



**PROJETO PEDAGÓGICO DE CURSO**  
**Pós-Graduação *Lato Sensu***  
**Gestão de Eventos**

## Sumário

|                                                |    |
|------------------------------------------------|----|
| 1. Nome do Curso e Área do Conhecimento .....  | 3  |
| 2. Características Técnicas do Curso .....     | 3  |
| 3. Público-alvo .....                          | 3  |
| 4. Critérios de Seleção .....                  | 4  |
| 5. Justificativa do Curso .....                | 4  |
| 6. Objetivos do Curso .....                    | 6  |
| 7. Competências e Habilidades do Egresso ..... | 7  |
| 8. Metodologia de Ensino e Aprendizagem .....  | 7  |
| 9. Estágio Não Obrigatório .....               | 10 |
| 10. Matriz Curricular .....                    | 12 |
| 11. Carga Horária .....                        | 12 |
| 12. Conteúdo programático .....                | 12 |
| 13. Infraestrutura Física e Pedagógica .....   | 27 |

## 1. Nome do Curso e Área do Conhecimento

**Nome do Curso:** Gestão de Eventos

**Área de Avaliação (CAPES):** INTERDISCIPLINAR

**Grande Área (CAPES):** MULTIDISCIPLINAR

**Área do Conhecimento (CAPES):** INTERDISCIPLINAR

**Classificação OCDE:** SERVIÇOS

## 2. Características Técnicas do Curso

**Modalidade:** Educação a Distância

**Número máximo de vagas por Polo/Unidade:** 1000 alunos

**Período de Oferecimento:** O curso possui entrada intermitente, respeitadas as datas de início e de fim cadastradas na oferta, bem como observado o período indicado para a sua integralização.

### Limitações legais

Resolução CNE/CES Nº 1, de 06 de abril de 2018, que estabelece normas para o funcionamento de cursos de pós-graduação lato sensu.

O candidato deverá ser graduado com diploma devidamente registrado segundo as normas estabelecidas pelo MEC.

## 3. Público-alvo

O perfil do público-alvo são os graduados em Turismo, Eventos, Gastronomia, Hotelaria, Relações Públicas, Publicidade, Jornalismo, Marketing, Administração, Contabilidade, Secretariado Executivo, Letras, Psicologia, Tecnólogos de Recursos Humanos, Gestão de Marketing, Gestão de Pessoas

e demais áreas de formação que desejam se especializar no planejamento e organização de eventos

#### 4. Critérios de Seleção

O ingresso na pós-graduação será realizado por meio de inscrição no portal da Instituição e entrega dos documentos solicitados. Em seguida, analisados pela área competente.

#### 5. Justificativa do Curso

O setor de eventos é atualmente um grande indutor de desenvolvimento e geração de renda do país. Dados do Ministério do Turismo (MINTUR), apontam que em 2022 estimasse que foram realizados mais de 5 mil eventos e feiras na modalidade presencial e virtual. Para o ano de 2023 o ministério afirma que o calendário de Feiras do Brasil, prevê quase 1000 eventos já agendados e são eventos que irão acontecer em diversas cidades brasileiras com os mais variados públicos e tipo. São eventos que irão impactar os setores de Agropecuária, Indústrias, Comércio, Serviços de Hotelaria, Alimentação e Bebidas, transportes entre outros.

Os principais centros geradores de eventos são: São Paulo, Rio de Janeiro, Santa Catarina e Rio Grande do Sul. As regiões Norte e Nordeste tem impulsionado o setor principalmente quando os eventos contam com ampla oferta de atrativos turísticos que estimulam a permanência dos participantes dos eventos em conhecer as cidades e vivenciar novas experiências em função da imensa diversidade de atrativos naturais - praias e meio ambiente, bem como os atrativos culturais – diversidade gastronômica e o rico patrimônio históricos e culturais de nossas cidades.

Os diversos tipos de eventos favorecem o Brasil que aposta na diversidade cultural, boa malha área e rodoviária, excelente rede hoteleira e de alimentação.

Alguns eventos são significativos para o país e conseqüentemente para as cidades que os recebem, por exemplo o Grande Prêmio de Fórmula 01 que acontece todos os anos em São Paulo (SP) gerando impacto direto e indireto na economia local gerando segundo estimativas do setor R\$1 bilhão em 2021, Festival Folclórico de Parintins (AM) realizado em junho de 2022 injetou na economia local cerca de R\$ 80 milhões, assim como o Festival Rock in Rio que acontece tradicionalmente no mês de setembro no Rio de Janeiro (RJ) injetou na economia carioca cerca de R\$ 2 bilhões, a Feira Agropecuária Expinter realizada em Esteio (RS) movimentou mais de R\$ 7 bilhões em negócios, assim como a Agrishow em Ribeirão Preto (SP), o Carnaval com os Trios elétricos e seus blocos em Salvador (BA), as Vaquejadas no Nordeste entre outros tantos eventos que movimentam a economia local e regional.

Após o período mais crítico da pandemia de COVID 19 e com a vacinação em massa da população mundial, os organismos internacionais e o governo brasileiro observam um aquecimento das viagens de lazer, conseqüentemente de negócios e agora ampliando as possibilidades de negócios com o advento de eventos virtuais e híbridos

A ABEOC (Associação Brasileira das Empresas de Eventos), tem por objetivo “ promover e incentivar as relações entre suas associadas no sentido de incentivar o intercâmbio técnico e comercial, através de cursos, palestras encontros entre seus membros e ser o elo representativo do setor junto ao governos estaduais e federal. O setor de eventos tem se mostrado como um setor muito bem-organizado do ponto de vista das entidades representativas em todas as instâncias.

