



Documento padrão para submissão de trabalhos ao **Publicom – Encontro com Autores/Editores de Publicações Recentes sobre Comunicação**, evento do XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

Evento como Estratégia de Negócios: Modelo de Planejamento e Execução.¹

Mariângela Benine Ramos Silva
Universidade Estadual de Londrina – UEL²

Editora

Evento como Estratégia de Negócios : modelo de planejamento e execução / Mariângela Benine Ramos Silva ; prefácio Waldyr Gutierrez Fortes. – Londrina : M. B. R. Silva, 2005.- p.138: il. ; 21 cm. ISBN: 978-85-905530-1-4

Resumo

O livro mostra de que forma o evento, em especial o seu planejamento, pode ser utilizado por profissionais de Relações Públicas, Marketing no relacionamento das organizações com seus públicos, como também por outras áreas da Comunicação Social e afins. A fundamentação teórica não deixa dúvidas de que o evento, em todas suas etapas, pode constituir-se em instrumento estratégico das organizações com intenção de fortalecer a imagem e posicionamento, além de garantir representatividade e credibilidade. Apresenta um modelo para planejamento e organização de eventos, que é o resultado da tese de doutoramento apresentada ao programa de Pós Graduação em Ciências da comunicação na ECA/USP. Formato: 21 cm, número de páginas: 138 e preço de capa: R\$ 35,00.

Palavras-chave

Relações Públicas; Marketing; Eventos: planejamento e organização.

Foto



¹ Publicação lançada no Publicom – II Encontro com Autores/Editores de Publicações Recentes sobre Comunicação.

² Doutora em Ciências da Comunicação pela ECA/USP. Mestre em Administração pela UNOPAR/Londrina. Especialista e Bacharel em Relações Públicas pela UEL. Docente da Universidade Estadual de Londrina desde 1991 nos cursos de graduação em Relações Públicas, Secretariado Executivo e Esporte e nos cursos de pós-graduação em Gestão da Comunicação Organizacional, de Comunicação com o Mercado e em Planejamento de Eventos e Gestão de Cerimonial e Protocolo. E-mail: mariah@sercomtel.com.br.