
- ♦ Conhecer de forma detalhada os eventos híbridos, bem como sua atual importância e seu futuro
- ♦ Analisar a governança de um evento digital e sua importância O roteiro e os *timings*
- ♦ Realizar um cenário virtual Conhecer seus elementos: *chroma*, *Backscreen*, realidade aumentada, entre outros
- ♦ Analisar o público e suas capacidades, formas de interação presencial e virtual



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

# 03

# Competências

O graduado deste Mestrado Próprio em Organização de Eventos desenvolverá as competências requeridas por diferentes áreas de formação, o que lhe permitirá realizar de forma bem-sucedida o seu trabalho profissional como organizador de eventos, considerando a capacitação em campos como o planeamento, a logística, o desenvolvimento, as finanças, o marketing digital e de eventos, além de outros que proporcionarão o valor e o conhecimento adequado para o crescimento profissional do aluno, tanto de forma autónoma como dentro de uma companhia.





“

*Você aprenderá todos os detalhes necessários para organizar um evento na era digital. Aplicando as estratégias adequadas tanto para eventos híbridos como para eventos 100% digitais”*



## Competências gerais

---

- ♦ Compreender a indústria de eventos e o turismo de negócios
- ♦ Gerenciar projetos desde a coleta de informações até a apresentação
- ♦ Executar um planejamento estratégico de comunicação e plano de marketing de acordo com o objetivo declarado
- ♦ Dominar as diferentes técnicas e ferramentas envolvidas no design de eventos
- ♦ Manejar todos os elementos do planejamento de eventos, desde protocolo, segurança, logística, convidados, palestrantes, transporte, timing, entre outros
- ♦ Aplicar conceitos fundamentais para o planejamento do orçamento e sua implementação
- ♦ Compreender as novas tecnologias de comunicação e sua importância na gerência de eventos híbridos ou digitais
- ♦ Comunicar de forma eficaz os resultados e argumentos ao público especializado e não-especializado de forma clara e sem ambiguidades





## Competências específicas

---

- ♦ Desenvolver idéias com originalidade, muitas vezes em um contexto de pesquisa
- ♦ Diferenciar cada tipo de evento de acordo com seu objetivo e necessidades
- ♦ Coordenar equipes de comunicação e marketing
- ♦ Implementar novas tendências em eventos imersivos e experimentais
- ♦ Compreender o setor MICE, seu escopo de ação e seus integrantes
- ♦ Avaliar os procedimentos operacionais no campo do turismo de negócios e eventos para fazer uma análise completa de seu processo de produção em termos de excelência e qualidade de serviço
- ♦ Compreender o protocolo de ação no caso de uma emergência
- ♦ Gerenciar a logística e a operação de acordo com as necessidades do evento
- ♦ Conhecer as redes sociais e a importância dos eventos ao vivo na comunicação de um evento
- ♦ Coordenar o patrocínio de eventos e seus destaques juntamente com os participantes
- ♦ Resolver incidentes *in situ* e protocolos de atuação em cada caso
- ♦ Dominar as relações interpessoais como uma ferramenta de gestão indispensável para o desenvolvimento e o sucesso do evento
- ♦ Buscar e gerenciar as informações adequadas para a tomada de decisões que contribuam para a conclusão dos objetivos da organização

# 04

## Direção do curso

A TECH elaborou um programa com conteúdos exclusivos selecionados por profissionais especialistas em Organização de Eventos, que atualmente desenvolvem de forma bem-sucedida seu trabalho profissional, possuindo grande experiência, tanto na área de negócios como na área acadêmica ou de ensino. Esta característica proporciona a este Mestrado Próprio uma identidade única, com excelentes conteúdos e inigualáveis casos práticos, completamente atualizados.



“

*Você vivenciará esta experiência com professores especializados na área. Alguns desses profissionais contam com destacadas publicações em revistas acadêmicas. Direcionando suas pesquisas para o uso de novas tecnologias nos setores de marketing e comunicação.*

## Direção



### Sr. Tommy Gil Tomas

- ♦ Fundador e Diretor Geral de Atelier MICE
- ♦ Assessor de gestão de projetos para a Conferência Mundial de Ensino Superior da UNESCO
- ♦ Diretor de Desenvolvimento da Creativalab S.L.
- ♦ Diretor Barcelona Congrêso Médico S.L
- ♦ Mestrado na Gestão de Marketing
- ♦ Mestrado em Marketing Farmacêutico pela ISM- ESIC
- ♦ Curso de Direito Tributário pela ESINE

