



I S P A B

Instituto Superior de Paços de Brandão

Ficha Pedagógica

Ano/Semestre

2012.1

1 - Identificação
1.1 Curso: Marketing, Publicidade e Relações Públicas
1.2 Unidade Curricular: Organização e Gestão de Eventos
1.3 Ano Curricular: 3º Ano
1.4 Unidades de Crédito: 6 ECTS
1.5 Carga horária semanal: 1.5 Carga horária semanal: 1.5.1 Teórica: 1.5.2 Teórica-Prática: 2 horas 1.5.3 Prática: 1.5.4. Laboratorial: 2 horas 1.5.5 Orientação Tutorial: 1 hora 1.5.6. Estudo Individual e de Grupo: 2 horas e 34 minutos 1.5.7. Trabalho de Campo: 2 horas e 19 minutos 1.5.8. Avaliação: 1 hora
1.6 Aulas Previstas: 1.6.1 Teórica: 1.6.2 Teórica-Prática: 32 1.6.3 Prática: 1.6.4 Laboratorial: 32 1.6.5 Orientação Tutorial: 16
1.7 Docente: Fernando Casal
1.8 Horário de Atendimento: 1.8.1 Dia da Semana: 1.8.2 Hora:

2 - Resultados expectáveis de aprendizagem/ Competências a desenvolver
As competências gerais desta unidade curricular convergem directamente para o desenvolvimento das competências gerais e transversais da licenciatura em Marketing, Publicidade e Relações Públicas. 2.1 Gerais: 2.1.2. Os alunos devem conhecer e aplicar ferramentas de gestão e de planeamento necessárias à organização de qualquer tipo de evento 2.1.3. Reconhecer e definir as variáveis que constituem o Marketing-Mix

- 2.1.4. Identificar, definir e associar a cada etapa do planeamento as diferentes fases operacionais que lhe são inerentes
- 2.2.5. Definir o conceito de patrocínio, identificar os benefícios do patrocínio para o patrocinador e para o patrocinado e elaborar uma proposta de patrocínio
- 2.2.6. Elaborar um relatório de avaliação de eventos tendo em consideração os índices de avaliação quantitativa e qualitativa
- 2.1.7. Aperfeiçoar e desenvolver competências imprescindíveis para enfrentar com sucesso a organização de eventos profissionais

3 - Descrição dos Conteúdos Programáticos

3.1. EVENTOS

3.1.1. Conceito de evento

3.1.2. Evolução do conceito de evento

3.1.1. Os vários tipos de eventos e de organizadores de eventos

3.1.1. Actores dos eventos

3.1.1. Impactos dos eventos

3.2.1. MARKETING DE EVENTOS

3.2.1. Marketing-mix

3.2.1. O consumidor do evento

3.2.1. Segmentação do mercado-alvo

3.2.1. Planeamento de Marketing

3.3.1. PLANEAMENTO DE EVENTOS

3.3.1. *Perspectiva estratégica*

3.3.1. Missão

3.3.1. Definição de objectivos

3.3.1. Análise da situação

3.3.1. Identificação de opções estratégicas

3.3.1. Escolha da estratégia

3.3.1. Desenvolvimento de planos operacionais e de sistemas de controlo

3.3.1. Avaliação do evento e feed-back

3.3.1. *Fases do planeamento de eventos*

3.4.1. DESENVOLVIMENTO DE PROJECTOS DE ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS

3.4.1. Obtenção de recursos planeados

3.4.1. Elaboração de programas de eventos detalhados

3.4.1. Elaboração de programas detalhados para reuniões, conferências e congressos

3.4.1. Elaboração de programas detalhados para exposições e feiras

3.4.1. Elaboração de materiais impressos e de sinalética

3.4.1. Elaboração de procedimentos de reserva e inscrição

3.4.1. Elaboração de planos para a montagem, realização e desmontagem de eventos

3.4.1. Elaboração de planos para a gestão da cortesia e do protocolo em eventos

3.4.1. Elaboração de planos para lidar com emergências em eventos

3.4.1. Planeamento de relações com os órgãos da comunicação social

3.5.1. PATROCÍNIO DE EVENTOS

3.5.1. Definição de patrocínio

- 3.5.1. Benefícios do patrocínio enquanto meio promocional
- 3.5.1. Estratégias para obter patrocínios de eventos
- 3.5.1. Processo de selecção do patrocínio
- 3.5.1. A proposta de patrocínio
- 3.6.1. AVALIAÇÃO E DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS DE PROJECTOS DE ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS
- 3.6.1. Procedimentos de avaliação
- 3.6.1. Monitorização e avaliação dos meios de comunicação social
- 3.6.1. Relatórios de avaliação do evento
- 3.7.1. TÉCNICAS DE LIDERANÇA E ANIMAÇÃO DE EQUIPAS
- 3.8.1. ESTUDOS DE CASO