Dados da *Global Industry Analysts* publicado pelo MINTUR as feiras e eventos movimentaram até 2027 cerca de US\$ 900 bilhões. Cabe as cidades e gestores públicos, entidades de classe e empresariado estarem atentos as movimentações do mercado, ampliar e requalificar os espaços para eventos

públicos e privados, qualificação de profissionais com reconhecidas competências técnicas operacionais para atuarem no setor de eventos, além de ferramentas e tecnologia disponíveis e em operação no mercado.

A pós-graduação em Eventos da nossa instituição de ensino têm o papel de proporcionar ao aluno formação técnica, gerencial e qualidade, comprometida com os valores éticos e sustentáveis para atuação profissional com competência, profissionalismo e criatividade nesse setor cada vez mais competitivo e inovador. Um mercado com oportunidade de negócios para aqueles que desejam empreender e gestores que desejam estar cada dia mais atualizado e contribuindo com a sociedade na geração de emprego, renda e negócios de impacto nas cidades brasileiras.

## 6. Objetivos do Curso

### 6.1. Objetivo Geral

- Capacitar para a tomada de decisões no exercício das funções relativas ao setor de Eventos, nos diversos tipos de organizações, proporcionando-lhes condições de atuação de forma competitiva e sustentável no mercado globalizado.

### 6.2. Objetivos Específicos

- Desenvolver habilidades e competências nas funções de planejamento, organização, execução e avaliação de eventos nos diversos segmentos.
- Expertise em avaliar cenários futuros para a promoção de eventos, desenvolvimento de pesquisa e visão estratégica do mercado de eventos.
- Contribuir com a formação de profissionais éticos e responsáveis pelo desenvolvimento sustentável da cidade, região e do país.

- Estimular o espírito empreendedor na geração de renda e emprego alinhado com os valores éticos e sustentáveis.

## 7. Competências e Habilidades do Egresso

### **Competências**

As competências do pós-graduando desenvolvidas ao longo do curso serão:

- Planejar, organizar, executar e gerenciar a equipes técnicas e operacionais da área de eventos público e privados
- Conhecer os procedimentos técnicos, operacionais e a tipologia do setor bem como as tecnologias e ferramentas utilizadas pelo corpo técnico e operacional.
- Ter visão crítica e de futuro para identificar novos cenários e oportunidades e empreender na área.

### **Habilidades**

- Planejar, Organizar e Executar eventos de toda e qualquer natureza nos diversos segmentos da área de Eventos público e privado
- Captação de recursos financeiros, técnicos e administrativos para a realização de eventos de toda e qualquer natureza nos diversos segmentos da área de Eventos público e privado.
- Estar em alinhado com a ética e a legislação vigente no país.

## 8. Metodologia de Ensino e Aprendizagem

O desenvolvimento das disciplinas do curso se dará no ambiente virtual, onde o aluno cumprirá 40 horas por disciplina.

Estas 40 horas são compostas pelo estudo dos diversos insumos pedagógicos disponibilizados, como:

- ✓ materiais de leitura;
- ✓ videoaulas;
- ✓ slides;
- ✓ podcasts;
- ✓ indicações de leituras extras como artigos e capítulos de livros.

Como parte do modelo acadêmico, também contabilizamos:

- ✓ a interação com os tutores para esclarecimentos de dúvidas pedagógicas (via Fórum);
- ✓ a realização da avaliação disciplinar pelo aluno.

Vale ressaltar que cada aluno é único e tem seu próprio tempo para aprendizagem. Alguns conseguem assimilar o conteúdo com mais agilidade, outros precisam retomar as leituras e videoaulas para tornar sua aprendizagem efetiva.

O tempo gasto pelo aluno para o entendimento de cada disciplina depende também da sua familiaridade com o tema, ou seja, o conhecimento prévio que o aluno tem em relação a temática abordada.

No ambiente virtual, o aluno encontrará o conteúdo das disciplinas, organizados em temas/webaulas.

Para cada um deles, o aluno realizará um conjunto de atividades baseadas em leitura de textos de fundamentação teórica e acesso a recursos audiovisuais.

Um tutor apoiará as atividades realizadas no ambiente virtual, atendendo o aluno nas suas dúvidas por meio de ferramentas de comunicação.

O aluno, ao iniciar os seus estudos, terá um encontro presencial para acolhida/ambientação; esse encontro terá como objetivos:

- ✓ Integrar o aluno ao curso de Pós-Graduação.
- ✓ Dialogar e esclarecer as dúvidas sobre a proposta pedagógica do curso e as regras acadêmicas.

- ✓ Apresentar ao aluno o Ambiente Virtual de Aprendizagem (o primeiro acesso; o envio de documentos; os serviços de secretaria e financeiro; a disciplina Ambientação; a tutoria online; o boletim acadêmico; as disciplinas e seus conteúdos; a biblioteca virtual; entre outros).
- ✓ Proporcionar um momento de Network aos pós-graduandos.

### **Avaliação do Desempenho do Aluno**

O aluno deverá realizar as atividades propostas no ambiente virtual. A realização das atividades irá compor sua frequência no curso, que será considerada para a sua aprovação.

A atividade avaliativa que o aluno realizará para compor a sua média é a Avaliação Virtual (AV); essa atividade é obrigatória e estará disponível no Ambiente Virtual de Aprendizagem – AVA, conforme cronograma de seu curso.

Para a aprovação em cada uma das disciplinas, o aluno deverá obter frequência de, no mínimo, 75% (setenta e cinco por cento) e nota igual ou superior a 7,0 (sete).

As notas devem ser expressas no intervalo de 0 (zero) a 10 (dez).

O aluno que obtiver média inferior a 7,0 (sete) nas disciplinas terá direito ao Programa de Dependência e Recuperação – PDR, mediante a solicitação de requerimento e respeitando o período de jubramento do curso.