## Professores

### Sr. Marc Perelló Sobreperere

- ♦ Gestor de Comunicação Corporativa e Marketing
- ♦ Diretor de área digital e de estratégia na Creativalab SL
- ♦ Dircom e responsável pela área de Comunicação e Marketing no Abantia Group
- ♦ Dircom e responsável pela área de Comunicação e Marketing em Managing Incompetence
- ♦ Docente em Marketing e Comunicação para estudos de pós-graduação
- ♦ Autor e co-autor de artigos para revistas de comunicação
- ♦ Doutorado em Ciências da Comunicação pela Universidade Ramón Llull
- ♦ Formado em Jornalismo pela Universidade CEU Abat Oliba
- ♦ Formado em Publicidade e RP pela Universidade CEU Abat Oliba
- ♦ Mestrado em Humanidades e Ciências Sociais na Universidade CEU Abat Oliba



# 05

## Estrutura e conteúdo

Este Mestrado Próprio em Organização de Eventos caracteriza-se por uma abordagem prática e experiencial, assim como por sua inovadora fórmula de aprendizagem online. O diferencial de especificidade dos temas que estarão distribuídos em 10 módulos, cada um com 10 tópicos e 3 subtópicos, proporcionarão uma ampla e atualizada perspectiva do setor desde o início até o final do programa. Este processo contará com a intervenção de professores qualificados atuantes no setor, proporcionando casos reais e enriquecendo a experiência do aluno através da metodologia *Relearning*, que permitirá uma aprendizagem progressiva e natural.



“

*A reciclagem e a capacitação profissional constituem a base do seu sucesso nos negócios. A TECH apresenta este programa online com uma metodologia que permitirá economizar muitas horas de estudo”*

## Módulo 1. A Indústria de Eventos e Turismo de Negócios

- 1.1. O Mundo MICE
  - 1.1.1. O que é setor MICE?
  - 1.1.2. A quem se referem?
  - 1.1.3. Qual é seu âmbito de ação?
- 1.2. Agentes e visão panorâmica do setor; impacto econômico
  - 1.2.1. Impacto econômico do setor na Espanha
  - 1.2.2. Número de eventos e pessoas mobilizadas anualmente
  - 1.2.3. Expectativas de crescimento na era pós – COVID-19
- 1.3. Congressos, convenções, incentivos
  - 1.3.1. O que é uma convenção, um congresso e um prêmio?
  - 1.3.2. Principais diferenças entre estes eventos
  - 1.3.3. Tipos de convenções, congressos e prêmios
- 1.4. Feiras
  - 1.4.1. Principais características das feiras
  - 1.4.2. Tipos de feiras
  - 1.4.3. A exposição comercial
- 1.5. O papel dos *Convention Bureau*
  - 1.5.1. O que é um *Convention Bureau*?
  - 1.5.2. Propósito de um *Convention Bureau*
  - 1.5.3. Coordenação público-privado
- 1.6. Marketing de um destino
  - 1.6.1. Forças e fraquezas do destino
  - 1.6.2. Ameaças e pontos fortes do destino
  - 1.6.3. Diferenciação e vantagens competitivas
- 1.7. Eventos culturais
  - 1.7.1. O mercado dos eventos culturais
  - 1.7.2. Tipos de eventos culturais
  - 1.7.3. Como gerenciar eventos culturais lucrativos?
- 1.8. Eventos musicais
  - 1.8.1. Estudo de mercado dos grandes concertos na Espanha
  - 1.8.2. Importância do *Ticketing*
  - 1.8.3. *Merchandising* e o patrocínio de concertos

- 1.9. Eventos sociais
  - 1.9.1. O mercado de casamentos na Espanha
  - 1.9.2. O papel do *Wedding Planner*
  - 1.9.3. Celebrações e outras festividades
- 1.10. Eventos esportivos
  - 1.10.1. Grandes eventos esportivos
  - 1.10.2. Regulamentação para eventos esportivos
  - 1.10.3. *Patrocinadores*

## Módulo 2. Design dos Eventos

- 2.1. Gestão de projetos
  - 2.1.1. Coleta de informações, início do projeto: O que é preciso saber?
  - 2.1.2. Estudar possíveis localizações
  - 2.1.3. Vantagens e desvantagens das opções elencadas
- 2.2. Técnicas de pesquisa. *Design Thinking*
  - 2.2.1. Mapas de participantes
  - 2.2.2. *Focus Group*
  - 2.2.3. *Benchmarking*
- 2.3. *Design Thinking* experiencial
  - 2.3.1. Imersão cognitiva
  - 2.3.2. Observação encoberta
  - 2.3.3. *World Café*
- 2.4. Definição Público Alvo
  - 2.4.1. A quem se destina o evento?
  - 2.4.2. Por que estamos realizando o evento?
  - 2.4.3. Qual é o objetivo do evento?
- 2.5. Tendências
  - 2.5.1. Novas tendências na preparação
  - 2.5.2. Contribuições digitais
  - 2.5.3. Eventos imersivos e experimentais

