

### **Conference and Meeting Management Principles**

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
- 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

### **Event Marketing: Attendance, Exhibit and Sponsorship Promotion**

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
- 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

### Event Operations

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

### Exhibition and Event Sales Fundamentals

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.

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

### **Facilities and Site Selection**

A escolha do espaço inclui o processo de escolha tanto da localização, como das condições que favoráveis à logística de uma feira ou evento. A escolha do local é o primeiro passo fundamental na produção de uma feira ou evento de sucesso. Esta acção requer uma análise ao espaço com base no plano detalhado do tipo e evento e suas necessidades, incluindo o acesso de participantes com deficiência, metas e objetivos organizacionais, necessidades dos expositores e de transporte de mercadorias. O organizador de feiras e eventos deve dar atenção a todos os fatores que poderão comprometer o crescimento futuro do evento, nomeadamente a necessidade de mais espaço.

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

- Selecionar o local para um evento
- Analisar e diferenciar os tipos de instalações
- As vantagens e desvantagens de vários espaços para feiras e eventos
- Avaliar os tipos de instalações e seus serviços
- Explicar como escolher um local
- Elaborar um Pedido de Proposta

### **Finance, Budgeting and Contracts**

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

### **Floor Plan Development**

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 fatores 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

### **Housing and Registration Management**

Os serviços adicionais prestados aos participantes e expositores pelo organizador do evento, exigem uma compreensão das necessidades dos clientes, bem como um completo conhecimento do evento e da logística do espaço. Dois dos elementos intrínsecos aos serviços de secretariado e check-in em determinados eventos, estão relacionados com o alojamento dos participantes e a identificação dos convidados que podem ter acesso à totalidade ou a determinadas partes do evento. Independentemente de como esses serviços serão prestados,

o planeamento deve ser realizado com antecedência para garantir que o alojamento e o check-in no evento são facilmente executados de forma a não se tornar um obstáculo à participação no evento.

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

- Identificar os principais elementos de planeamento e gestão de alojamento e registo
- Analisar critérios para selecionar um fornecedor de serviços de secretariado e registo
- Saber utilizar a terminologia correcta
- Avaliar as diferentes opções de Gestão de Registos e Alojamento
- Desenvolver Planos e Cronogramas de Registo
- Compreender os elementos fundamentais de um contrato
- Saber avaliar os efeitos da promoção dos Serviços de Registo e Alojamento
- Compreender como os fornecedores cobram os serviços prestados

### **Security, Risk and Crisis Management**

Uma eficaz gestão de feiras e eventos aborda a identificação de potenciais riscos e factores de segurança dos participantes e expositores. A avaliação de riscos, necessidades de segurança, gestão de crise e emergência são considerados em todo o processo de planeamento e gestão de feiras e eventos.

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

- Reconhecer a importância da avaliação e gestão de riscos e identificar as ferramentas utilizadas para gerir potenciais situações de crise, emergências e perigos relacionados com feiras e eventos
- Entenda a diferença entre uma crise e uma situação de emergência
- Identificar e analisar potenciais situações de crise dentro de uma feira e eventos
- Reconhecer a importância da prevenção e preparação para gestão de emergências
- Analisar os elementos básicos de um plano de gestão de crise
- Identificar os elementos essenciais de um Pedido de Proposta de um fornecedor de segurança e avaliar as propostas
- Compreender os diferentes tipos de seguro de eventos

### **Selecting Service Contractors**

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

### **Strategic Planning and Management**

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.

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