O PDR será realizado no ambiente virtual de aprendizagem, sendo que o aluno terá acesso ao conteúdo da disciplina e realizará uma Avaliação Virtual - AV, e a nota obtida substituirá a média do aluno.

Para a obtenção do **Certificado** de Pós-graduação *Lato Sensu* – especialização, o aluno deverá cumprir todas as condições seguintes:

- ✓ Frequência mínima de 75% (setenta e cinco por cento) em todas as disciplinas;
- ✓ Nota igual ou superior a 7,0 (sete) em todas as disciplinas.

### **Certificação**

O Certificado de conclusão de curso de Especialização será acompanhado por histórico escolar, em cumprimento às exigências da Resolução CNE/CES nº1, de 06 de abril de 2018, da Câmara de Educação Superior do Conselho Nacional de Educação.

### **Composição do Corpo Docente**

O corpo docente do curso é constituído por profissionais qualificados, com comprovado saber em sua área de atuação, conforme Resolução CNE/CES nº1, de 06 de abril de 2018, sendo integrado, no mínimo, por 30% (trinta por cento) de portadores de título de pós-graduação *stricto sensu*, isto é, portadores de títulos de Mestrado e Doutorado, obtidos em programas de pós-graduação *stricto sensu* devidamente reconhecidos pelo poder público em território nacional, ou revalidados, conforme legislação vigente. Os demais docentes são certificados em nível de especialização, pós-graduação *lato sensu*, de reconhecida capacidade técnico-profissional.

## **9. Estágio Não Obrigatório**

O estágio curricular não obrigatório tem como finalidade estimular o aluno a desenvolver atividades extracurriculares, para que possa inter-relacionar os conhecimentos teóricos e práticos adquiridos durante o curso e aplicá-los na solução de problemas reais da profissão, proporcionando o desenvolvimento da análise crítica e reflexiva para os problemas socioeconômicos do país, de acordo com a Resolução de Estágio curricular não obrigatório vigente na Instituição.

Os principais objetivos da prática do estágio curricular não obrigatório são:

- I. proporcionar o exercício do aprendizado comprometido com a realidade socioeconômica-política do país;
- II. propiciar a realização de experiências de ensino e aprendizagem visando à educação profissional continuada, alicerçada no desenvolvimento de competências e habilidades e ao exercício do pensamento reflexivo e criativo; e

II. incentivar o trabalho de pesquisa e investigação científica, visando ao desenvolvimento da ciência, da tecnologia e da cultura.

A carga horária é definida pela concedente de estágio, não podendo ultrapassar a carga horária máxima de 6 (seis) horas diárias e 30 (trinta) horas semanais, as quais podem ser realizadas em empresas públicas ou privadas, instituição de pesquisa, órgãos governamentais e não governamentais, e as próprias unidades da Universidade, desde que sigam às condições adequadas para que o estagiário possa aprofundar os seus conhecimentos teóricos e práticos adquiridos no curso.

Para o Curso de Pós-Graduação EAD, a prática do estágio curricular não é obrigatório porém é permitida durante a vigência do curso, não podendo exceder em um mesmo campo de estágio o período de 2 (dois) anos.

Os estágios curriculares não obrigatórios devem estar apoiados em Termo de Compromisso e de comum acordo com a Instituição, devendo explicitar não somente os aspectos legais específicos, como também os aspectos educacionais e de compromisso com a realidade social.

O Planejamento do Estágio Curricular Não Obrigatório é de responsabilidade do coordenador de curso/professor orientador e também do Departamento de Estágios.

## 10. Matriz Curricular

| DISCIPLINAS                                                         | CH PRÁTICA | CH TEÓRICA | CH TOTAL |
|---------------------------------------------------------------------|------------|------------|----------|
| Ambientação                                                         | 0 h        | 0 h        | 0 h      |
| Tipologia de Eventos                                                | 0 h        | 40 h       | 40 h     |
| Cerimonial, protocolo e etiqueta                                    | 0 h        | 40 h       | 40 h     |
| Planejamento e Organização de Eventos                               | 0 h        | 40 h       | 40 h     |
| Gestão estratégica de eventos - presencial, virtual e híbrido       | 0 h        | 40 h       | 40 h     |
| Legislação, mobilização de recursos e leis de incentivos em eventos | 0 h        | 40 h       | 40 h     |
| Assessoria Executiva                                                | 0 h        | 40 h       | 40 h     |
| Empreendedorismo                                                    | 0 h        | 40 h       | 40 h     |
| Negociação e marketing empresarial                                  | 0 h        | 40 h       | 40 h     |
| Qualidade em serviços e a satisfação do cliente                     | 0 h        | 40 h       | 40 h     |

## 11. Carga Horária

A carga horária de 360 h constitui o conteúdo ministrado em 9 (nove) disciplinas.

## 12. Conteúdo programático

### Disciplina: Ambientação

**Ementa:** Ensino a distância: características desta modalidade de estudo. A tecnologia e o ensino à distância. Legislação do Ensino a Distância no Brasil. Aspectos relacionados ao perfil no Ensino a Distância.

**Competências e Habilidades:**

- Compreender a modalidade de ensino a distância.
- Identificar uma relação entre tecnologia e educação no contexto do EAD;
- Discutir elementos da legislação do ensino a distância no Brasil;
- Refletir sobre o perfil do aluno em ensino a distância.

**Conteúdo Programático 1:** Introdução ao Ensino a Distância.

**Conteúdo Programático 2:** Tecnologia e educação.

**Conteúdo Programático 3:** Legislação do Ensino a Distância no Brasil.

**Conteúdo Programático 4:** Perfil do aluno no Ensino a Distância.

**Bibliografia básica:**

BRASIL. Ministério da Educação. **Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional - Lei n. 9.394/96.** Brasília, 1996. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l9394.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9394.htm). Acesso em: 6 dez. 2022.

