

CENTRO DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA
ETEC TRAJANO CAMARGO
Ensino Técnico Integrado Ao Nível Médio Em Eventos

João Victor Faveri Nizio
Juan Brito Lopes

DEVentos: Curso de capacitação técnica em eventos na plataforma
Hotmart

Limeira-SP
2025

João Victor Faveri Nizio

Juan Brito Lopes

**DEVentos: Desenvolvendo um curso de capacitação técnica em
eventos na plataforma Hotmart**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao
Curso Técnico em eventos integrado ao Ensino
Médio na ETEC Trajano Camargo, orientado pela
professora Franciane Boriollo, como requisito
parcial para obtenção do título de Técnico em
Eventos.

Limeira-SP

2025

RESUMO

O Trabalho de Conclusão de Curso apresenta o desenvolvimento do “DEVentos”, um curso de capacitação técnica na área de eventos disponibilizado pela plataforma Hotmart. A iniciativa tem como propósito democratizar o acesso ao conhecimento e ampliar oportunidades de qualificação profissional, respondendo à crescente demanda por formação técnica e inclusão digital no setor. Baseado nos aprendizados adquiridos na formação técnica em Eventos da ETEC Trajano Camargo, o curso aborda temas como planejamento, organização, marketing, logística e ética profissional. Com uma metodologia prática, acessível e totalmente online, o DEVentos busca suprir a carência de capacitação identificada entre profissionais da área, oferecendo aulas dinâmicas, materiais audiovisuais e suporte digital. A escolha da Hotmart garante praticidade, segurança e fácil navegação, facilitando o acesso e a comercialização do conteúdo. Assim, o projeto fortalece a educação técnica e promove o desenvolvimento profissional na área de eventos por meio de tecnologias digitais.

Palavras-chave: Educação Profissional; Eventos; Hotmart.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO E JUSTIFICATIVA	5
2	DESENVOLVIMENTO	7
2.1	Educação Geral no Brasil e a Educação profissional e técnica.....	7
2.1.1	A Área De Eventos E O Sucateamento.....	8
2.1.2	Cursos e Plataformas	10
2.1.3	A Plataforma Hotmart, a Educação Digital e Os Recursos Audiovisuais.	12
2.2	Concepção E Planejamento	13
2.2.1	Análise De Mercado	15
2.2.2	Público-Alvo.....	16
2.2.3	Local	18
2.3	Desenvolvimento Do Curso Por Meio Da Plataforma	20
2.3.1	Plano de Marketing	27
2.3.1.1	Proposta de Valor (Diferenciais do DEVentos).....	27
2.3.1.2	Estratégias de Divulgação	27
2.3.2	Canais de Vendas.....	28
2.3.3	Tabela De Custos	30
2.3.4	Estruturação do Funil	31
2.3.5	Movimentação Financeira No Setor De Eventos	33
2.3.6	Planejamento De Aula – Curso De Organização De Eventos	33
2.3.7	Ideia De Atividade Para Avaliação Do Potencial Do Curso.....	39
2.3.7.1	Importância Das Etapas Do Briefing.....	40
2.3.7.2	Procedimento de Comparação dos Dados	43
3	CONCLUSÃO	45
	REFERÊNCIAS	46

1. INTRODUÇÃO E JUSTIFICATIVA

A área de eventos tem crescido de forma significativa nos últimos anos, mas ainda enfrenta um problema que se tornou bastante comum: muitos profissionais atuam sem qualquer capacitação técnica adequada. Durante toda a formação no curso Técnico em Eventos da ETEC Trajano Camargo, esse cenário pôde ser observado inúmeras vezes, seja em relatos de professores, durante atividades práticas ou em conversas com pessoas que já trabalham no setor. A falta de preparo acaba se refletindo diretamente na qualidade dos serviços prestados e até na segurança dos clientes, já que muitos profissionais desconhecem princípios básicos, como a elaboração de um briefing, o planejamento detalhado de um evento ou a organização correta das etapas de execução. Essa situação despertou a necessidade de criar uma solução acessível, atual e realmente útil para quem deseja entrar na área ou melhorar seu desempenho.

Foi a partir dessa realidade que surgiu a proposta de desenvolver o curso “DEVentos”, pensado como uma capacitação completa, porém simples, didática e prática, voltada especialmente para iniciantes e profissionais que ainda não tiveram contato com uma formação estruturada. A ideia de utilizar a Hotmart como plataforma principal também se justificou pelo fato de ela possibilitar um alcance amplo e imediato, permitindo que pessoas de qualquer lugar possam acessar o curso sem barreiras físicas ou financeiras muito altas. A tecnologia, que já faz parte do dia a dia de grande parte da população, deixou de ser apenas um apoio e passou a se tornar uma ferramenta essencial para ampliar oportunidades de aprendizagem. Assim, criar um curso online se mostrou não apenas uma alternativa viável, mas a forma mais eficiente de democratizar o conhecimento na área de eventos.