- 2.6. Personalização e design do espaço
    - 2.6.1. Adequação do espaço à marca
    - 2.6.2. *Branding*
    - 2.6.3. Manual da marca
  - 2.7. Marketing experiencial
    - 2.7.1. Viver a experiência
    - 2.7.2. Evento imersivo
    - 2.7.3. Fomentar a lembrança
  - 2.8. Sinalização
    - 2.8.1. Técnicas de sinalização
    - 2.8.2. A visão do assistente
    - 2.8.3. Coerência do relato Evento com sinalização
  - 2.9. Os locais do evento
    - 2.9.1. Estudos de possíveis locais Os 5 porquês
    - 2.9.2. Escolha do local de acordo com o evento
    - 2.9.3. Critérios de seleção
  - 2.10. Proposta de encenação Tipos de cenários
    - 2.10.1. Novas Proposta na preparação
    - 2.10.2. Priorizar a proximidade com o palestrante
    - 2.10.3. Cenários relacionados com a interação
- Módulo 3. Planejamento de Eventos**
- 3.1. *Timing* e organização do programa
    - 3.1.1. Tempo disponível para a organização do evento
    - 3.1.2. Dias de duração do evento
    - 3.1.3. Atividades do evento
  - 3.2. Organização dos espaços
    - 3.2.1. Número de participantes previstos
    - 3.2.2. Número de salas simultâneas
    - 3.2.3. Formatos de sala
  - 3.3. Palestrantes e convidados
    - 3.3.1. Escolha de palestrante
    - 3.3.2. Contato e confirmação dos oradores
    - 3.3.3. Gestão do atendimento dos oradores
  - 3.4. Protocolo
    - 3.4.1. Amplitude de personalidades convidadas
    - 3.4.2. Disposição da Presidência
    - 3.4.3. Organização do parlamento
  - 3.5. Segurança
    - 3.5.1. Controle de acesso, ponto de vista da Segurança
    - 3.5.2. Coordenação com as FCSE
    - 3.5.3. Controle interno dos espaços
  - 3.6. Emergências
    - 3.6.1. Plano de evacuação
    - 3.6.2. Avaliação das necessidades de emergência
    - 3.6.3. Criação de um ponto de assistência médica
  - 3.7. Capacidades
    - 3.7.1. Avaliação das Capacidades
    - 3.7.2. Distribuição dos participantes no local do evento
    - 3.7.3. Capacidades máximas e decisões a tomar
  - 3.8. Acessos
    - 3.8.1. Estudo do número de acessos
    - 3.8.2. Capacidade de cada um dos acessos
    - 3.8.3. Cálculo *Timing* para entrada e saída em cada acesso
  - 3.9. Transporte
    - 3.9.1. Avaliação das possibilidades de transporte
    - 3.9.2. Acessibilidade do transporte
    - 3.9.3. Transporte próprio ou público Prós e contras
  - 3.10. Localização
    - 3.10.1. Quantos locais o evento possui?
    - 3.10.2. Onde estão localizados?
    - 3.10.3. Facilidade de acesso aos locais

## Módulo 4. A Criação das Candidaturas para Eventos

- 4.1. Escolha do destino
  - 4.1.1. Estudo de destino
  - 4.1.2. Possibilidades do destino, pontos fortes
  - 4.1.3. Infraestrutura do destino
- 4.2. Vantagens do destino
  - 4.2.1. Transporte e facilidades de acesso
  - 4.2.2. Alojamento e locais
  - 4.2.3. Oferta turística
- 4.3. Capacidade do destino
  - 4.3.1. Tipo de evento que pode acolher
  - 4.3.2. Quantos vôos, aeroportos e pistas de pouso dispõe
  - 4.3.3. Salões de congressos *venues* e oferta hoteleira
- 4.4. Oferta cultural e atividades do destino
  - 4.4.1. Oferta gastronômica do destino
  - 4.4.2. Oferta cultural e tempo livre do destino
  - 4.4.3. Atividades a serem realizadas no destino
- 4.5. Alojamento
  - 4.5.1. Estudo de oferta hoteleira
  - 4.5.2. Estudo de oferta de apartamentos, campings e outros
  - 4.5.3. Ofertas de repúblicas estudantis
- 4.6. Transporte
  - 4.6.1. Facilidades de acesso do destino
  - 4.6.2. Acessos e transporte até a *Venue*
  - 4.6.3. Ofertas de transporte interno do destino
- 4.7. Universidades e centros de investigação
  - 4.7.1. Conhecer o número de universidades do destino
  - 4.7.2. Quantos centros de pesquisa dispõe
  - 4.7.3. Currículo ou prestígio das universidades e centros de pesquisa
- 4.8. Instalações esportivas e culturais
  - 4.8.1. Quantas instalações esportivas dispõe o destino
  - 4.8.2. Quantas instalações culturais dispõe o destino
  - 4.8.3. Capacidade das instalações e possibilidades de uso



- 4.9. Gastronomia, arquitetura e arte
  - 4.9.1. Oferta gastronômica da cidade Restaurantes estrela Michelin
  - 4.9.2. Ofertas de museus
  - 4.9.3. Arquitetos reconhecidos ou edifícios singulares do destino
- 4.10. Salões de congressos e de esportes
  - 4.10.1. Número de salões de congresso e convenções
  - 4.10.2. Número de salões de esportes e pavilhão
  - 4.10.3. Infraestrutura Possibilidades dos salões de congressos e esportes