BRASIL. Ministério da Educação. **Resolução CNE/CP n. 7, de 18 de dezembro de 2018.** Brasília, 2018. Disponível em: [https://normativasconselhos.mec.gov.br/normativa/view/CNE\\_RES\\_CNECESN72018.pdf](https://normativasconselhos.mec.gov.br/normativa/view/CNE_RES_CNECESN72018.pdf). Acesso em: 6 dez. 2022.

GIL, H. A passagem da Web 1.0 para a Web 2.0 e... Web 3.0: potenciais consequências para uma 'humanização' em contexto educativo. 2014. **Boletim informativo Cybercentro Castelo Branco.** Castelo Branco, 2014. Disponível em: <https://repositorio.ipcb.pt/bitstream/10400.11/2404/1/A%20passagem%20da%20Web%20Henrique.pdf>. Acesso em: 6 dez. 2022.

MEYER, A. I. da S. Conceituando a Educação a Distância. **Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação**, v. 8, n. 1, p. 590-601, [s. l.], 2022. Disponível em: <https://periodicorease.pro.br/rease/article/view/3835>. Acesso em: 6 dez. 2022.

VAZ, M. L. de L.; RIBEIRO, F.; COSTA, L. A. da. Os desafios da educação a distância on-line e a remotividade na nova engenharia educacional. **Brazilian Journal of Science**, v. 1, n. 4, p. 79-86. Goiás, 2022. Disponível em:

<https://www.brazilianjournalofscience.com.br/revista/article/view/79>. Acesso em: 6 dez. 2022.

VIEIRA, D. M. L.; COSTA, L. A.; VAZ, M. L. L. Um novo olhar para a educação a distância. In: MACHADO, G. E.; COSTA, S. C.; SILVA, K. R. P. **Debates contemporâneos: perspectivas e reflexões atuais**. Santa Maria: Arco, 2021.

### **Bibliografia Complementar:**

BAPTISTA, M. M. Internet: auxílio à educação. **BIBLOS - Revista do Instituto de Ciências Humanas e da Informação**, v. 16, p. 37- 44, [s. l.], 2004. Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/23717>. Acesso em: 6 dez. 2022.

MOORE, M.; KEARSLEY, G. **Educação a distância: uma visão integrada**. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

MORAN, J. M.; MASETTO, M. T.; BEHRENS, M. A. **Novas tecnologias e mediação pedagógica**. 21. ed. Campinas: Papirus, 2013.

PIVA, D. J.; PUPO, R.; GAMEZ, L. et al. **EAD na prática: planejamento, métodos e ambientes de educação on-line**. São Paulo: Elsevier, 2011.

## **Disciplina: Tipologia de Eventos**

**Ementa:** Conceitos sobre eventos. Marcos históricos e conceituais. Tipologia, classificação e natureza dos eventos. Mercado de eventos e tendências.

### **Competências e Habilidades:**

- Identificar a tipologia e a classificação dos eventos
- Conhecer o segmento de eventos e sua evolução
- Analisar o mercado de eventos, suas demandas e características regionais e nacionais
- Dominar as técnicas empregadas em cada tipo de evento.

**Conteúdo Programático 1:** Conceituação sobre Eventos. Evolução histórica dos eventos.

**Conteúdo Programático 2:** Classificação dos eventos: porte, categoria, localização, área de interesse, data de realização, perfil do participante, etc.

**Conteúdo Programático 3:** Tipologia de eventos: eventos corporativos, eventos técnicos e científicos, eventos sociais, eventos esportivos.

**Conteúdo Programático 4:** Contextualização do mercado de eventos regional e nacional. Tendências de mercado

**Bibliografia básica:**

OLIVEIRA, A. P. **Gestão de projetos e eventos**. Londrina: Editora e Distribuidora Educacional S.A., 2020

FUNCIA, T. . **Turismo e hospitalidade em evento**. Londrina: Editora e Distribuidora Educacional S.A., 2019.

MATIAS, M.. **Organização de Eventos**: Procedimentos e Técnicas. 6ª. edição. Barueri: Editora Manole, 2013.

**Bibliografia Complementar:**

MENDONÇA, M. J., A. e PENNA G.A.P., J. **Planejamento e Organização de Eventos**, São Paulo: Editora Saraiva, 2014.

PAIVA, H. A.B. P. e NEVES, F. M. **Planejamento estratégico de eventos**. São Paulo. São Paulo: Editora Grupo Gen, 2008.

MATHIAS, M. (ORG) **Planejamento, organização e sustentabilidade em eventos culturais, sociais e esportivos**. Barueri, SP: Manole, 2011

## **Disciplina: Cerimonial, Protocolo e etiqueta**

**Ementa:** Conceitos – Cerimonial, Etiqueta, protocolo e Ética. Funções do Cerimonial. Visão histórica do Cerimonial, Ordem de precedência. Execução e avaliação do Cerimonial. O tratamento, Trajes, Símbolos. Diversas solenidades – especificidades.

**Competências e Habilidades:**

- Conhecer os atos cerimoniais e protocolares dos diversos tipos de eventos bem como sua tipologia
- Conhecer as regras de Etiquetas para os diversos tipos de ambiente e ocasiões

- Conhecer os atos protocolares para as instituições públicas de acordo com o Cerimonial da Presidência da República
- Conhecer os atos e regras protocolares para o uso dos Símbolos Nacionais

**Conteúdo Programático 1:** Conceito de cerimonial e protocolo; Cerimonial no Brasil e sua evolução histórica; Origem e evolução histórica do cerimonial no mundo; Cerimonialistas e mestre de cerimônias.