Outro ponto que reforça a justificativa deste projeto é o crescimento dos cursos digitais e a mudança na forma como as pessoas aprendem atualmente. A educação online ganhou força nos últimos anos e se tornou uma opção real para quem busca qualificação rápida, prática e acessível. Ao observar esse movimento e unir isso às demandas específicas do setor de eventos, ficou claro que um curso como o DEVentos poderia atender exatamente essa necessidade de conteúdo direto, atualizado e fácil de aplicar na prática. Afinal, muitos profissionais da área procuram informação, mas acabam encontrando materiais muito teóricos, pouco organizados ou desconectados da realidade do mercado.

Dentro dessa proposta, o projeto também se orienta por seus objetivos, que ajudam a compreender a importância da criação do curso. O objetivo geral é desenvolver um curso de capacitação técnica em eventos que seja acessível, democrático e capaz de auxiliar na formação de profissionais mais preparados e conscientes das etapas necessárias para organizar um evento com qualidade. Já os objetivos específicos envolvem contribuir para a profissionalização da área, facilitar o acesso ao conhecimento técnico, diminuir a falta de formação adequada entre profissionais iniciantes, incentivar o interesse pela capacitação, ensinar noções de marketing digital voltadas para o setor de eventos, desenvolver habilidades de planejamento, gestão de cronograma e orçamento, estimular a criação de uma comunidade de troca entre os alunos e oferecer uma base prática que possa ser usada como referência para a realização de eventos reais.

Com tudo isso, ficou evidente que o DEVentos não surgiu apenas como um trabalho para cumprir uma etapa do curso, mas como uma resposta real para uma necessidade que acompanhamos de perto durante todos esses anos de formação. A ideia do projeto foi justamente coletar tudo aquilo que é ensinado, observar o que faz falta no mercado e transformar isso em algo útil, acessível e que realmente faça diferença para quem quer trabalhar com eventos. Mais do que um curso online, o DEVentos representa a chance de facilitar o caminho de muitos profissionais, ajudando a elevar a qualidade do setor e incentivando uma formação mais consciente, prática e bem estruturada.

2. DESENVOLVIMENTO

2.1 Educação Geral no Brasil e a Educação profissional e técnica

A educação brasileira é organizada em diferentes etapas, desde a Educação Infantil até o Ensino Superior. É muito importante entender como cada parte desse sistema se encaixa para avaliar se a organização está funcionando bem na totalidade (INSTITUTO AYRTON SENNA, 2023).

Falando sobre educação infantil, de acordo com o instituto Ayrton senna (2023):

Começando pela Educação Infantil, onde os alunos têm as suas primeiras experiências escolares, passando pelo Ensino Fundamental, que é quando consolidamos o que aprendemos, até chegar ao Ensino Médio, uma etapa mais aprofundada e que nos prepara para o Ensino Superior ou uma carreira profissional. Cada uma dessas etapas tem suas próprias características e desafios, contribuindo para os indivíduos chegarem à fase adulta com as ferramentas e habilidades para uma vida plena.

Ainda de acordo com o Instituto Ayrton Senna (2023), Entender como a educação funciona no Brasil não é só analisar cada desafio ou etapa de ensino em separado, mas também pensar em como o aprendizado está acontecendo. Para sustentar esse sistema educacional, existem diversos marcos regulatórios fundamentais.

Com base nos dados de GOMES (2024): A pesquisa Global Education Monitor 2024, que explora as percepções sobre educação em diversos países, revelou que apenas 26% dos brasileiros avaliam o sistema educacional do país como bom. O número também mostra uma piora em relação aos dados coletados no ano passado. Em 2023, 34% dos brasileiros consideravam a qualidade da educação como boa (uma queda de 8 pontos percentuais na avaliação positiva). Singapura (74%) e Índia (69%) são os países que têm uma visão mais positiva de seus sistemas educacionais.

Enquanto isso, 47% consideram a educação no Brasil ruim. A Hungria lidera o ranking de insatisfação, com 65% de avaliação negativa, Romênia (54%) e Argentina (51%) (GOMES, 2024).

Para UNICEF (2024), um assunto de suma importância para o contexto e sociedade atual é a educação tecnológica e profissional no país, sendo assim, entende-se que no cenário brasileiro atual a educação é de extrema importância para o convívio enquanto sociedade. Tal narrativa toma forma quando se observa o esforço governamental para manter os alunos na escola. A educação profissional para além de ser apenas para capacitação de um profissional, ela se trata de trazer para a vida

do profissional realização, entrega e curiosidade, além de facilitar a democratização do acesso ao ensino por todo país.