## Módulo 5. Gestão Financeira

- 5.1. Orçamento do evento
  - 5.1.1. Realização do orçamento do evento
  - 5.1.2. *Timing* do orçamento
  - 5.1.3. Apresentação do orçamento
- 5.2. Receitas
  - 5.2.1. Tipo de ingressos
  - 5.2.2. Possibilidades de confirmação de ingressos
  - 5.2.3. Facilidades de pagamento dos ingressos
- 5.3. Gastos
  - 5.3.1. Tipos de gastos: fixos e variáveis
  - 5.3.2. Possibilidades de atuação em função dos gastos
  - 5.3.3. Acordo de pagamentos com fornecedores
- 5.4. Plano de contingência
  - 5.4.1. Quais ações tomar frente ao aumento de gastos
  - 5.4.2. Quais ações tomar frente diminuição de admissão
  - 5.4.3. Porcentagem de gastos imprevistos
- 5.5. Conta de exploração
  - 5.5.1. Realização da conta de exploração
  - 5.5.2. Utilidade da demonstração de exploração
  - 5.5.3. Ações a implementar em função da conta de exploração
- 5.6. Gestão dos Benefícios
  - 5.6.1. Propósito do evento e seus lucros
  - 5.6.2. Gestão de bolsas e ajudas
  - 5.6.3. Possibilidades de investimento

- 5.7. *Fluxo de caixa*
  - 5.7.1. O que é *Cash Flow*?
  - 5.7.2. Contribuições do *Cash Flow*
  - 5.7.3. Ações a serem tomadas em função do *Cash Flow*
- 5.8. Tributação
  - 5.8.1. Fiscalização dos benefícios em função do uso
  - 5.8.2. El IVA y su repercusión (nacional e internacional)
  - 5.8.3. Diferença entre sociedade mercantil ou sem fins lucrativos
- 5.9. Gestão de Comissão
  - 5.9.1. Determinar a meta de comissões
  - 5.9.2. Gestão da comissão em função do cliente
  - 5.9.3. Pacto de convênio com fornecedores
- 5.10. Amortização ROI
  - 5.10.1. Calcular retorno sobre o investimento
  - 5.10.2. *Timing* recuperação de investimentos
  - 5.10.3. Amortizações de inversão ou inversões

## Módulo 6. Estratégias de Gestão em Marketing e Comunicação

- 6.1. Comunicação Estratégica
  - 6.1.1. Comunicação estratégica em eventos
  - 6.1.2. A importância do ambiente na matemática
  - 6.1.3. A aposta das marcas pelo *Long term return*
- 6.2. Comportamento do Consumidor
  - 6.2.1. Nova interpretação da Pirâmide de Maslow
  - 6.2.2. Psicologia do consumidor atual
  - 6.2.3. Google reivindica um novo modelo de comportamento
- 6.3. Propósito da marca
  - 6.3.1. Importância atual do propósito da marca
  - 6.3.2. Encontrar o valor e o propósito da marca
  - 6.3.3. Integração coexistencial do propósito com o RSC
- 6.4. Sustentabilidade como estratégia
  - 6.4.1. Descobrimientos e práticas sustentáveis
  - 6.4.2. Comunicação dos objetivos de desenvolvimento sustentável
  - 6.4.3. Implementação dos ODS nos eventos

