

$$Me + \left( \frac{\text{Knowledge} + \text{Skills}}{\text{Experience} \times \text{Networking}} \right)^{\text{Dedication}} = CEM$$

## A Fórmula para o seu sucesso profissional.



### Gestão e Organização de Conferências e Reuniões

Organização de conferências e reuniões, nos mais variados formatos, tais como reuniões educativas, encontros de negócios, convenções, recepções, eventos especiais, são todos os elementos integrantes da maioria das feiras e eventos. Os organizadores de feiras e eventos devem ter conhecimento das atividades e funções relacionadas com as acções desenvolvidas paralelamente ao evento principal, de forma a poder responder às necessidades técnicas e logísticas de gestão de acções que funcionam simultaneamente com a feira ou conferência.

Após completar este módulo, o participante deverá ser capaz de:

- Interpretar as diferenças entre os vários tipos de reunião e conferências
- Avaliar os Formatos Educativos e Programas
- Explicar a teoria do Estudante Adulto
- Criar programas e objetivos de aprendizagem bem definidos para um evento
- Seleccionar os oradores apropriadas para cada tipo de programa
- Definir a organização das salas de acordo com o género de iniciativa e dimensão
- Compreender as Regras Gerais de Acessibilidade das pessoas portadoras de Deficiência ou Mobilidade Reduzida nos Eventos
- Interpretar os Dossiers de Especificações Técnicas para reuniões e eventos
- Aplicar estratégias para a realização de reuniões e eventos mais ecológicos
- Avaliar as necessidades básicas de transporte e alojamento relacionadas com a realização de eventos e reuniões

### Marketing de Feiras e Eventos: Promoção para Visitantes, Expositores e Patrocinadores

O Marketing de eventos engloba toda a promoção realizada para captar participantes, visitantes, expositores e patrocinadores, assim como, a publicidade, comunicação e campanhas comerciais específicas, sendo que todas as abordagens deverão estar devidamente integradas de forma a garantir o sucesso de uma feira ou evento. O organizador enfrenta o constante desafio de seleccionar os melhores métodos e estratégias para comercializar e promover os eventos de forma eficaz para o seu público-alvo.

Após completar este módulo, o participante deverá ser capaz de:

- Desenvolver objetivos de marketing mensuráveis e organizar um cronograma de trabalho
- Organizar uma estratégia de mercado e respetiva análise competitiva
- Criar um plano de marketing utilizando elementos específicos de marketing

$$Me + \left( \frac{\text{Knowledge} + \text{Skills}}{\text{Experience} \times \text{Networking}} \right)^{\text{Dedication}} = \text{CEM}$$



## A Fórmula para o seu sucesso profissional.

- Conhecer o público-alvo e o perfil dos expositores
- Avaliar os resultados das ferramentas de marketing na promoção de feiras e eventos ao nível dos visitantes, expositores e patrocinadores
- Identificar o pessoal adequado e definir o orçamento necessário para implementar os planos de marketing
- Desenvolver métricas para avaliar a eficácia individual das estratégias de marketing implementadas

### Gestão de Operações em Feiras e Eventos

A função de “Director de Operações” requer um conhecimento aprofundado da gestão do projecto e uma variedade de competências tais como, a forma de executar um evento, a gestão de marketing, o plano de vendas e como fornecer um serviço de excelência ao cliente. Igualmente importantes são as capacidades de gestão de e-mail marketing, criação e atualização de plantas de feiras e eventos, gestão de conteúdos para websites e negociação de contratos de fornecedores. Este pode ser um trabalho individual ou de várias pessoas dentro de um departamento, sendo que o gestor de operações pode distribuir funções e responsabilidades. Como resultado, há muito a aprender sobre as operações de eventos.