Ainda de acordo com UNICEP (2024), o impacto da tecnologia na educação também se reflete na democratização do acesso ao conhecimento. Com a internet, recursos educacionais de qualidade tornaram-se acessíveis a um número maior de pessoas, independentemente de sua localização geográfica ou contexto socioeconômico.

A partir dos dados analisados pelo ITAÚ (2025), O estudo “Democratização da EPT no Brasil” do Itaú Educação e Trabalho possui papel importante de orientação na forma de implementação da Educação Profissional e Tecnológica de forma a mitigar desigualdades latentes no país, jogando o olhar para onde se encontram as maiores desigualdades que devem ser atendidas com a oportunidade de acesso ao ensino técnico.

2.1.1. A Área De Eventos E O Sucateamento

Evento é uma concentração ou reunião formal e solene de pessoas e/ou entidades realizada em data e local especial, com objetivo de celebrar acontecimentos importantes e significativos e estabelecer contatos comerciais, culturais, esportivos, sociais, familiares, religiosos, científicos, etc... (ZANELLA, 2012, p. 1).

Ainda segundo Zanella (2012, p.1), em seu texto define que:

Um evento geralmente provoca fortes emoções para os participantes, para os promotores e organizadores e, enfim, para todos que convivem com o turbilhão de atividades que compõem seu universo. Para quem organiza, evento significa muito trabalho, iniciativa, criatividade, competência e resultados. Para quem participa, significa conagraçamento e integração, gerando e consolidando vínculos e relações de caráter profissional e pessoal.

Além desses aspectos, os eventos significam variedade e excelência de cardápios, ambientes requintados, conforto das instalações e, em especial, descontração física e mental e momentos de pausa e reflexão em torno dos temas e trabalhos apresentados.

Segundo A Abrape (Associação Brasileira de Promotores de Eventos) (2025), projeta que o setor de eventos alcançará um consumo de R\$ 141,1 bilhões em 2025,

representando um aumento de 8,4% em relação a 2024 balanço final do consumo do ano passado deve fechar em R\$ 130,1 bilhões, reforçando a retomada pós-pandemia.

O segmento também deve gerar 45,2 mil novos empregos, totalizando 4,305 milhões de postos de trabalho. No core business, que inclui organização de eventos, espetáculos e promoções esportivas, estão previstas 9,9 mil vagas adicionais, elevando o total para 186,8 mil trabalhadores formais (ABRAPE, 2025).

Seguindo ainda os dados de ABRAPE (2025), O número de empresas também deve crescer. A previsão é de 103,1 mil negócios no setor em 2025, enquanto a cadeia produtiva pode atingir 836,7 mil empresas, expansão de 1.9% sobre 2024. As estimativas fazem parte do Radar Abrape, estudo que considera dados do IBGE e do Ministério do Trabalho, além de indicadores econômicos como o IPCA e a renda mensal dos trabalhadores.

Só em junho de 2025, o consumo estimado foi de R\$ 11,515 bilhões. Comparado ao mesmo período de 2024, o crescimento acumulado no primeiro semestre é de 3,4%. “O consumo no setor de eventos já ultrapassa marcas históricas, o que mostra que não estamos apenas recuperando o que foi perdido na pandemia, mas alcançando um novo patamar. É uma demonstração clara do potencial do entretenimento como motor econômico e social”, afirma Doreni Caramori Júnior, empresário e presidente da ABRAPE (ABRAPE, 2025).

As empresas estão enfrentando patamares recordes de obstáculos para contratar profissionais com as qualificações requeridas. O último levantamento Total WorkForce Index, da ManpowerGroup, revelou que 75% das empresas consultadas globalmente reportam escassez de talentos e dificuldades em preencher vagas, o mais alto percentual em 16 anos da pesquisa. O contexto dramático pode ser explicado pelo fato de a pandemia ter acelerado a necessidade de competências como habilidades digitais, adequação ao modelo de teletrabalho, autogerenciamento e adaptabilidade (FERREIRA; RESENDE, 2023).

Nos últimos anos, empresas como PwC, Amazon, Accenture e Microsoft provaram que estão atentas aos desafios, ao anunciarem investimentos massivos no treinamento e requalificação de sua força de trabalho. Os esforços são direcionados não apenas a grandes centros, como também a comunidades pequenas e remotas, onde é ainda mais raro encontrar profissionais com as habilidades necessárias. No contexto brasileiro, empresas como Mercado Livre, Via Varejo e iFood vêm lançando programas para a qualificação e requalificação da força de trabalho. Para empresas

de ponta, no mundo dinâmico e ágil em que vivemos, o futuro acontece hoje (FERREIRA; RESENDE, 2023).

