

Índice

Prefácio	11
Introdução	13

Capítulo 1

Conceito de evento

1. Evolução dos eventos	15
2. Objetivos dos eventos	16
3. Tipologia dos eventos	17
4. Caracterização dos eventos	21
5. Importância dos eventos para as marcas	23

Capítulo 2

Organizar um evento na prática

1. O planeamento	25
2. As diferentes etapas do evento	28
3. A logística	29
4. Gestão dos recursos	33
5. O <i>briefing</i> dos eventos	34
6. Licenciamento dos eventos	35

Capítulo 3

O protocolo

1. Definição de protocolo	37
2. Protocolo em eventos	38
3. As bandeiras	39
4. Correspondência oficial	44
5. Cartões-de-visita	46
6. Convites	47
7. Trajes	48
8. As precedências	49
9. Brindes	53
10. Mesas	54

Capítulo 4

A comunicação institucional

1. Tipos de comunicação institucional	61
2. Vantagens dos eventos para a comunicação institucional	62
3. As relações públicas como ferramenta diferenciadora nos eventos	65
4. Responsabilidade social das organizações/empresarial	66
5. A sustentabilidade	68

Capítulo 5

Gestão de equipes

1. Formar equipes de sucesso	71
2. Importância da comunicação dentro das equipes	74
3. Qualificar as equipes	75
4. Gestão de crise	75
5. Motivação nas equipes	80
6. Liderança positiva	81

Capítulo 6

O orçamento e negociação

1. Orçamento	83
2. Análise de custos e receitas	84
3. Escolha de fornecedores	86
4. Controlo do orçamento	87
5. Técnicas de negociação	88

Capítulo 7

Marketing de eventos

1. O evento enquanto instrumento de marketing	91
2. <i>Marketing mix</i>	92
3. Segmentação do mercado-alvo	96
4. Critérios de segmentação	97
5. O valor dos clientes	98
6. Analise SWOT	98

Capítulo 8

Avaliação dos eventos

1. Avaliação dos eventos por parte do consumidor	103
2. Avaliação dos eventos por parte da empresa	104
3. Gestão e controlo de riscos	107
4. Tipos de avaliação	108

Capítulo 9

Patrocínios

1. Definição de patrocínio	111
2. Maximização do patrocínio	113
3. Propostas de patrocínio	114

Os eventos e os *media*

1. Divulgação dos eventos nos meios de comunicação	119
2. Diferenciação e inovação promocional	121
3. Formas de comunicação com os órgãos de comunicação social	122

Casos de estudo

Caso de estudo 1

Teatro... uma viagem cultural no ISLA

Nota introdutória	129
1. Enquadramento teórico	131
2. <i>Case study</i> – «Teatro... uma viagem cultural no ISLA»	137
2.1. O tema da quinzena: o teatro	137
2.2. Local da quinzena: o ISLA	143
2.3. Organização da quinzena temática: «Teatro... uma viagem cultural no ISLA»	144
2.4. Plano geral da quinzena temática	153
2.5. Considerações finais	156
2.6. Bibliografia do caso de estudo	157

Caso de estudo 2

Eventos

1. Introdução	160
2. Eventos	162
OVIBEJA – 26ª Edição	162
28ª Concentração Internacional de Motos – Faro 28	164
7 Maravilhas de Origem Portuguesa no Mundo	166
Cirque du Soleil – Varekai	170
79ª Feira do Livro de Lisboa	173

Festas de Lisboa	177
HOME	179
20ª Meia Maratona de Lisboa	182
Estoril Billabong Girls	186
Estoril Open	188
Red Bull Air Race	190
Vodafone Rally de Portugal	194
Festival Internacional do Chocolate	197
Sensation – Ocean of White	199
Optimus Alive!	203
3. Classificação dos eventos	205
4. Conclusão	207
5. Webgrafia do caso de estudo	208
Bibliografia	211
Os autores	213