



ESCOLA COMERCIAL E INDUSTRIAL DE FORMAÇÃO



# TÉCNICO DE GESTÃO DE EVENTOS, RELAÇÕES PÚBLICAS E MARKETING



# TÉCNICO DE GESTÃO DE EVENTOS, RELAÇÕES PÚBLICAS E MARKETING

## FINALIDADE

Este curso tem como finalidade formar profissionais no ramo da Organização e Gestão de Eventos e Relações Públicas, que possam prestar serviços em empresas nestas áreas.

## REQUISITOS DE ACESSO

Idade igual ou superior a 18 anos.

## DOCUMENTOS NECESSÁRIOS

Documento de identificação pessoal (BI ou CC);  
Número de Contribuinte (NIF);

## METODOLOGIA DE ENSINO DE APRENDIZAGEM

O processo de ensino-aprendizagem privilegia uma metodologia centrada nas necessidades específicas e nas expectativas dos formandos. Neste sentido, tendo por base o perfil da turma, as técnicas pedagógicas incidem na exploração de casos práticos e simulações de casos de interesse para as diferentes temáticas, permitindo que os formandos coloquem em prática os conhecimentos adquiridos.

A metodologia a adotar assenta na articulação da componente teórica (através do recurso a manuais de formação e outros recursos pedagógicos de apoio) com a componente prática (mediante simulações de ensino-aprendizagem em contexto de sala e da formação em contexto de trabalho). O formador adota, desta forma, uma atitude de mediador no decorrer da ação, assumindo o papel de consultor e organizador de ideias e métodos de trabalho.

## RESULTADOS ESPERADOS APÓS A FORMAÇÃO

No final da formação, os formandos deverão estar aptos a trabalhar nos departamentos de relações públicas, apoio ao departamento de organização de eventos, descrever os princípios básicos da organização de eventos e descrever os princípios básicos das relações públicas.

## OBJETIVOS

Identificar as atividades necessárias para gerir o evento:

- › Criar um gabinete de eventos;
- › Monitorizar a implementação das atividades planeadas;
- › Identificar potenciais situações de emergência em eventos;
- › Identificar as funções e objetivos das relações públicas;
- › Identificar os diferentes grupos de interessados na organização;
- › Reconhecer os destinatários das ações de relações públicas, utilizando as formas mais adequadas para com eles comunicar;
- › Identificar e usar as redes sociais para concretizar objetivos das relações públicas;
- › Comunicar de forma adequada com os órgãos de comunicação social.

# CONTEÚDOS DA FORMAÇÃO

<b>Módulo 1</b>	<b>20h</b>
Introdução ao Marketing Digital	
<b>Módulo 2</b>	<b>20h</b>
A Importância do Relações Públicas e do Marketing na Comunicação, numa Organização	
<b>Módulo 3</b>	<b>10h</b>
Noções Básicas do Marketing / Marketing de Eventos	
<b>Módulo 4</b>	<b>10h</b>
Relações Públicas – Diferenciação dos Grupos de Interessados e dos seus Destinatários; a sua Segmentação	
<b>Módulo 5</b>	<b>10h</b>
O Protocolo – Sua Noção e Derivações	
<b>Módulo 6</b>	<b>10h</b>
As Relações Públicas como Ferramenta Diferenciadora nos Eventos	
<b>Módulo 7</b>	<b>20h</b>
A Gestão de Eventos	
<b>Módulo 8</b>	<b>10h</b>
Tipos de ‘Planos’ do Evento	
<b>Módulo 9</b>	<b>10h</b>
Sustentabilidade, Risco e Segurança	
<b>Módulo 10</b>	<b>10h</b>
Gabinete do Evento / (Sala de produção)	
<b>Módulo 11</b>	<b>10h</b>
Implementação dos “Planos”	
<b>Formação Modular</b>	<b>Total 140h</b>
-----	
<b>Formação em contexto de trabalho</b>	<b>Total 260h</b>
-----	
<b>Total</b>	<b>400h</b>

## **RECURSOS PEDAGÓGICOS E DIDÁTICOS**

Os principais recursos a utilizar na componente modular são manuais, artigos específicos, exercícios pedagógicos e documentos formais exemplificativos dos diferentes conteúdos.

## **METODOLOGIA DE AVALIAÇÃO**

A metodologia de ensino-aprendizagem passará por uma organização da formação enquanto formação à distância, i.e.: formação e-learning, em que o formador assume o papel de facilitador das aprendizagens. Será privilegiada uma metodologia de formação focada nas necessidades específicas e nas expectativas reveladas pelos formandos, com recurso às seguintes técnicas de dinamização, sempre que sejam adequadas ao perfil da turma: exploração de casos práticos, simulação pedagógicas de casos de interesse para as temáticas que estão a ser trabalhadas, nas quais os formandos deverão pôr em prática os conhecimentos adquiridos. A metodologia a adotar assenta na articulação de um vasto conjunto de manuais teóricos (para estudo), como recursos pedagógicos de apoio especialmente concebidos, bem como sessões de esclarecimento. O formador deve adotar uma atitude de mediador ao longo do decurso da ação, assumindo o papel de consultor e organizador de ideias e métodos de trabalho.



ESCOLA COMERCIAL E INDUSTRIAL DE FORMAÇÃO

[www.ecif.pt](http://www.ecif.pt)

961 926 240 / 271 100 017

[ecif@comunilog.com](mailto:ecif@comunilog.com)

FORMAÇÃO À  
MEDIDA DAS  
EMPRESAS



[www.comunilog.com](http://www.comunilog.com)

TIRE UM CURSO  
TOTALMENTE  
ONLINE



[www.ilearning.pt](http://www.ilearning.pt)

CURSOS DE  
DESPORTO



[www.fitmaster.pt](http://www.fitmaster.pt)