Neste artigo, analisamos as diversas faces do upskilling e reskilling, tomando como principal base pesquisa recente sobre o tema da qual um dos autores participou, a qual avaliou no Brasil a percepção tanto dos recrutadores quanto da força de trabalho – empregada e desempregada. Mostramos o cenário de upskilling e reskilling no Brasil, destacamos as habilidades prioritárias, documentamos a percepção dos colaboradores, trazemos evidências dos benefícios dos processos de qualificação e requalificação para o ecossistema e, por fim, fazemos recomendações para empresas que desejam direcionar esforços para melhorar a qualificação do seu capital humano (FERREIRA; RESENDE, 2023).

2.1.2. Cursos e Plataformas

Os cursos online cativaram o mundo. Há diversas vantagens de levar a aprendizagem para o online, como mais flexibilidade, maior engajamento e o fato que essa modalidade empodera os participantes (EASY LMS, 2018).

São sessões de aprendizagem organizadas em curso realizado no meio online. Os cursos podem ser de diferentes tipos, do informal ao formal, e abarcar diferentes tópicos. Além disso, eles podem ser usados como um modo de preparação para uma prova online, ou apenas como um hobby (EASY LMS, 2018).

Segundo RIBEIRO (2023), diversas instituições realizam deste meio para contribuir com o aprendizado das pessoas. Temos como exemplo a faculdade Unip que em algumas modalidades, seu ensino é totalmente de forma remota e através disso eles disponibilizam seus cursos. Uma grande vantagem dos cursos online é que eles podem ser sobre praticamente qualquer assunto! Não importa o seu setor de atuação, nele você encontra tópicos que podem ser abordados em um curso de e-learning.

De acordo com a Coursera, a demanda por educação online continua superando os níveis pré-pandemia. Em 2021, o número total de alunos matriculados atingiu 92 milhões de pessoas, o que é quase 30% maior que em 2020 e duas vezes mais que em 2019. Acredita-se que a popularidade continue crescendo nas próximas décadas, com o aprendizado online sendo empregado dentro de e fora da indústria educacional (RIBEIRO, 2023).

Com base nos dados de NETO (2017), com o avanço da tecnologia, a facilidade para acessar conteúdos vem aumentando cada vez mais, e consequentemente aumentando o número de plataformas digitais. O valor criado nas plataformas digitais deixa de estar centrado apenas no produto em si, se ampliando para a inteligência gerada em torno das interações que regem o ecossistema de negócios.

Temos como exemplo a Nike, uma marca de tênis muito reconhecida na geração atual, que deixou de ser uma marca focada apenas em produtos tangíveis e, atualmente, amplia seu relacionamento com os clientes, conectando-os em uma grande comunidade em torno dos seus aplicativos que entregam informações e dicas sobre o rendimento esportivo de cada usuário em suas atividades físicas, bem como viabiliza desafios ao rendimento pessoal e entre os membros da plataforma (NETO, 2017).

Afinal, tais plataformas são uma solução tecnológica utilizada para a oferta de serviços pela internet, além do consumo de conteúdo online, permitindo a realização de uma série de atividades de forma facilitada. Atualmente, elas representam uma resposta aos desafios enfrentados por instituições, pessoas e empresas na era da transformação digital (FIA, 2023).

As plataformas de serviços digitais não só permitem contribuir para novos negócios, como também garantem a escalabilidade de um negócio a partir de divulgações pela rede da internet. Elas permitem a criação, distribuição e consumo de conteúdo online, abrangendo redes sociais, aplicativos, sites e serviços online. Facebook e Instagram, marketplaces como Amazon e serviços de streaming como Netflix são exemplos de uma plataforma de serviços digitais (FIA, 2023).

Ainda segundo FIA (2023):

Apesar de dividirem opiniões, os cursos online são possibilidades de mudança de vida, carreira e realidade para algumas pessoas. O mundo profissional está a um toque para aqueles que buscam reconhecimento e capacitação hoje em dia, em uma realidade onde a profissionalização de áreas vem acontecendo por meio da tecnologia os cursos online são recursos de extrema importância para o desenvolvimento de cada profissional.

De acordo com MACKENZIE (2025), os cursos online oferecem uma flexibilidade incomparável, que chega a ser visto por muitos alunos como a maior

qualidade do ensino a distância. Isso porque o aluno pode aprender no seu próprio ritmo e de acordo com a sua própria agenda. Essa possibilidade é um divisor de águas na vida dos profissionais que já estão inseridos no mercado de trabalho e não têm tempo para ir até a universidade e participar das aulas presenciais. Com os cursos on-line, tudo é possível! Até mesmo estudar sem abrir mão de nenhuma outra parte de sua vida.

Durante a pandemia da COVID-19, a educação online ganhou ainda mais visibilidade. Segundo a UNESCO (2020), o ensino remoto foi a principal alternativa para manter a continuidade da aprendizagem em escala global, evidenciando a importância da infraestrutura digital e das competências tecnológicas tanto para educadores quanto para estudantes.

