



MINISTÉRIO DA CIÊNCIA E DO ENSINO SUPERIOR  
DIRECÇÃO-GERAL DO ENSINO SUPERIOR  
INSTITUTO POLITÉCNICO DE TOMAR

**ESCOLA SUPERIOR DE GESTÃO DE TOMAR**  
**CURSO DE GESTÃO TURÍSTICA E CULTURAL**

**PROGRAMA**

**ORGANIZAÇÃO E GESTÃO DE EVENTOS**

**3º ANO**

Docente: **Sónia Pais Pereira**, Equiparada a Assistente do 1º Triénio  
Ano Lectivo: **2006 / 2007**  
Regime: **Semestral** (1º Semestre)  
Carga Horária: **2 TP**

**OBJECTIVOS:**

A disciplina de Organização e Gestão de Eventos tem como objectivos gerais munir os alunos das ferramentas de gestão e de planeamento necessárias à organização de qualquer tipo de evento, assim como sensibilizá-los para o papel que o sector dos eventos representa no sistema turístico.

**CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS:**

**1. Eventos e Turismo**

- 1.1. Definição de evento
- 1.2. Diversidade, semelhanças, importância e complexidade dos eventos
- 1.3. Os eventos e o turismo:
  - 1.3.1. Integração no sistema turístico
  - 1.3.2. Impactes no sistema turístico

**2. Impactes dos Eventos**

- 2.1. Sociais e culturais
- 2.2. Infraestruturais e ambientais
- 2.3. Políticos
- 2.4. Económicos

### **3. Actores nos Eventos**

- 3.1. Produtores de eventos
- 3.2. Comunidade anfitriã
- 3.3. Patrocinadores
- 3.4. Comunicação Social
- 3.5. Equipa de trabalho
- 3.6. Participantes e espectadores

### **4. Marketing de Eventos**

- 4.1. Pesquisa de mercado
- 4.2. Análise SWOT
- 4.3. Público-alvo
- 4.4. Marketing Mix
- 4.5. Planeamento de marketing

### **5. Planeamento de Eventos**

- 5.1. Perspectiva estratégica
  - 5.1.1. Missão
  - 5.1.2. Definição de objectivos
  - 5.1.3. Análise da situação
  - 5.1.4. Identificação de opções estratégicas
  - 5.1.5. Escolha da estratégia
  - 5.1.6. Desenvolvimento de planos operacionais e de sistemas de controlo
  - 5.1.7. Avaliação do evento e feed-back
- 5.2. Fases do planeamento de eventos

### **6. Patrocínio de Eventos**

- 6.1. Definição de patrocínio
- 6.2. Benefícios do patrocínio enquanto meio promocional
- 6.3. Estratégias para obter patrocínios de eventos
- 6.4. Processo de selecção do patrocínio
- 6.5. A proposta de patrocínio

### **7. Avaliação pós-evento**

- 7.1. Períodos de avaliação
- 7.2. Procedimentos de avaliação
- 7.3. Monitorização e avaliação dos meios de comunicação social
- 7.4. Relatórios de avaliação do evento

## **MÉTODO DE AVALIAÇÃO:**

Exame escrito: 80%

Trabalho individual: 20%

O trabalho individual constará da realização de um relatório completo sobre a proposta de organização de um evento, cujo tipo e tema será escolhido pelo aluno, sendo o mesmo apresentado em sala.

Serão aprovados os alunos que obtenham nota igual ou superior a 10 valores na soma das parcelas que constam dos métodos de avaliação.

Será valorizada a participação activa em sala.

## **BIBLIOGRAFIA:**

ALLEN, Johnny (et al), "Organização e Gestão de Eventos", Elsevier Editora, 2003, Rio de Janeiro

WATT, David, C., "Gestão de Eventos em Lazer e Turismo", Bookman, 2004, Porto Alegre

PEDRO, Filipe (et al), "Gestão de Eventos", Quimera, 2005, Lisboa

GIACAGLIA, Maria Cecília, "Organização de Eventos - Teoria e Prática", Thompson, 2004, São Paulo