**Conteúdo Programático 2:** Ordem de precedência. Critérios de precedência; A Precedência e a representação de autoridades; Ordem geral de precedência para composição de mesas; Cerimonial empresarial; Cerimonial social, Cerimonial universitário, Cerimonial esportivo

**Conteúdo Programático 3:** Uso dos Símbolos Nacionais (A Bandeira Nacional); O uso dos símbolos nacionais (O Hino Nacional); O uso dos símbolos nacionais (O selo e o Brasão). O uso dos símbolos nacionais – A Faixa Presidencial

**Conteúdo Programático 4:** Convites e pronomes de tratamento; Etiqueta no vestir; Etiqueta à mesa; Etiqueta profissional.

#### **Bibliografia básica:**

YANES, A. F. **Cerimonial, Protocolo e Etiqueta em Eventos**. São Paulo; Editora Saraiva, 2014

OLIVEIRA, A. S. **Organização de eventos, protocolo e cerimonial:** do público ao corporativo, do presencial ao digital. Curitiba: Editora Intersaberes Ltda., 2022

WENER, **A Etiqueta social e empresarial**. 2ª ed. ver. e ampliada. Curitiba: Editora Intersaberes Ltda, 2019 .

#### **Bibliografia Complementar:**

PAIVA, H. A.B. P. e NEVES, F. M. **Planejamento estratégico de eventos**.

São Paulo: Editora; Grupo Gen, 2008

MENDONÇA, M. J., A. e PENNA G.A.P., J. **Planejamento e Organização de Eventos**., São Paulo: Editora Saraiva, 2014.

KALLIU, G. Chic : **Um guia de moda e estilo para o Século XXI**. 1ª ed. São Paulo: Editora Senac, 2011.

## **Disciplina: Planejamento e Organização de Eventos**

**Ementa:** Planejamento e organização de eventos de acordo com sua tipologia e classificação. As fases do evento, concepção, pré-evento, transevento e pós-evento. Execução do Cronograma de atividades e check list, documentação e Secretaria do evento e fechamento do evento.

### **Competências e Habilidades:**

- Planejar, organizar e executar eventos de acordo com sua tipologia e categoria
- Diferenciar os momentos referentes ao planejamento, organização, operação e execução de eventos;
- Experimentar uma situação real de um evento acadêmico, literário ou esportivo.

**Conteúdo Programático 1:** Planejamento e organização de eventos: Conceituação. Concepção e Pré-evento: elementos que o ajudem a criar o corpo do evento. Modelos de projeto, cronograma, briefing e checklist.

**Conteúdo Programático 2:** Per ou transevento – Controle de entrada, participantes, palestrantes, serviços de hospedagem, alimentação e transportes, check list e apoio. Coordenação executiva, controle financeiro, técnico-administrativo e social do evento.

**Conteúdo Programático 3:** Pós-evento – Pesquisa de satisfação do público envolvido, execução financeira aos fornecedores, trabalhadores, fechamento do caixa e borderô de pagamento. avaliação técnica, administrativa e dos participantes. Confrontação dos resultados esperados com os obtidos.

**Conteúdo Programático 4:** Estratégias de Comunicação, ações de Propaganda e Marketing para a divulgação do evento durante todas as fases. Fluxograma. Parcerias.

### **Bibliografia básica:**

MATIAS, M. Organização de Eventos: Procedimentos e Técnicas. 6ª. edição. Barueri: Editora Manole, 2013.

MENDONÇA, M. J., A. e PENNA G.A.P., J. **Planejamento e Organização de Eventos.**, São Paulo: Editora Saraiva, 2014.

PAIVA, H. A.B. P. e NEVES, F. M. **Planejamento estratégico de eventos.** São Paulo: Editora Grupo Gen, 2008.

#### **Bibliografia Complementar:**

FUNCIA, T. **Turismo e hospitalidade em evento.** Londrina: Editora e Distribuidora Educacional S.A., 2019.

CARNEIRO, E.S. **Administração aplicada à gastronomia.** Londrina: Editora e Distribuidora Educacional S.A., 2018.

REIS, J. **Sou produtor de eventos: diário de bordo para o aperfeiçoamento profissional.** São Paulo: Editora Senac, 2019.

### **Disciplina: Gestão estratégica de eventos - presencial, virtual e híbrido**

**Ementa:** O processo de planejamento e gestão estratégica de eventos como negócio aliado aos recursos empregados para a execução e viabilidade técnica. Eventos e suas modalidades: presenciais, virtual e híbrido. Técnicas básicas no processo de mídias em eventos

#### **Competências e Habilidades:**

- Gerenciar negócios de toda e qualquer natureza – execução orçamentária, indicadores de performance (KPIS) e pessoas.
- Conhecer os elementos básicos do marketing de eventos.
- Reconhecer tendências em marketing de eventos.
- Compreender as estratégias de marketing para eventos.
- Compreender o Mix Marketing e aplicar suas estratégias.
- Identificar as ferramentas e fornecedores para a realização de eventos presenciais
- Identificar as ferramentas e fornecedores para a realização de eventos virtuais e híbridos
- Execução de eventos de toda e qualquer natureza.

- Reconhecer a importância na elaboração, organização e montagem de eventos e desenvolvimento da habilidade para aplicação de técnicas de marketing na divulgação e elaboração de eventos.

**Conteúdo Programático 1:** Gerenciamento do esforço de marketing (planejamento, implementação e controle). Características dos serviços. Entendimento dos principais componentes de marketing (Preço, Praça, Produto e Promoção) e de marketing de serviços (pessoas, processos e suporte físico). Classificações em serviços.

