

MARKETING DE EVENTOS: UM ESTUDO DE CASO DO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DO EVENTO CARNAVAL JOAÇABA 2014

Orientador: BASEGGIO, Alex

Pesquisadora: JUSTI, Auldrey Einne Andres

Curso: Comunicação Social – Habilitação em Publicidade e Propaganda

Área do conhecimento: Área das Ciências das Humanidades

Este trabalho situa-se no campo do *marketing* de eventos, e teve-se como objetivo analisar o planejamento estratégico do Carnaval Joaçaba 2014. Além disso, visa responder se ele foi elaborado conforme as técnicas fundamentadas para *marketing*, *marketing* de eventos, *marketing* cultural e planejamento estratégico de eventos e verificar se o plano supriu as necessidades apontadas na pesquisa da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo de Santa Catarina (Fecomércio), edição 2014. Como aporte teórico, destacam-se Kotler, Cobra, Melo Neto, Hoyle Júnior, Britto, Giacaglia, Lisboa, Fischer e Zanella. O processo metodológico escolhido foi o estudo de caso por meio de uma pesquisa exploratória, que tem como instrumentos de coleta de dados a pesquisa bibliográfica e a documental (pesquisas Fecomércio edição 2013 e 2014). A fusão entre o levantamento teórico e o cruzamento de dados das pesquisas levou à conclusão de que o planejamento estratégico do Carnaval Joaçaba 2014 foi elaborado de forma correta, as melhorias foram comprovadas por meio do resultado da pesquisa da Fecomércio realizada no mesmo ano.

Palavras-chave: *Marketing* de eventos. Planejamento estratégico de eventos. Carnaval Joaçaba 2014.

alex.baseggio@unoesc.edu.br

audyandres@gmail.com