Após completar este módulo, o participante deverá ser capaz de:

- Entender as 4 funções principais de um gestor de projeto
- Desenvolver um guia de especificações do evento
- Criar uma agenda de trabalhos que facilite reuniões com os principais *Stakeholders* no evento
- Desenvolver um manual de expositor
- Analisar e comparar os tipos de seguros necessários para um evento
- Compreender e explicar os procedimentos de montagem e desmontagem, tráfego e as questões de segurança em caso de emergência
- Explicar a importância de realização de uma avaliação pós-evento

### Comercialização de Feiras e Eventos

Vender é um desafio para ter sucesso, os organizadores devem procurar constantemente as novas perspectivas e necessidades dos mercados. Além de vender espaço para feiras, é importante manter-se informado, participar em eventos do setor, ler publicações sobre a temática, procurar formas de networking e manter contactos que irão beneficiar o evento.

$$Me + \left( \frac{\text{Knowledge} + \text{Skills}}{\text{Experience} \times \text{Networking}} \right)^{\text{Dedication}} = CEM$$



## A Fórmula para o seu sucesso profissional.

Após completar este módulo, o participante deverá ser capaz de:

- Comparar e perceber a diferença entre vendas e marketing
- Criar uma base de dados eficaz para apoiar as vendas
- Desenvolver um plano eficaz de vendas com estratégias mensuráveis e metas
- Criar uma *Unique Selling Proposition* (USP) para um evento
- Aplicar técnicas de venda para saber lidar com os mais variados argumentos apresentados pelo cliente e fechar uma venda
- Compreender a importância do relacionamento comercial
- Criar uma campanha de marketing integrado para um evento

### Gestão Financeira, Orçamentos e Contratos

Compreender a aplicação de contabilidade, finanças e orçamentos permite que o organizador de feiras consiga dar um maior contributo para o crescimento e sucesso financeiro da empresa. É essencial o organizador de feiras conhecer a terminologia utilizada na gestão financeira para desenvolver um orçamento e gerir as estratégias financeiras da feira ou evento. Um orçamento bem elaborado e bem administrado é fundamental para permitir que o organizador projecte e monitorize as receitas e despesas com precisão, controle os custos e consiga medir o sucesso do evento com base no retorno sobre o investimento.

Após completar este módulo, o participante deverá ser capaz de:

- Identificar e analisar receitas e despesas, itens essenciais para o desenvolvimento de um orçamento para uma feira ou evento
- Desenvolver e recomendar planos de receitas de patrocínios, publicidade, participantes e expositores que correspondam aos objetivos financeiros e filosofia de orçamento da organização
- Construir um orçamento detalhado para uma feira ou evento
- Identificar os tipos de orçamento e discutir as vantagens e desvantagens de cada um
- Definir a terminologia padrão de feiras e contratos de eventos
- Explicar o impacto dos contratos com o local de realização do evento, assim como, as condições das suas instalações, numa feira o evento
- Resumir as cláusulas para contratos de eventos
- Identificar os elementos-chave dos relatórios financeiros utilizados pelo organizador
- Interpretar os relatórios financeiros para demonstrar o valor da feira ou evento

$$Me + \left( \frac{\text{Knowledge} + \text{Skills}}{\text{Experience} \times \text{Networking}} \right)^{\text{Dedication}} = \text{CEM}$$



## A Fórmula para o seu sucesso profissional.

### Desenvolvimento de Plantas e Layouts

Para cada novo projecto de feira ou evento existem passos básicos que devem ser tomados durante o planeamento inicial de forma a preparar o terreno para o evento. Um dos primeiros passos é a elaboração de uma planta do espaço. A planta é um documento de trabalho que representa a feira ou evento e uma ferramenta de vendas usada para atrair expositores e participantes.

Após completar este módulo, o participante deverá ser capaz de:

- Compreender a importância e identificar os factores necessários para criar uma planta funcional e viável que corresponda aos objectivos de vendas, necessidades dos expositores e gestão do evento
- Analisar plantas antigas para identificar pontos a melhorar e implementar as melhorias necessárias em plantas futuras
- Identificar os tipos de stands mais comuns usados numa planta
- Demonstrar conhecimento sobre os factores de segurança, nomeadamente, bocas-de-incêndio, saídas de emergência e a forma como eles se relacionam com o desenvolvimento de uma planta
- Conhecer os factores que influenciam o fluxo e tráfego de visitantes numa planta
- Identificar os sistemas de atribuição de localizações e como elas afetam o design do evento
- Compreender mercado alvo da feira e as necessidades do respectivo, de forma a desenvolver uma planta que atenda às necessidades dos expositores e visitantes
- Projetar uma planta executável para uma feira ou evento