4 - Metodologia de Ensino e Aprendizagem

4.1. A relação pedagógica na unidade curricular leccionada visa dois objectivos:

4.1.1. Em geral, dotar os alunos de um conjunto vasto de conhecimentos teóricos e abstractos. Pretende-se transmitir conceitos e conteúdos teóricos com um grau de abstracção elevado. Os conteúdos transmitidos traduzem o saber generalizado e as orientações necessárias para que os alunos assumam um papel activo na investigação científica.

4.1.2. Em particular, a aquisição de competências que permitam prosperar ou melhorar a produção nesta actividade e promover a integração profissional. Os “constructos” são operativos e complementados com competências práticas que incrementam o nível técnico e relacional do aluno.

4.2. O espaço físico utilizado é muito diverso: a sala de aula, com disposição em conferência ou com mesas dispostas em U, e, por outro lado, os laboratórios de informática. Tanto os métodos como os meios pedagógicos utilizados nas aulas visam imprimir um ambiente o mais participativo e activo possível. Para além do quadro, de livros de apoio ou de textos de apoio, recorre-se a sistemas multimédia.

4.3. Os métodos empregues na unidade curricular obrigam à implicação total do aluno no processo de aprendizagem implementando o saber intelectual, o saber ser e o saber fazer. A relação centra-se no aluno respeitando e atendendo os seus ritmos próprios, interesses e preferências, e principalmente não descurando o seu quadro de referências pessoais, a sua experiência de vida e profissional, legitimado por essa mesma experiência. Em cada sessão lectiva o processo de aprendizagem obedece às seguintes fases, a partir da prática e regressando à prática: experiência concreta; observação reflectida; conceptualização abstracta e experiência activa.

Podemos afirmar que a aprendizagem constitui-se como um processo contínuo, dinâmico, global, subjectivo, gradativo e cumulativo. A relação pedagógica mantida com os alunos é uma pedagogia activa (prática-teórica-prática) e de sucesso (tenta-se prevenir o sucesso, evitando situações de fracasso ou de frustração).

Em conformidade com as competências e os conteúdos propostos nesta unidade curricular existe a necessidade de cumprir determinados núcleos essenciais do programa curricular e seleccionar modelos e métodos pedagógicos.

Os conteúdos da unidade curricular leccionada oferecem-se em sessões que

utilizam diferentes métodos e técnicas de aprendizagem coordenados de forma lógica com o fim de atingir os objectivos previamente definidos. Sessões que utilizam os métodos expositivo, demonstrativo, interrogativo e activo e técnicas como a discussão orientada e em painel, a simulação ou estudos de caso.

Tenta-se encontrar um equilíbrio entre os métodos afirmativos (expositivo e demonstrativo) e os métodos activos - em parte resultado das condições materiais existentes. Enquanto os primeiros baseiam-se no enunciado pelo docente de saberes ou saberes fazeres, os segundos fundamentam-se na apropriação do conhecimento pelos alunos. Os métodos activos no nosso ponto de vista estimulam a criatividade e despertam o maior número de motivações para o trabalho em equipa. Ao contrário de outros métodos que apontam para a memorização e repetição, nos métodos activos os discentes tem uma real evolução pessoal. O ensino deve enfatizar os métodos activos, dado o facto de que muito do trabalho é realizado em equipa.

4.3.1. Entre as técnicas utilizadas destacam-se as seguintes:

4.3.1.1. As simulações e o “role playing” para determinadas temáticas são técnicas muito eficazes. As duas encorajam o envolvimento dos estudantes e ajudam a retenção da informação.

4.3.1.2. A discussão em pequeno grupo e os exercícios na sala de aula fornecem oportunidades de aprendizagem na área de formação de grupos e na sua dinâmica. Estas técnicas desenvolvem o “brainstorming” e capacidades analíticas assim como os estudantes aprendem a dar e receber críticas.