- 6.5. Desafios globais de comunicação
    - 6.5.1. Características das Teorias do marketing internacional
    - 6.5.2. *Cross-cultural marketing* e sua aplicação
    - 6.5.3. Transferir marcas e mensagens para outros países
  - 6.6. Publicidade e Marketing
    - 6.6.1. Publicidade tradicional e digital
    - 6.6.2. Criatividade: arte ou ciência
    - 6.6.3. Ações e ferramentas para eventos
  - 6.7. Modelos de análises
    - 6.7.1. Análise interna DAFO e CAME
    - 6.7.2. Análises estratégicas Boston e Ansoff
    - 6.7.3. Análise externa 5 forças de Porter e PESTEL
  - 6.8. Relações com agências de mídia
    - 6.8.1. Coletiva de imprensa, comunicados e outras ferramentas
    - 6.8.2. Capacitação de porta-vozes
    - 6.8.3. Comunicação de crise
  - 6.9. Relação com as agências
    - 6.9.1. Concursos, contratos e outras práticas
    - 6.9.2. Gerenciamento e implementação de projetos
    - 6.9.3. Medição e resultados de projetos
  - 6.10. O plano de comunicação
    - 6.10.1. O plano de comunicação
    - 6.10.2. Desenvolvimento da parte técnica do plano de comunicação
    - 6.10.3. Implementação e seguimento do plano de comunicação
- Módulo 7. Gestão de Marketing e Digitalização de Eventos**
- 7.1. Digitalização de eventos
    - 7.1.1. Novas tecnologias da comunicação
    - 7.1.2. Eventos digitais
    - 7.1.3. *Big Data* Métricas e análises
  - 7.2. Segmentação digital
    - 7.2.1. Novos públicos e tipologia de usuários
    - 7.2.2. Novas variáveis de segmentação
    - 7.2.3. A *Buyer persona* e seu desenvolvimento
  - 7.3. Digitalização da Informação
    - 7.3.1. Pensar e comunicar digitalmente
    - 7.3.2. Novos modelos *Knowledge Management*
    - 7.3.3. *Fake News* e outros inimigos da digitalização
  - 7.4. Gestão da reputação online
    - 7.4.1. Marca pessoal
    - 7.4.2. *Social listening*
    - 7.4.3. *Inbound Marketing*
  - 7.5. *Branding* digital
    - 7.5.1. *Branding* de marca
    - 7.5.2. *Branding* de evento
    - 7.5.3. Ações conduzidas em função da conta exploração
  - 7.6. O Processo de *Benchmarking*
    - 7.6.1. Propósito do evento
    - 7.6.2. Análise da concorrência
    - 7.6.3. *Benchmarking* de resultados
  - 7.7. Campanhas para eventos
    - 7.7.1. *Brainstorming* e baixando ideias
    - 7.7.2. Validade interna e externa da campanha
    - 7.7.3. Implementação da campanha
  - 7.8. Ferramentas digitais
    - 7.8.1. Fixação de objetivos e estratégias
    - 7.8.2. Seleção de canais e plataformas
    - 7.8.3. Otimização dos resultados em tempo real
  - 7.9. Redes sociais
    - 7.9.1. Conhecimento e uso das redes sociais
    - 7.9.2. Os papéis mais importantes para um evento
    - 7.9.3. Execução de uma transmissão ao vivo nas redes sociais para um evento
  - 7.10. Direção de equipes de marketing e comunicação
    - 7.10.1. Habilidades de liderança
    - 7.10.2. Pontos cruciais para um *Management* pragmático
    - 7.10.3. Gestão do dia-a-dia

## Módulo 8. Gestão Operacional e Logística de Eventos

- 8.1. Operação e logística de atividades
  - 8.1.1. Avaliação das necessidades das atividades
  - 8.1.2. Projetar a operação necessária
  - 8.1.3. Conhecer as necessidades pessoais da operação
- 8.2. Logística de transportes e acessos
  - 8.2.1. Logística em função dos tipos de transporte no evento
  - 8.2.2. Logística em função dos acessos
  - 8.2.3. Capacidade dos pontos de acesso e transporte
- 8.3. Gestão de RH do evento
  - 8.3.1. Tipologias de RH disponíveis para o evento
  - 8.3.2. Comunicação interna
  - 8.3.3. Hierarquias e cadeias de poder
- 8.4. Gestão de provedores
  - 8.4.1. Política de comunicação com os provedores
  - 8.4.2. Gestão de operação logística com fornecedores
  - 8.4.3. Adaptabilidade e necessidades de cada fornecedor
- 8.5. Operativa de palestrantes e convidados VIP
  - 8.5.1. Protocolo de contato com os VIPs
  - 8.5.2. Gerir necessidade dos convidados VIP (zonas de acesso, segurança, transporte, etc.)
  - 8.5.3. Gestão da equipe de atenção e assistência VIP Palestrante
- 8.6. Gestão da Acessibilidade
  - 8.6.1. Gerir a acessibilidade do evento Tarefas a realizar
  - 8.6.2. Gastronomia inclusiva e respeitosa
  - 8.6.3. Programas de inclusão para participantes com dificuldades
- 8.7. Gestão de sustentabilidade
  - 8.7.1. Gastronomia de proximidade
  - 8.7.2. Gerenciamento dos resíduos do evento
  - 8.7.3. Seleção de materiais e produtos sustentáveis

- 8.8. Operativa de *Transfers* e transportes Internos
  - 8.8.1. Protocolo de gestão dos *Transfers* dos convidados
  - 8.8.2. A dificuldade do aeroporto e seu operativo
  - 8.8.3. Gestão e resolução de incidências
- 8.9. Operativa de atenção do assistente
  - 8.9.1. *O Hospitality Desk*
  - 8.9.2. Segmentação dos espaços de atenção
  - 8.9.3. Gestão de incidências especiais
- 8.10. Montagem e desmontagem do evento
  - 8.10.1. Cálculo do *Timing* e pessoal para a montagem
  - 8.10.2. Necessidade de logística de montagem
  - 8.10.3. A logística de desmontagem do evento

