



**DISCIPLINA:** Organização e Produção de Eventos

**CÓDIGO:** G05OPV0.01

**VALIDADE:** A partir de 01/2022

**Carga Horária:** Total: 50 horas/aula      Semanal: 4 aulas      Créditos: 4

**Modalidade:** Teórico/ Prática

**Classificação do Conteúdo pelas DCN:** Básica

**Ementa:**

Processos legais que envolvem a produção de eventos. Importância do *Briefing* e o cronograma de produção. Apresentar e identificar todos os profissionais necessários para serem contratados de acordo com *Briefing*. Locação, cenário, direção de arte e todos os elementos de cena que serão necessários para organização e produção. Realização dos eventos de acordo com a linguagem e comunicação de moda determinada pela equipe de direção da marca / designer.

Cursos	Período	Eixo	Obrig.	Optativa
Design de Moda	7º	Design de Moda	X	

**Departamento/Coordenação:**

**INTERDISCIPLINARIDADES**

Pré-requisitos	Código
Produção de Moda	1.5
Marketing e Comunicação de Moda	3.4
Co-requisitos	

**Objetivos:** *A disciplina devesa possibilitar ao estudante*

1	Fornecer conhecimentos do pré-produção, realização e produção de eventos de Moda.
2	Apresentar os processos legais e equipe que estão envolvidos no decorrer da organização e produção de eventos.
3	Propiciar a realização do desfile dos trabalhos de conclusão de curso.

**Unidades de ensino**

**Carga-horária**





		Horas/aula
1	<b>Introdução aos Eventos de Moda;</b> Tipos de Eventos Troca de Experiências discente e docente.	10
2	<b>Planejamento de Eventos</b> Briefing Temática Orçamento Cronograma	10
3	<b>Pré-produção de Eventos</b> Identidade Visual/ Estilo Divulgação/ Mkt de Eventos Contratos Equipe Licenças	15
4	<b>Realização de Eventos</b> Direção de Arte Instalação/ Estrutura Logística Transmissão/ Redes Sociais	10
5	<b>Pós-Evento</b> Pesquisa de satisfação Interação com participantes/ Redes Sociais	5
<b>Total</b>		<b>50</b>

#### **Bibliografia Básica**

1	JR, Hoyle. <b>Marketing de Eventos: Como Promover Com Sucesso Eventos, Festivais, Convenções e Exposições.</b> São Paulo: Atlas Editora, 2003.
2	MARTIN, Vanessa. <b>Eventos: Planejamento, Organização e Mercado.</b> São Paulo: Elsevier, 2011.
3	VILASECA, Estel. <b>Como Fazer um Desfile de Moda.</b> São Paulo: Senac, 2011.

#### **Bibliografia Complementar**

1	JR, Hoyle. <b>Marketing de Eventos: Como Promover Com Sucesso Eventos, Festivais, Convenções e Exposições.</b> São Paulo: Atlas Editora, 2003.
---	--



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
CENTRO FEDERAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA DE MINAS GERAIS  
DIRETORIA DE GRADUAÇÃO

**CEFET-MG**

Plano de Ensino

Campus: V – Divinópolis

2	NETO, Francisco. <b>Criatividade em Eventos</b> . São Paulo: Contexto, 2005.
3	SANTAELLA, Lúcia. <b>Imagem: Cognição, Semiótica e Mídia</b> . São Paulo: Iluminuras; 1998.





Emitido em 28/03/2022

**PLANO DE ENSINO Nº 286/2022 - DIGDDV (11.60.04)**

(Nº do Protocolo: NÃO PROTOCOLADO)

*(Assinado digitalmente em 18/04/2022 21:01 )*

LUCILIA LEMOS DE ANDRADE

COORDENADOR - TITULAR

CDMODDV (11.51.25)

Matrícula: 3345876

*(Assinado digitalmente em 28/03/2022 14:47 )*

MARCELO LORENTZ RICARDO

PROF ENS BAS TEC TECNOLOGICO-SUBSTITUTO

DIGDDV (11.60.04)

Matrícula: 3275622

Para verificar a autenticidade deste documento entre em <https://sig.cefetmg.br/documentos/> informando seu número: **286**, ano: **2022**, tipo: **PLANO DE ENSINO**, data de emissão: **28/03/2022** e o código de verificação: **14c0536b9c**