2.1.3. A Plataforma Hotmart, a Educação Digital e Os Recursos Audiovisuais.

A Hotmart é uma plataforma global e completa para quem quer vender produtos digitais e físicos online, sendo a maior da América Latina no setor de ensino à distância. Com mais de 500 mil produtos cadastrados e vendas para mais de 188 países, a Hotmart permite que qualquer pessoa compartilhe seu conhecimento ou produto com o mundo de forma prática e segura (HOTMART, s.a).

Seu ecossistema oferece uma infraestrutura completa para criadores e vendedores de conteúdo, sem mensalidades ou taxas de adesão. Você só paga uma porcentagem sobre as vendas realizadas. A plataforma ainda disponibiliza soluções integradas para escalar seu negócio digital, desde a hospedagem até o processamento de pagamentos (HOTMART, s.a).

A tecnologia não é apenas uma facilidade para os tempos em que vivemos, ela faz parte da rotina de todo um grupo, conhecido como geração Z. Essa geração é caracterizada por pessoas nascidas entre meados dos anos 1990 até 2010 que são mais familiarizadas com a tecnologia e estão sempre conectadas. Ela apresenta comportamentos e posições diferentes das outras nas mais diversas questões. São pessoas também mais ativas e que demonstram outros interesses, e não têm sua atenção focada no consumo de bens (EVOLUA, 2020).

Por conta disso, a maneira como essas pessoas aprendem é diferente das outras gerações. Se você analisar uma sala de aula com alunos nascidos, por exemplo, em 2004, poderá notar que existe uma grande dificuldade em fazê-los se

interessar pelo conteúdo. Isso acontece quando a instituição de ensino não apresenta uma abordagem tecnológica e que tenha como aliados os recursos audiovisuais (EVOLUA, 2020).

Nos dados de EVOLUA (2020), diversas escolas, principalmente as particulares, têm optado pelo uso de equipamentos como tablets e até os celulares dos alunos para desenvolver um ensino à altura dessa nova geração. Sendo assim, é preciso, literalmente, inovar para que uma simples aula prenda a atenção desses.

Com isso, quando a tecnologia não está presente, os alunos tendem a perder o interesse rapidamente pelos conteúdos passados em sala de aula. Isso acaba por prejudicar o desempenho, rendimento e até mesmo afastando o aluno da escola.

Agora, imagine outra sala de aula de 9º ano do ensino fundamental, mas de uma escola que faça uso desses recursos. Os alunos consultam suas apostilas em tablets ou em seus próprios smartphones, o conteúdo é transmitido por vídeos, existe a tecnologia aplicada em praticamente tudo. Esses alunos estarão mais interessados, terão um rendimento maior, além de assimilarem mais conteúdo (EVOLUA, 2020).

Entretanto, estamos falando de uma geração tecnológica, que tem na internet e na tecnologia o respaldo do que precisam e o interesse verdadeiro em aprender o que é passado em sala de aula (EVOLUA, 2020).

2.2. Concepção E Planejamento

Desde 2023 os estudantes e professores da Etec Trajano Camargo do curso técnico em eventos, relatam uma má fiscalização na capacidade profissional dos prestadores de serviços na área de eventos (organizador, cerimonial, celebrante e etc....). Visando a profissionalização e o aumento da qualidade do serviço prestado propostas foram elaboradas. Com um problema tão alarmante, um curso de capacitação com aulas didáticas onde a base tecnológica e conhecimento adquirido durante os 3 anos do curso de habilitação profissional e técnico em eventos integrado ao ensino médio da Etec Trajano Camargo será disponibilizado de forma virtual, essa é a proposta mais eficiente para combater esse problema.

Ao observarem o problema relatado, iniciaram-se pesquisas e o desenvolvimento de um plano de trabalho. Com base nos dados obtidos, constatou-se que muitos profissionais da área de eventos não possuem conhecimento adequado sobre como desenvolver um evento seguro e de qualidade para seus clientes, tampouco compreendem os requisitos necessários para a elaboração de um simples

briefing. Diante dessa realidade, foi desenvolvido um curso de capacitação destinado a cerimonialistas, celebrantes, divulgadores e demais profissionais do setor, com o objetivo de oferecer uma base sólida para o desenvolvimento de eventos e servir como um guia de consulta prática.

O curso proposto aborda os fundamentos essenciais para a realização de qualquer evento, abrangendo temas como planejamento, organização de eventos, logística, marketing, administração, buffet e bebidas, ética profissional, recreação, empreendedorismo e desenvolvimento de projetos. Com vistas à profissionalização, esses conteúdos foram estruturados em dez aulas de aproximadamente cinquenta minutos cada, totalizando uma carga horária de cerca de oito horas e meia. A escolha por uma carga reduzida visa possibilitar o acesso de um maior número de participantes, democratizando, assim, a formação profissional no setor.