**Conteúdo Programático 2:** Processo de marketing: análise das oportunidades e ameaças de mercado; seleção dos mercados-alvo; mensuração e previsão da demanda; segmentação e posicionamento de mercado; Composto de marketing ampliado para serviços: produto/serviço, preço, localização, promoção, pessoas, processos, tangibilidades (evidências físicas). Marketing de relacionamento, Falhas e recuperação em serviços.

**Conteúdo Programático 3:** Gerenciamento do negócio em eventos – planejamento de pessoas. Modelagem do trabalho. Captação de pessoas. Capacitação de pessoas. Princípios de planejamento e infraestrutura logística em eventos. Técnicas básicas no processo de mídias em eventos.

**Conteúdo Programático 4:** Ferramentas de gestão e tecnologia para eventos presenciais; Ferramentas de gestão e tecnologia para eventos virtuais e híbridos. Sistema de gerenciamento de plataforma digitais para inscrição e credenciamento em eventos presenciais, virtuais e híbridos. Criação, elaboração, gestão, execução e implantação de projetos em eventos.

#### **Bibliografia básica:**

REIS, J. **Sou produtor de eventos: diário de bordo para o aperfeiçoamento profissional.** São Paulo: Editora Senac, 2019

NUNES, S. R. SANTANA, G. A. **Tecnologia da informação.** Londrina: Editora e Distribuidora Educacional S.A. 2018

AKABANE, G. K. **Gestão estratégica da tecnologia da informação: conceitos, metodologias, planejamento e avaliações.** São Paulo: Grupo GEN, 2012.

#### **Bibliografia Complementar:**

OMT (Organização Mundial do Turismo) **E-Business para o Turismo.** 1ª ed. tradução Roberto Cataldo Costa. Porto Alegre: Editora Bookman 2003.

BEM-SHUSHAN, E.; ALROY, A. e KATZ, B. **Event Success: Maximizing the Business Impact of In-Person, Virtual, and Hybrid Experiences** 1ª ed New Jersey NY Editora: Wiley. 2022.

LARA, S. Eventos corporativos presenciais, on-line e híbridos 2021, edição Kindle. 2021.

## **Disciplina: Legislação, captação de recursos e leis de incentivos em eventos**

**Ementa:** Legislação sobre o setor de Eventos. Lei Geral do Turismo. Cadastur. Legislação municipal (alvarás e licenças). Serviços de Alimentação em Massa. Contrato de prestação de serviço e sua natureza jurídica. Código de Defesa do Consumidor. Leis de Incentivos Governamentais e Normas de Segurança em Eventos (ABNT).

### **Competências e Habilidades:**

- Compreender a natureza jurídica do setor de eventos
- Compreender a licitude de contratos de prestação de serviços entre as partes envolvidas na organização e execução de eventos.
- Compreender a dinâmica do Código de Defesa do Consumidor e as Leis de Incentivos Governamentais
- Normas de Segurança em Eventos ABNT

**Conteúdo Programático 1:** Identificar a natureza jurídica do setor de eventos e a Lei Geral do Turismo e Cadastur.

**Conteúdo Programático 2:** Contratos, atos licitatórios, licenciamentos estaduais e municipais. Leis de Incentivos para eventos

**Conteúdo Programático 3:** A importância do Código de Defesa do Consumidor para o setor de eventos e a natureza jurídica dos contratos de prestação de serviços entre os operadores do setor.

**Conteúdo Programático 4:** Normas de Segurança em Eventos ABNT, Licenças municipais (alvarás e licença) e Serviços de Alimentação para eventos de massa.

### **Bibliografia básica:**

SENADO FEDERAL. **Código de Defesa do Consumidor e normas correlatas**. 4. ed. Brasília, DF: Senado Federal, Coordenação de Edições Técnicas, 2020. 131 p.

COSTA, R. I. P. **Direito civil - Teoria Geral dos Contratos**. Londrina: Editora e Distribuidora Educacional S.A., 2018.

GOMES, F. F **Direito Eletrônico e Internet** Londrina: Editora e Distribuidora Educacional S.A., 2016.

#### **Bibliografia Complementar:**

MATIAS, M.. **Organização de Eventos: Procedimentos e Técnicas**. 6ª. edição. Barueri: Editora Manole, 2013.

Associação Brasileira de Normas Técnicas – ABNT Normas para eventos **ABNT NBR 16004** Classificação e Terminologia em Eventos; **ABNT NBR 16513** Organização de Eventos; **ABNT NBR 16988** Locais para Eventos. Disponível em <https://www.abnt.org.br/> acesso 29/10/2022

Associação Brasileira de Normas Técnicas – ABNT Sistema de Gestão e sustentabilidade em Eventos **ABNT NBR ISO 20121**. Disponível em <https://www.abnt.org.br/> acesso 29/10/2022

### **Disciplina: Assessoria Executiva**

**Ementa:** Desenvolver ações de gestão e assessoria executiva das empresas de serviços de hospitalidade, gestão e planejamento estratégico do negócio. Função e perfil do assessor executivo. Análise ao ambiente interno e externo ao negócio com base na sustentabilidade e competitividade.

#### **Competências e Habilidades:**

- Compreender o papel das empresas de serviços de hospitalidade e do setor de eventos
- Desenvolver o senso crítico para analisar o ambiente interno e externo do negócio e a competitividade no mercado.
- Elaborar o plano de negócios e marketing da empresa de forma ética e sustentável
- Gerenciamento das informações com foco na competitividade e eficiência empresarial.

**Conteúdo Programático 1:** A natureza das empresas de serviços da hospitalidade com ênfase no mercado de eventos.

**Conteúdo Programático 2:** As ferramentas de análise do macro ambiente empresarial, ambientes internos e externos e a concorrência no mercado.