## Módulo 9. O Patrocínio em Eventos

- 9.1. Planificação e estratégica do patrocínio: eleição do *Target Group*
  - 9.1.1. Aspectos para analisar o setor s patrocinar
  - 9.1.2. Seleção dos melhores patrocinadores
  - 9.1.3. O que se irá patrocinar e as causas do patrocínio
- 9.2. Política do setor Código Deontológico. *Compliance*
  - 9.2.1. Código deontológico de cada setor
  - 9.2.2. A Gestão dos dados dos patrocinadores
  - 9.2.3. Os departamentos de *compliance* e sua importância
- 9.3. Geração do dossiê do patrocínio Apresentação
  - 9.3.1. Apresentação
  - 9.3.2. Identificação
  - 9.3.3. Objetivos
- 9.4. Geração do dossiê do patrocínio Dados técnicos
  - 9.4.1. Identificação de respaldos e avais
  - 9.4.2. Dados históricos
  - 9.4.3. Possibilidades de patrocínio

- 9.5. Gestão de preço de venda
  - 9.5.1. Calcular os preços de venda de patrocínio
  - 9.5.2. Venda individual por conceito
  - 9.5.3. Venda grupal de diferentes patrocínios
- 9.6. Planos e locais das áreas de exposição
  - 9.6.1. Realização do mapa dos *stands*
  - 9.6.2. O que se deve refletir
  - 9.6.3. Fluxo de transito dos participantes
- 9.7. Planificação da zona de exposição
  - 9.7.1. Visualização
  - 9.7.2. Notoriedade
  - 9.7.3. Equidade em função do volume
- 9.8. Políticas de comercialização
  - 9.8.1. Onde vender o patrocínio
  - 9.8.2. Como vender o patrocínio
  - 9.8.3. Prazos de pagamentos e penalizações
- 9.9. Gestão e venda de segmentos de patrocínio
  - 9.9.1. Realização e previsão de patrocínio
  - 9.9.2. Estudo de viabilidade
  - 9.9.3. Consecução objetivos ou replanejamento
- 9.10. Fidelização do patrocínio
  - 9.10.1. Ações para fidelização dos patrocinadores
  - 9.10.2. Serviços a oferecer
  - 9.10.3. Melhorar as inovações

## Módulo 10. Digitalização de Eventos, Desenvolvimento de um Evento Digital

- 10.1. A era Covid-19 nos eventos
  - 10.1.1. Aspectos importantes a conhecer
  - 10.1.2. Seguimento constante Normas sanitárias governamentais
  - 10.1.3. *Timing* para tomar decisões
- 10.2. Planificação do evento digital Roteiro
  - 10.2.1. Criação do roteiro
  - 10.2.2. Elementos a considerar no roteiro
  - 10.2.3. Aspectos a serem refletidos no roteiro Prioridades





- 10.3. Escolha de fornecedores
  - 10.3.1. Eleição do *Partner* tecnológico
  - 10.3.2. Requisitos para solicitar o fornecedor
  - 10.3.3. Escolha de fornecedores Fator preço vs. Fator valor. Experiência
- 10.4. Gestão de redes na internet
  - 10.4.1. Aspectos a serem levados em conta na gestão de redes
  - 10.4.2. Contratação de serviços de internet
  - 10.4.3. Provas de esforço e de saturação das redes
- 10.5. Objetivos de alcance Público
  - 10.5.1. Determinar a audiência que se encaixa enquanto público-alvo
  - 10.5.2. Retransmissão em outros idiomas
  - 10.5.3. Salas a retransmitir
- 10.6. Interação dos participantes Votação
  - 10.6.1. Realização do sistema de interação
  - 10.6.2. Elementos a considerar na interação dos participantes
  - 10.6.3. Formas e procedimentos para desenvolver a interação
- 10.7. Vídeos de introdução *Kyrons*. Música
  - 10.7.1. *Kyrons*
  - 10.7.2. Importância das introduções
  - 10.7.3. Recursos a considerar
- 10.8. Coordenação presencial e digital Palestrantes *in situ* e em forma remota
  - 10.8.1. Contato dos palestrantes
  - 10.8.2. Entrega do plano de ação para os palestrantes
  - 10.8.3. *Timing* e organização de palestras Normas a seguir
- 10.9. Geração de platôs virtuais
  - 10.9.1. Croma
  - 10.9.2. Traseira
  - 10.9.3. Tela de *Leds*
- 10.10. Regência de evento virtual e híbrido
  - 10.10.1. Seguimento do evento através da regência
  - 10.10.2. Roteiro e ordem de retransmissão
  - 10.10.3. Resolução de incidências do diretor

06

# 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”*

## 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”*



*Você terá acesso a um sistema de aprendizagem baseado na repetição, por meio de um ensino natural e progressivo ao longo de todo o programa.*



### Um método de aprendizagem inovador e diferente

Este curso da TECH é um programa de ensino intensivo, criado do zero, que propõe os desafios e decisões mais exigentes nesta área, em âmbito nacional ou internacional. Através desta metodologia, o crescimento pessoal e profissional é impulsionado em direção ao sucesso. O método do caso, técnica que constitui a base deste conteúdo, garante que a realidade econômica, social e profissional mais atual seja adotada.