Com o intuito de garantir maior facilidade e agilidade no acesso ao curso, optou-se pela utilização da plataforma Hotmart, reconhecida e consolidada no mercado digital pela distribuição e comercialização de produtos educacionais online. A Hotmart oferece uma interface intuitiva e segura, onde diversos cursos, e-books e infoprodutos são disponibilizados de forma prática. Essa escolha estratégica possibilita que o curso DEVentos seja acessado de maneira eficiente e descomplicada, desde a aquisição até o consumo do conteúdo.

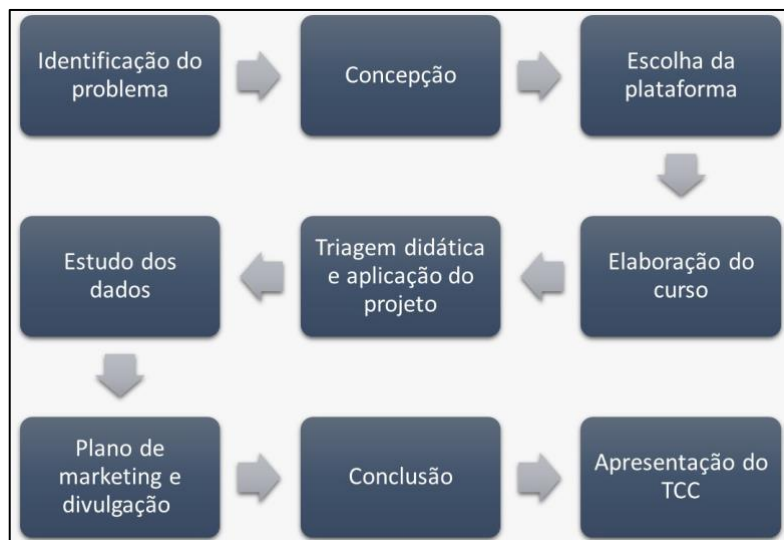
A divulgação do curso DEVentos foi concebida como um processo estratégico voltado ao fortalecimento da marca e à aproximação com o público-alvo, por meio de ações de marketing digital. Entre as estratégias de comunicação adotadas, destacam-se o marketing de conteúdo e a presença ativa nas redes sociais Instagram, TikTok e YouTube, além da implementação de campanhas segmentadas de tráfego pago. Para ampliar o alcance, serão explorados recursos próprios da Hotmart, como o programa de afiliados, bem como firmadas parcerias com influenciadores das áreas de eventos e empreendedorismo. Essa concepção visa não apenas à promoção do curso, mas também à formação de uma comunidade engajada e ao fortalecimento da credibilidade do projeto no mercado.

Por fim, o projeto será disponibilizado integralmente em formato digital, incluindo vídeos de mentoria exclusivos para os participantes. A fim de acompanhar o desempenho e a satisfação dos alunos, será implementado um formulário de feedback, permitindo que os usuários compartilhem suas impressões e avaliem a experiência de aprendizagem. Ademais, serão disponibilizados canais de contato

direto, assegurando suporte ágil e eficiente para esclarecimento de dúvidas e resolução de eventuais problemas relacionados à plataforma.

O projeto tem como ponto de partida a criação de um fluxograma de trabalho, o qual determina cada momento do seu planejamento e desenvolvimento sendo construído com base no fluxograma a seguir:

Figura 1- Fluxograma do Projeto.



Fonte: Acervo pessoal do projeto, 2025.

2.2.1. Análise De Mercado

A demanda por aulas à distância já mostrava sinais de crescimento em 2020, impulsionada pela pandemia da COVID-19. Durante esse período, houve um aumento de 50% na busca por cursos online, conforme levantamento da Associação Brasileira de Educação a Distância (ABED). Essa tendência continuou a se fortalecer, refletindo uma mudança duradoura na forma como as pessoas buscam pela educação e capacitação (STUDIO, 2024).

A análise do mercado foi essencial para compreender como o setor de eventos se comporta atualmente e quais oportunidades ele oferece para quem deseja atuar nessa área. Observando o cenário, ficou evidente que esse é um campo em expansão contínua, impulsionado por diferentes tipos de demandas, como festas sociais, eventos corporativos, produções culturais e ações promocionais. Mesmo após os impactos da pandemia, o setor mostrou uma recuperação rápida e consistente, o que evidenciou o quanto as pessoas valorizam experiências presenciais e bem planejadas. Isso abriu ainda mais espaço para profissionais capacitados e preparados para lidar com as exigências desse universo.