**Conteúdo Programático 3:** A importância estratégica do plano de negócio e de marketing para a empresa na busca pela sustentabilidade empresarial alicerçado no tripé, ética, sustentabilidade e competitividade.

**Conteúdo Programático 4:** Análise das informações ao ambiente da empresa com foco na competitividade e eficiência empresarial.

#### **Bibliografia básica:**

TAVARES, J. C. ; BERNARDES, R.; FRANCINI, W.S. **Gestão da inovação e geração de valor em pequenas e médias empresas**. 1ª ed São Paulo: Editora Senac 2018.

ISIDORO, C. . **Avaliação de desempenho de empresas** 1ª ed. São Paulo; Editora Pearson. 2016

PETER, S. C. C; MARCONDES, R.C.; CESAR, A.M **Administração e Estratégica** 2ª ed. São Paulo: Ed Pearson, 2005.

#### **Bibliografia Complementar:**

MACHADO, M. D. e SILVA, L. F. **Comunicação empresarial**. Série Universitária São Paulo: Editora Senac 2020.

LASHLEY, C. e SPOLON, A. P. **Administração de pequenos negócios de hospitalidade: guia gestor**. Rio de Janeiro: Elsevier 2011.

VALERIANO, D. **Gerenciamento Estratégico e Administração por Projetos** 1ª ed São Paulo: Editora Pearson, 1996

## **Disciplina: Empreendedorismo**

**Ementa:** A proposta desta disciplina é apresentar aos estudantes os fundamentos, processos e tendências do empreendedorismo, mostrando a necessidade do empreendedor ampliar o seu entendimento sobre o mercado e as estratégias de negócios para obter os resultados esperados.

## **Competências e Habilidades**

- Propiciar o conhecimento das habilidades que um empreendedor deve ter
- Compreender como a realidade socioeconômica e o ambiente interferem nas decisões do empreendedor.
- Propor ações para o crescimento contínuo e sustentado.
- Propiciar ao aluno o conhecimento necessário para iniciar um novo negócio.

## **Conteúdo Programático 1: O perfil do empreendedor.**

Evolução do conceito de empreendedor ao longo da história pontuando: tipos de empreendedor; Atitudes e Habilidades Empreendedoras; Características dos comportamentos empreendedores; as diferentes maneiras de empreender. Empreendedorismo Social x Corporativo; Intraempreendedorismo x empreendedorismo.

## **Conteúdo Programático 2: Analisando oportunidades**

Avaliação de Oportunidades. Geração de ideias de negócios e fonte de ideias; transformando ideias em oportunidade de negócios; como avaliar oportunidades de negócios; um pouco sobre criatividade e inovação. Análise de Mercado: macro e microambientes.

## **Conteúdo Programático 3: Plano de Negócios**

Planejamento estratégico de negócio; Descrição da empresa; Produtos e Serviços; Plano de marketing; Plano de produção e prestação de serviços; Plano Financeiro; Alternativas para captação de recursos para novos empreendimentos; Parcerias e alianças estratégicas;

## **Conteúdo Programático 4: Iniciando o negócio**

Pensando a empresa. Tipos de empresas: Micro/MEI; franquias, incubadoras, start ups, ciclo de vida de empresa, ciclo de vida de produto; Análise do setor de atuação; nicho de mercado, público-Alvo. Recursos e Parcerias. Lançamento do produto/serviço.

## **Bibliografia básica:**

BARON, Robert A.; SHANE, Scott A.; **Empreendedorismo: Uma visão do processo**. 1. ed. São Paulo: Cengage Learning: 2006.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo dando asas ao espírito empreendedor**. 2.ed. rev. e atualizada São Paulo: Saraiva, 2007.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Transformando ideias em negócios**. São Paulo: Atlas, 2016.

LONGENECKER, J. C.; PALICH, L. E. **Administração de pequenas empresas**. São Paulo: Thomson, 2007.

OSTERWALTER, Alexander; PIGNEUR, Yves. **Business Model Generation: Inovação Em Modelos De Negócios**. 1ª ed. Rio de Janeiro: Alta Books, 2011.

#### **Bibliografia Complementar:**

ARAULO FILHO, Geraldo Ferreira. **Empreendedorismo criativo**. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2007.

DRUKER, Peter Ferdinand. **Inovação e espírito empreendedor**. São Paulo: Pioneira, 1987.

RIES, Eric. **A Startup Enxuta**: como os empreendedores atuais utilizam a inovação contínua para criar empresas extremamente bem-sucedidas. São Paulo: Lua de Papel, 2012.

TIGRE, P. B. **Gestão da inovação: a economia da tecnologia do Brasil**. Rio de Janeiro: Elsevier. 2006. 7ª Ed.

## **Disciplina: Negociação e Marketing Empresarial**

**Ementa:** Conceitos e fundamentos básicos da Administração e Negociação, etapas e métodos, bem como aspectos periféricos ao tema, como a gestão de conflitos, ética e planejamento. Comunicação aplicada a negociação e principais gatilhos e técnicas de persuasão; Princípios de Marketing, diferenciação de produtos e serviços e análise do composto mercadológico; Segmentação de Mercados, posicionamento e marketing de relacionamento.

#### **Competências e Habilidades:**

- Analisar cenários e desenvolver estratégias para negociação e marketing;
- Utilizar ferramentas e táticas de negociação para conquista de objetivos de marketing;
- Comunicar-se com clareza em momentos de negociação e com públicos de interesse;

- Gerenciar tempo e atividades de comunicação e relacionamento.