4.3.1.3. As apresentações orais na sala de aula proporcionam aos alunos a prática de uma competência vital no seu futuro profissional. As apresentações orais oferecem uma boa oportunidade para avaliar trabalho dos alunos, para auto-avaliação e para os colegas avaliarem. Favorecendo uma grande interacção, as apresentações podem ser úteis para os estudantes aprenderem a criar e usar os meios informáticos.

4.3.1.4. A transmissão de conhecimentos faz-se com recurso aos seguintes mecanismos de comunicação: o retroprojector, o projector de diapositivos, televisão e vídeo, os documentos gráficos, o diaporama, o quadro branco, o aparelho sonoro, o videoprojector e o computador.

Na globalidade as estratégias usadas visam ajudar o aluno a assumir uma atitude de aprendizagem activa, colaborativa e responsável, trabalho persistente e de aplicação de espírito crítico na análise e resolução de problemas.

5 - Recursos Pedagógicos

5.1. Orientação Tutorial (Sala de aula; Quadro branco; caneta de feltro)

5.2. Aulas Teórico-práticas (Sala de aula; Quadro branco; caneta de feltro; Computador com leitor de DVD; videoprojector; retroprojector; tela; outros)

5.3. Práticas Laboratoriais (Laboratório de informática; Quadro branco; caneta de feltro; Microsoft Office; Internet Explorer e ligação à internet; Rádio; Televisão; DVD; outros)

6 - Avaliação (metodologia e critérios)

6.1. Avaliação Contínua

6.1.1. Será feita uma avaliação contínua de acordo com a participação e desempenho em aula (presença, intervenções orais, exposições escritas e comportamento) manifestados pelo aluno (10%).

6.1.2. A realização de uma prova escrita individual abrange todos os conteúdos leccionados nas diferentes modalidades de ensino e aprendizagem, tem uma ponderação de 40% para a classificação final.

6.1.3. Os restantes 50% correspondem à classificação dos trabalhos práticos obrigatórios. Estes serão sempre defendidos oralmente ao longo das aulas.

6.2. Avaliação Final

6.2.1. Época Normal - Realização de uma prova escrita (100%)

6.2.2. Época de Recurso - Realização de uma prova escrita (100%)

6.2.3. Na Época Normal e na Época de Recurso, a prova suplementar será de natureza escrita/prática.

Consultar o Regulamento Geral de Avaliação do ISPAB

7 - Bibliografia e elementos de estudo postos à disposição dos alunos

7.1 Básica

ALLEN, Johnny et. al., Organização e Gestão de Eventos, Elsevier Editora, Rio de Janeiro, 2003

Frada, João José Cúcio, Guia Prático para a Elaboração e Apresentação de Trabalhos Científicos, Lisboa, Edições Cosmos, 2005

DIONÍSIO, P.; LENDREVIE, J.; LINDON, D.; RODRIGUES, V., Mercator, Lisboa, Publicações Dom Quixote, 1996

PEDRO, Filipe et. al., Gestão de Eventos, Quimera, Lisboa, 2005

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

SANTOS, et. Al, Gestão de Marketing de Eventos Desportivos, s. l., Plátano editora, 2007

7.1.2. Documentos digitais (powepoints, pdfs, etc.), textos de apoio impressos e fichas informativas fornecidas pelo docente.

7.2 Complementar

CESCA, Cleuza G. Gimenes, Organização de Eventos: Manual de planeamento e execução, São Paulo:Summus, 1995

COSTA, Cleuza Gimenez, Organização de Eventos, São Paulo, Summus, 1997

HOYLE JÚNIOR, Leonard H., Marketing de Eventos: Como Promover com Sucesso Eventos, Festivais, Convenções e Exposições, São Paulo, Atlas, 2003

M ZANELLA, Luiz Carlos, Manual de Organização de Eventos: Planejamento e operacionalização, São Paulo: Atlas, 2003

MATIAS, Marlene, Organização de Eventos: Procedimentos e técnicas, 3ª ed., São Paulo, Manole, 2004

MARTIN, Vanessa, Manual Prático de Eventos, São Paulo, Atlas, 2003

MARTINEZ, Marina, Cerimonial para Executivos: Guia para execução e supervisão de eventos empresariais, 3ª ed. rev. ampl. Porto Alegre, Sagra Luzzatto, 2001

MELO NETO, Francisco Paulo de, Criatividade em eventos, 3ª Ed., São Paulo, Contexto, 2004

MELO NETO, F.P., Marketing de Eventos, Rio de Janeiro, Sprint, 1999

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