



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO**  
**PRÓ-REITORIA PARA ASSUNTOS ACADÊMICOS**  
**DIRETORIA DE DESENVOLVIMENTO DO ENSINO**

**PROGRAMA DE COMPONENTE CURRICULAR**

**TIPO DE COMPONENTE (Marque um X na opção)**

<input checked="" type="checkbox"/> Disciplina	<input type="checkbox"/> Estágio
<input type="checkbox"/> Atividade Complementar	<input type="checkbox"/> Módulo
<input type="checkbox"/> Trabalho de Graduação	

**STATUS DO COMPONENTE (Marque um X na opção)**

<input checked="" type="checkbox"/> OBRIGATÓRIO	<input type="checkbox"/> ELETIVO	<input type="checkbox"/> OPTATIVO
---	----------------------------------	-----------------------------------

**DADOS DO COMPONENTE**

Código	Nome	Carga Horária		Nº. de Créditos	C. H. Global	Período
		Teórica	Prática			
COMN0043	Produção de Eventos	30	30	3	60	

Pré-requisitos		Co-Requisitos		Requisitos C.H.	
----------------	--	---------------	--	-----------------	--

**EMENTA**

Técnicas de captação, organização, planejamento, análise e controle na execução de eventos. Patrocínio, apoio e comercialização de eventos. Relações com a mídia. Perfil profissional do produtor de eventos. Os eventos como importante ferramenta da comunicação, do marketing e da cultura.

**CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

1. A importância dos eventos para a comunicação e a cultura
2. O profissional de eventos e o trabalho em equipe
3. Classificação e tipos de eventos
4. Captação de recursos para eventos
5. Planejamento e organização de eventos
6. Elaboração do projeto do evento
7. Realização do evento
8. Análise e mensuração dos resultados
9. Pós-produção de eventos

**BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

MELO NETO, Francisco Paulo de. **Criatividade em eventos**. 4ª.ed. São Paulo: Contexto, 2001.  
GIACAGLIA, Maria Cecília. **Gestão estratégica de eventos: teoria, prática, casos e atividades**. São Paulo: Cengage Learning, 2010. 232p.  
ZOBARAN, Sergio. **Evento é assim mesmo**. Do conceito ao brinde. Rio de Janeiro: Senac Rio, 2010.

**BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

COELHO, Tony. Live **Do marketing promocional ao live marketing**. *Bellow the line* é a pqp. Rio de Janeiro: Conceito Qualificação, 2015.  
GRACIOSO, Francisco. **As novas arenas da comunicação com o mercado**. São Paulo: Atlas, 2008.  
NASCIMENTO, Augusto; LAUTERBORN, Robert. **Os 4 Es de Marketing e Branding: a**

**evolução de conceitos e contextos até a era da marca como ativo intangível.** Rio de Janeiro: Elsevier/Campus, 2007. 150p.

NETO, Francisco Paulo de Melo. **Marketing de eventos.** Rio de Janeiro: Editora Sprint, 1998.

RIES, Al; TROUT, Jack. **Posicionamento : a batalha pela sua mente.** 8.ed. São Paulo: Pioneira, 1999. 171p

DEPARTAMENTO A QUE PERTENCE O COMPONENTE

HOMOLOGADO PELO COLEGIADO DE CURSO

\_\_\_\_\_  
ASSINATURA DO CHEFE DO DEPARTAMENTO

\_\_\_\_\_  
ASSINATURA DO COORDENADOR DO CURSO OU ÁREA



---

*Emitido em 08/11/2022*

**EMENTA Nº 1812/2022 - SEGEC (12.33.89)**

**(Nº do Protocolo: NÃO PROTOCOLADO)**

*(Assinado digitalmente em 08/11/2022 19:20 )*

**MARCELO MACHADO MARTINS**

*COORDENADOR - TITULAR*

*CGCS (12.33.18)*

*Matrícula: 1508076*

Para verificar a autenticidade deste documento entre em <http://sipac.ufpe.br/documentos/> informando seu número:  
**1812**, ano: **2022**, tipo: **EMENTA**, data de emissão: **08/11/2022** e o código de verificação: **a5dbbdb65d**