**Conteúdo Programático 1:** Conceitos básicos de Administração e Negociação.

**Conteúdo Programático 2:** Comunicação aplicada a negociação.

**Conteúdo Programático 3:** Princípios de Marketing e marketing mix.

**Conteúdo Programático 4:** Posicionamento e Segmentação de Mercados.

#### **Bibliografia:**

FERREIRA, A. A. **Gestão Empresarial:** de Taylor aos nossos dias – evolução e tendências da moderna administração de empresas. São Paulo: Pioneira, 1997.

FISHER, R; URY, W. **Como chegar ao sim:** a negociação de acordos e concessões. Rio de Janeiro: Imago, 1985.

KOTLER, P. **Administração de Marketing.** 12. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.

KOTLER, P. **Marketing 4.0** – Do tradicional ao digital. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2017.

KOTLER, P. **Marketing Essencial.** São Paulo: Prentice Hall, 2005.

MARTINELLI, D.P. **Negociação:** Aplicações Práticas de uma Abordagem Sistêmica. São Paulo: Saraiva, 2012.

SPARKS, D. B. **A dinâmica da negociação efetiva:** como ser bem-sucedido através de uma abordagem do ganha-ganha. São Paulo: Nobel, 1992.

WEINSCHENK, M. B. **Como convencer as pessoas a fazer o que você quer.** Rio de Janeiro: Sextante, 2015.

## **Disciplina: Qualidade em serviços e a satisfação do cliente**

**Ementa:** A disciplina de Qualidade em Serviços e Satisfação do Cliente, traz a discussão teórica, prática e estratégica destas duas variáveis, bem como dos

modelos de mensuração reconhecidos internacionalmente. Apresentar os conceitos acerca da qualidade em serviços e a satisfação do cliente, bem como a importância destas variáveis no contexto organizacional de resultados, a sua operacionalização e mensuração, para que o aluno desenvolva habilidades que o direcionem ao delineamento de estratégias e a tomada de decisões assertivas.

#### **Competências e Habilidades:**

- Desenvolver no aluno a capacidade em desenvolver planos de gestão de atendimento
- Capacitar o aluno para avaliar a jornada do cliente em negócios e promover melhorias de qualidade
- Compreender os cenários de mercado e oportunidades ligadas a qualidade no atendimento
- Ensinar o aluno a analisar e compor estratégias e táticas de experiência do cliente

**Conteúdo Programático 1:** Percepção do Cliente: conceitos. Comportamento do Consumidor. Necessidade de mensuração da qualidade em serviços e da satisfação dos clientes. A mente do cliente e o neuroatendimento.

**Conteúdo Programático 2:** Pressupostos acerca dos serviços e da qualidade em serviços. A importância da qualidade em serviços para o sucesso das organizações. O papel dos serviços na oferta de bens tangíveis: agregando valor aos produtos, com um pacote de serviços. A importância do POP – Procedimento Operacional Padrão e Scripts de atendimento.

**Conteúdo Programático 3:** As expectativas dos Clientes. A qualidade em serviços como fator determinante da satisfação dos clientes. As dimensões da qualidade em serviços: o que os clientes avaliam? O tripé da Experiência do Cliente. Modelo OETE de atendimento ao cliente. Gestão 1D3A1H. Como eliminar fricções de atendimento.

**Conteúdo Programático 4:** O modelo SERQUAL de mensuração da qualidade percebida pelo cliente em serviços. Questionário para avaliação da percepção

dos clientes acerca da qualidade em serviços. O que deve ser adequado ou melhorada a partir dos resultados obtidos do SERVQUAL. Tipos de pesquisas de satisfação: NPS, CSAT, CES.

#### **Bibliografia básica:**

CORRÊA, H. L. **Gestão de serviços: lucratividade por meio de operações e de satisfação de clientes**. São Paulo: Atlas, 2002

FITZSIMMONS, J, A. **Administração de Serviços: operações, estratégia e tecnologia da informação**. Porto Alegre; Bookman, 2005

COELHO, F. **Customer Experience Descomplicado**. Santa Catarina. Editora Autores do Brasil, 2020.

BLANCHARD, K. **Experiência inesquecível para o cliente: Estratégias para revolucionar o atendimento**. Figurati, 2015.

#### **Bibliografia complementar:**

LOVELOCK, C. H. **Serviços: marketing e gestão**. São Paulo: Saraiva, 2002

NÓBREGA, K. C. **Falando de serviços: um guia para compreender e melhorar os serviços em empresas e organizações**. São Paulo: Atlas, 2013

KOTLER, P. **Marketing de Serviços profissionais**. São Paulo: Manole, 2002.

### **13. Infraestrutura Física e Pedagógica**

O aluno encontrará todo o conteúdo do curso e assistirá às aulas gravadas no ambiente virtual. Para assistir às aulas é fundamental que as especificações abaixo sejam obedecidas, possibilitando, assim, uma recepção de maior qualidade dos vídeos.

#### **Hardware:**

- Processador Intel Core 2 Duo ou superior.
- 2Gb de Memória RAM.
- Placa de vídeo com resolução 1024x768, qualidade de cor 32 bits e compatível com Microsoft DirectShow.

- Microsoft DirectX 9.0c ou posterior.

**Software:**

- Navegador: Firefox, Google Chrome, Internet Explorer (sempre atualizado).
- Sistema Operacional: Windows XP ou posterior.
- Adobe Flash Player (atualizado).
- *Plugin* de vídeos SilverLigth (atualizado)

**Rede:**

- Conexão com a Internet banda larga de no mínimo 2 MB.
- Em caso de acesso em ambientes corporativos além da velocidade, é necessário verificar as condições de segurança de rede de sua empresa e se certificar que o site não estará bloqueado.

Adicionalmente, é prevista a utilização da biblioteca virtual para consultas bibliográficas e pesquisa de assuntos referentes às disciplinas ministradas.

