



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

**Eventos – Estratégias de planejamento e execução.<sup>1</sup>**

Mariângela Benine Ramos Silva – (APRESENTADORA)  
Waldyr Gutierrez Fortes  
Universidade Estadual de Londrina – UEL<sup>2</sup>

**Editora**

*Eventos – Estratégias de planejamento e execução* / Mariângela Benine Ramos Silva e Waldyr Gutierrez Fortes. – Editora: Summus Editorial p.232. ISBN: 978-85-323-0714-9

**Resumo**

Baseados em décadas de experiência e utilizando uma linguagem didática, os autores mostram como otimizar os eventos com clareza de objetivos, sem desperdício de recursos e energia e, principalmente, focando no detalhamento dos passos envolvidos e nas decisões a tomar. *Check-lists* para várias etapas e um roteiro de programa de visitas são os diferenciais da obra. Dividida em três partes, a obra traz um modelo de planejamento de eventos acompanhado de recursos, ferramentas, instrumentos e modos de sistematização. Unindo os conhecimentos e as habilidades das áreas de relações públicas e marketing, os autores oferecem vários conteúdos e destacam o papel da

---

<sup>1</sup> Publicação lançada no VI Encontro de Autores/Editores de Publicações Recentes sobre Comunicação - Publicom, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> **Mariângela Benine Ramos Silva** - 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](mailto:mariah@sercomtel.com.br).

**Waldyr Gutierrez Fortes** graduou-se mestre (1987) e doutor (1992) em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP) e foi professor de graduação no curso de Comunicação Social/Relações Públicas na Universidade Estadual de Londrina (UEL). Profissional com experiência em empresas sediadas na capital paulista e em consultoria para organizações na cidade de Londrina, publicou vários trabalhos e artigos com foco no desenvolvimento de novas áreas para relações públicas. É autor dos seguintes livros: *Pesquisa Institucional – Diagnóstico organizacional para relações públicas* (Loyola, 1990, esgotado); *Transmarketing – Estratégias avançadas de relações públicas no campo do marketing* (Summus, 2ª edição, 1999); *Você sabe que dia é hoje? Datas comemorativas para eventos e programações de relações públicas e calendário promocional em marketing* (Editora da UEL, 2ª edição, 2002, esgotado); *Relações públicas – Processo, funções, tecnologia e estratégias* (Summus, 2ª edição, 2003). Escreveu os seguintes capítulos de livros: “Relações públicas estratégicas com o público interno” (*Relações públicas e suas interfaces*, de Cleuza G. Gimenes Cesca, Summus, 2006); “O pioneirismo de Cândido Teobaldo de Souza Andrade na pesquisa em relações públicas no Brasil” (*História das relações públicas – Fragmentos da memória de uma área*, de Claudia Pereira de Moura, EdiPUCRS, 2008).



comunicação dirigida em tempos de alta tecnologia e globalização; ensinam como elaborar eventos da pré à pós-execução; classificam, conceituam e esclarecem o papel dos eventos nas organizações. Trata-se de um trabalho detalhado, que auxilia o mercado nos mais diferentes ramos de atividade e o ensino de relações públicas. Formato: 21 cm, número de páginas: 232 e preço de capa: R\$ 51,90.

### **Palavras-chave**

Relações Públicas; Marketing; Eventos: planejamento e organização.

### **Foto**