Durante essa análise, também percebemos a grande variedade de funções que compõem a cadeia de produção de um evento. É um mercado que envolve organizadores, assistentes, recepcionistas, cerimonialistas, coordenadores de logística, montadores e diversos outros perfis que atuam de forma integrada. Essa diversidade mostra que não existe apenas um único caminho profissional, e sim várias possibilidades que se adaptam a diferentes perfis e interesses. Ao mesmo tempo, ficou claro que muitos desses trabalhadores não possuem base técnica suficiente, o que cria uma diferença entre o que o mercado precisa e o que está disponível em termos de qualificação.

Outro ponto observado foi a mudança no comportamento do público consumidor. As pessoas procuram eventos mais organizados, com boa estrutura, atendimento de qualidade e experiências diferenciadas. Essa exigência faz com que as empresas e os contratantes valorizem cada vez mais quem tem conhecimento técnico e postura profissional. Por isso, a capacitação se tornou indispensável para quem deseja se destacar e conquistar melhores oportunidades dentro do setor.

A análise também revelou a força econômica desse mercado, que movimenta valores expressivos e gera empregos diretos e indiretos. Eventos estimulam a economia local, fortalecem pequenos negócios e criam oportunidades para uma grande variedade de serviços. Além disso, a existência de nichos muito diferentes, como casamentos, formaturas, shows, feiras empresariais, congressos e produções temáticas, mostra que há espaço para atuação em vários segmentos, permitindo que cada profissional encontre o caminho que mais combina com seu perfil.

2.2.2. Público-Alvo

O público-alvo do DEVentos é composto por jovens e adultos interessados em ingressar no mercado de eventos, bem como por profissionais atuantes que buscam atualização constante e empreendedores que desejam estruturar e organizar eventos de forma eficiente. A faixa etária principal é de 18 a 45 anos, abrangendo um perfil digital ativo, com usuários frequentes das redes sociais Instagram, TikTok e YouTube, plataformas essenciais para divulgação e engajamento.

Foi definido a partir da observação do cenário atual da área de eventos e das necessidades que percebemos ao longo da nossa formação técnica. Desde o início, ficou claro que o curso deveria ser pensado para pessoas que desejam ingressar nesse mercado, mas que ainda não possuem uma base sólida ou não sabem por onde

começar. Por isso, o público principal é formado por jovens e adultos que buscam uma oportunidade de capacitação rápida, acessível e prática, especialmente aqueles que têm interesse em trabalhar com produção, organização, cerimonial, recepção ou qualquer outra função dentro do setor de eventos. Esse grupo inclui tanto quem nunca teve contato com um curso da área quanto profissionais que já atuam, mas sentem falta de um direcionamento mais técnico para melhorar sua atuação.

Além dos iniciantes, o curso também é voltado para profissionais que já estão no mercado, mas que aprenderam tudo “na prática”, sem uma formação estruturada. Ao conversar com trabalhadores do setor, percebemos que muitas pessoas realizam eventos há anos, porém nunca estudaram planejamento, logística, marketing ou briefing de forma correta, o que acaba prejudicando a qualidade final do trabalho. Para esse público, o DEVentos funciona como uma forma de atualização, oferecendo uma visão mais organizada e profissional das etapas que compõem a criação e execução de um evento.

Outro grupo que faz parte do público-alvo são os empreendedores, especialmente aqueles que têm pequenas empresas de eventos, trabalham por conta própria ou desejam abrir seu próprio negócio. Muitas vezes, essas pessoas dominam a parte prática, mas não conhecem ferramentas de gestão, comunicação e organização que poderiam facilitar o dia a dia e impulsionar os resultados. O curso oferece justamente essa base que falta, auxiliando tanto quem deseja começar quanto quem já empreende, mas ainda não encontrou um método eficiente de gestão de eventos.

Também incluímos como foco os jovens que estão concluindo o ensino médio e buscam uma primeira oportunidade de capacitação profissional. Por ser um curso acessível, online e direto ao ponto, ele se torna uma porta de entrada para quem ainda não teve experiência no mercado de trabalho, mas deseja iniciar em uma área que cresce a cada ano. Esse público costuma estar mais familiarizado com tecnologia e com o consumo de conteúdo digital, o que fortalece ainda mais a escolha de colocar o curso na plataforma Hotmart.

Outro perfil importante é o de pessoas que trabalham de forma esporádica na área, como recepcionistas, monitores, auxiliares e cerimonialistas de pequenos eventos. Esses profissionais costumam atuar em eventos sociais, festas corporativas e celebrações diversas, mas muitas vezes não possuem treinamento adequado para exercer suas funções com segurança e profissionalismo. O DEVentos oferece

fundamentos essenciais que ajudam esses trabalhadores a se destacarem e aumentarem suas chances de contratação, além de permitir que compreendam melhor todo o processo de organização do evento, e não apenas a parte na qual atuam.