“*Nosso programa prepara você para enfrentar novos desafios em ambientes incertos e alcançar o sucesso na sua carreira*”

*O aluno aprenderá, através de atividades de colaboração e casos reais, como resolver situações complexas em ambientes reais de negócios.*

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 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 8 elementos didáticos diferentes em cada aula.

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

*Em 2019, entre todas as universidades online do mundo, alcançamos os melhores resultados de aprendizagem.*

Na TECH o aluno aprende através de uma metodologia de vanguarda, desenvolvida para capacitar os diretores do futuro. Este método, na vanguarda da pedagogia mundial, se chama Relearning.

Nossa universidade é uma das únicas que possui a licença para usar este método de sucesso. Em 2019 conseguimos melhorar os níveis de satisfação geral dos nossos alunos (qualidade de ensino, qualidade dos materiais, estrutura dos curso, 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.

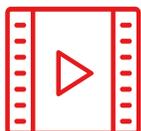
*O Relearning permitirá uma aprendizagem com menos esforço e mais desempenho, fazendo com que você se envolva mais em sua especialização, desenvolvendo o espírito crítico e sua capacidade de defender argumentos e contrastar opiniões: uma equação de sucesso.*

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.



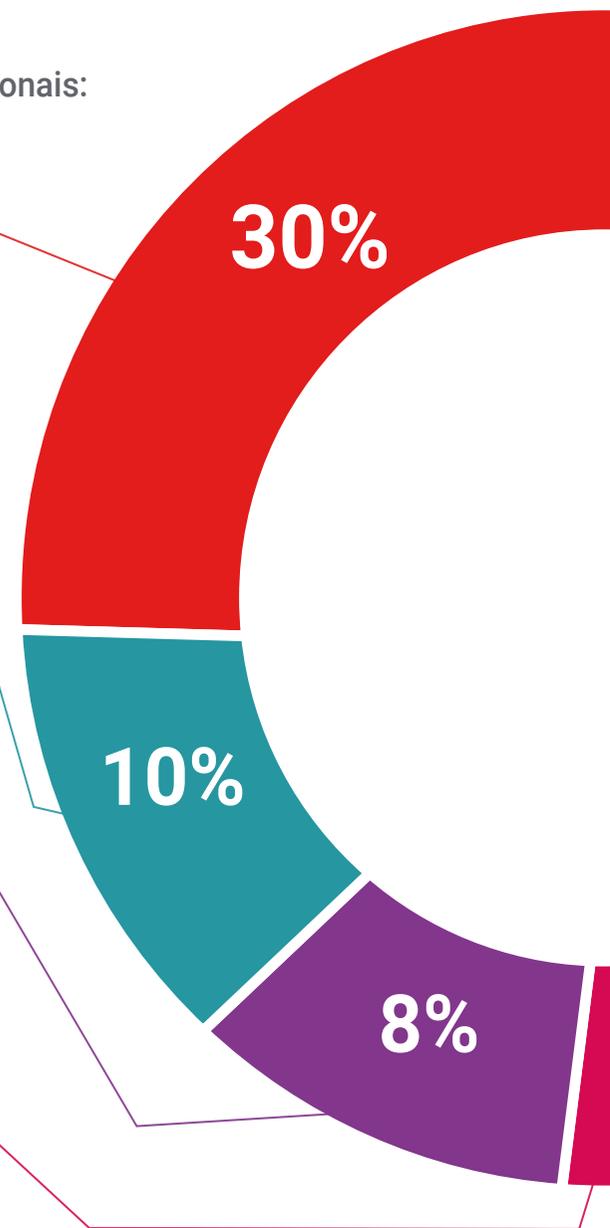
#### Práticas de habilidades e competências