### Organização e gerenciamento de feiras e eventos de público B2C

As Feiras B2C – Consumo/Público, são feiras e eventos nas quais as empresas de determinada indústria ou sector podem expor e mostrar os seus mais recentes produtos, serviços e atividades para os consumidores em geral. Os organizadores destas feiras devem ter um conhecimento prático das atividades e funções relacionadas com as feiras de consumo e dominar as competências para lidar com um conjunto de processos logísticos diferentes das feiras de negócios B2B. Este módulo proporciona aos participantes as competências necessárias para efetivamente realizar uma feira B2C bem sucedida.

Após completar este módulo, o aluno deverá ser capaz de:

- Compreender os fundamentos e os princípios das feiras B2C

$$Me + \left( \frac{\text{Knowledge} + \text{Skills}}{\text{Experience} \times \text{Networking}} \right)^{\text{Dedication}} = \text{CEM}$$



## A Fórmula para o seu sucesso profissional.

- Entender o negócio de gestão de feiras B2C, incluindo itens especiais como o gerenciamento de dinheiro e venda de ingressos.
- Identificar a logística e planejamento de uma feira B2C, incluindo diferenças como trabalhar com talentos, agências governamentais e funcionários públicos.
- Identificar os diferentes canais de marketing e trabalhar com agências de RP.
- Trabalhar com serviços contratados sejam eles um centro de convenções ou espaço público.
- Compreender as considerações legais e de risco em particular.

### Seleção de Fornecedores de Serviços

Uma feira ou evento de sucesso resulta dos esforços mútuos de várias entidades, muitas das quais não pertencem à empresa organizadora. Uma parte substancial de organizadores de feiras e eventos contratam externamente à empresa os serviços e produtos necessários para viabilizar a realização dos eventos.

Após completar este módulo, o participante deverá ser capaz de:

- Compreender quando deve contratar serviços externos
- Identificar os diferentes tipos de fornecedores e serviços disponíveis
- Perceber como a regulamentação específica do local do evento pode comprometer a sua realização
- Descrever o papel dos fornecedores
- Elaborar um Pedido de Proposta e selecionar um fornecedor
- Explicar os elementos básicos de um contrato para prestadores de serviços
- Explique como a relação entre o organizador e os diferentes fornecedores é gerido

### Planejamento e Gestão Estratégica

As feiras e eventos apoiam a indústria e respectivos segmentos de mercado, maximizando assim a economia local. As viagens de negócios é um exemplo de uma indústria que movimenta milhões e é apoiada pelas feiras e eventos. Para que os organizadores façam uma gestão das feiras e eventos de forma a mantê-los competitivos, devem continuamente definir e rever as suas estratégias, avaliar as necessidades e a sua posição no segmento específico de mercado, de forma a suplantar a concorrência e desenvolver planos para garantir a continuidade e sucesso dos negócios.

$$Me + \left( \frac{\text{Knowledge} + \text{Skills}}{\text{Experience} \times \text{Networking}} \right)^{\text{Dedication}} = \text{CEM}$$



## A Fórmula para o seu sucesso profissional.

Após completar este módulo, o participante deverá ser capaz de:

- Explicar a singularidade das feiras e eventos e o seu papel na estrutura de uma organização
- Compreender como a situação económica e a globalização podem influenciar a indústria de um evento e a sua posição no mercado
- Identificar os procedimentos chave que ocorrem durante o desenvolvimento de um plano estratégico
- Compreender o processo de desenvolvimento da missão e visão estratégica, bem como a definição de objectivos eficazes e metas
- Descrever a importância da análise de necessidades e avaliação
- Desenvolver análises competitivas de mercado e demonstrar como os resultados podem influenciar a criação de uma nova feira ou evento
- Perceber a importância do processo de gestão do projeto em relação ao planeamento e gestão estratégica
- Demonstrar a importância da avaliação no processo de planeamento de feiras e eventos existentes e novos projetos