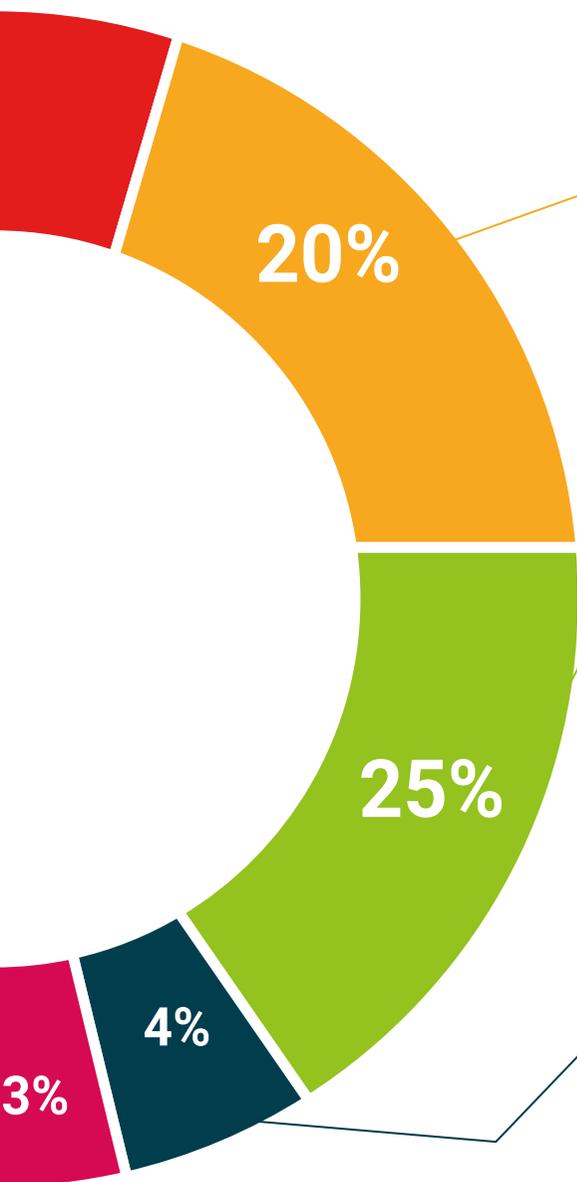
Serão realizadas atividades para desenvolver competências e habilidades específicas em cada área temática. Práticas e dinâmicas para adquirir e ampliar as competências e habilidades que um especialista precisa desenvolver no contexto globalizado em que vivemos.



#### 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 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.



07

# Certificado

O Mestrado Próprio em Organização de Eventos garante, além da capacitação mais rigorosa e atualizada, o acesso a um título de Mestrado Próprio emitido pela TECH Universidade Tecnológica.



“

*Conclua este programa de estudos com sucesso e receba seu certificado sem sair de casa e sem burocracias”*

Este **Mestrado Próprio em Organização de Eventos** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do mercado.

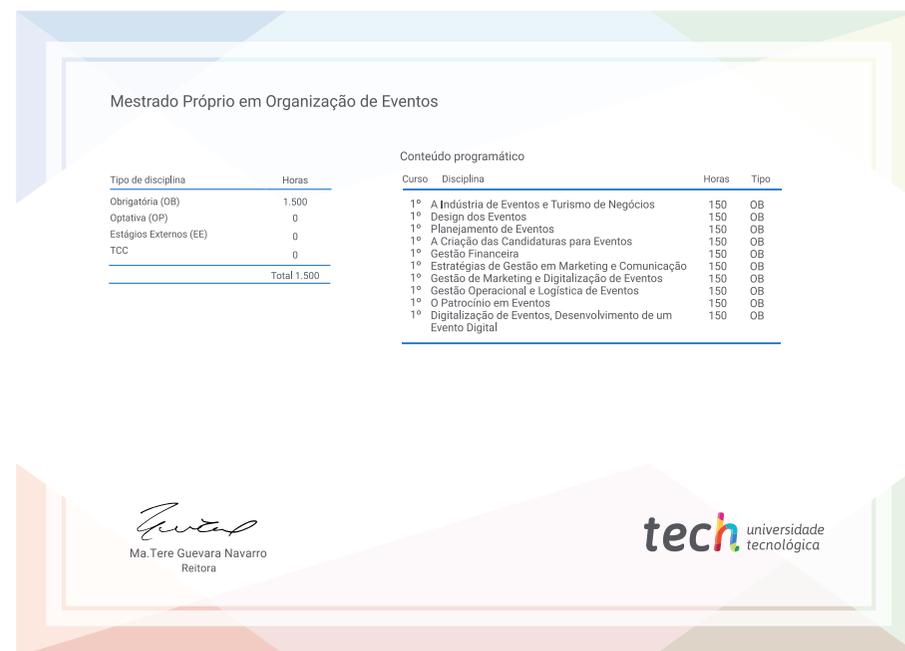
Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio o certificado\* correspondente ao título de **Mestrado Próprio** emitido pela **TECH Universidade Tecnológica**.

O certificado emitido pela **TECH Universidade Tecnológica** expressará a qualificação obtida no Mestrado Próprio, atendendo aos requisitos normalmente exigidos pelas bolsas de empregos, concursos públicos e avaliação de carreira profissional.

Título: **Mestrado Próprio em Organização de Eventos**

Modalidade: **online**

Duração: **12 meses**



\*Apostila de Haia: Caso o aluno solicite que seu certificado seja apostilado, a TECH EDUCATION providenciará a obtenção do mesmo a um custo adicional.

futuro  
saúde confiança pessoas  
informação orientadores  
educação certificação ensino  
garantia aprendizagem  
instituições tecnologia  
comunidade compromisso  
atenção personalizada  
conhecimento inovação  
presente qualidade  
desenvolvimento sustentável

**tech** universidade  
tecnológica

## Mestrado Próprio Organização de Eventos

- » Modalidade: **Online**
- » Duração: **12 meses**
- » Certificado: **TECH Universidade Tecnológica**
- » Horário: **no seu próprio ritmo**
- » Provas: **online**

Mestrado Próprio

Organização de Eventos