Há também pessoas que desejam apenas complementar sua renda ou encontrar uma área que proporcione novas oportunidades. Para esse público, um curso digital é ideal, porque permite estudar no próprio ritmo, sem pressões e sem altos custos. A proposta de entregar aulas práticas e diretas se encaixa perfeitamente nessas necessidades e possibilita que qualquer interessado comece a desenvolver habilidades úteis para atuar no setor.

No geral, o público-alvo do DEVentos é composto por indivíduos com diferentes histórias, idades e motivações, mas todos têm algo em comum: a vontade de aprender e melhorar. São pessoas que buscam conhecimento de um jeito simples, atual e acessível, e que desejam se qualificar para atuar em um mercado dinâmico e cheio de possibilidades. Essa diversidade reforça a importância de um curso que realmente apoie o desenvolvimento de cada participante, oferecendo uma formação que faça sentido e que ajude a transformar suas realidades profissionais.

2.2.3. Local

O local escolhido para o desenvolvimento e disponibilização do curso foi a plataforma Hotmart, e essa decisão não aconteceu por acaso. Desde o início do projeto, buscamos um ambiente que fosse acessível, intuitivo e capaz de atender tanto aos produtores do conteúdo quanto aos futuros alunos, sem exigir recursos complexos ou investimentos altos. A Hotmart se destacou justamente por unir todas essas características em um único espaço. Por ser uma plataforma já reconhecida e amplamente utilizada no mercado digital, ela transmite confiança, segurança e credibilidade, elementos essenciais para que um curso tenha boa aceitação e alcance um público cada vez maior.

Um dos principais motivos para a escolha dessa plataforma foi a praticidade que ela oferece. A Hotmart disponibiliza ferramentas que facilitam o processo de criação do curso, desde o envio dos vídeos até a organização das aulas e materiais complementares. Tudo isso acontece de forma simples, sem exigir conhecimentos avançados de edição ou programação. Para nós, que desenvolvemos o projeto dentro do ambiente escolar, essa acessibilidade fez toda a diferença, pois permitiu que o

curso ganhasse forma de maneira rápida, organizada e sem complicações técnicas que poderiam atrapalhar o andamento do projeto.

Outro diferencial importante é a estrutura que a Hotmart oferece para os alunos. A área do estudante, conhecida como Hotmart Club, é visualmente agradável, organizada e fácil de navegar, o que contribui para que o usuário tenha uma experiência mais fluida e profissional. Esse ambiente foi fundamental para o objetivo do curso, já que prezamos por um aprendizado simples, direto e acessível, e a plataforma possibilita justamente isso. Além disso, o aluno pode acessar o conteúdo de onde estiver, seja pelo computador ou pelo celular, o que amplia ainda mais as possibilidades de consumo do curso e facilita a rotina de quem possui pouco tempo disponível para estudar.

A plataforma também se destaca pelos recursos adicionais, como a possibilidade de enviar mensagens automáticas, criar páginas personalizadas, gerenciar comentários e acompanhar o progresso dos alunos. Esses elementos enriquecem a experiência e ajudam a manter uma boa comunicação entre o criador do curso e os participantes. Outro ponto relevante é o sistema de pagamentos da Hotmart, que funciona de maneira totalmente integrada e segura, permitindo que o aluno compre o curso com facilidade e sem riscos, enquanto os produtores conseguem acompanhar todas as vendas e movimentações de forma transparente.

Além das vantagens técnicas, a Hotmart também se encaixa perfeitamente no perfil do público que pretendemos alcançar. A maior parte dos interessados em cursos de eventos está presente nas redes sociais, utiliza a internet para buscar conhecimento e está habituada a consumir conteúdos digitais. Por isso, oferecer o DEVentos em um ambiente moderno e totalmente online é uma forma de acompanhar o comportamento desse público e garantir que o curso esteja onde as pessoas realmente procuram informação nos dias de hoje.

Outro benefício importante é que a Hotmart ajuda a ampliar o alcance do projeto por meio de ferramentas de divulgação e do próprio programa de afiliados. Isso significa que o curso pode ser recomendado por outras pessoas e alcançar novos públicos sem depender apenas dos criadores, aumentando naturalmente sua visibilidade. Essa característica se encaixa muito bem com a proposta do projeto, já que desejamos democratizar o acesso ao conhecimento e possibilitar que mais pessoas tenham contato com esse conteúdo.

Por fim, a escolha da Hotmart também representa uma forma de alinhar o projeto com as tendências atuais da educação digital. Vivemos em um momento em que grande parte do aprendizado acontece de forma online, e ignorar esse movimento seria ir na contramão do próprio mercado. Ao optar pela plataforma, garantimos não apenas um local adequado para hospedar o curso, mas também um ambiente moderno, confiável e alinhado às necessidades reais do setor de eventos e dos estudantes que buscam capacitação.

2.3. Desenvolvimento Do Curso Por Meio Da Plataforma

O curso DEVentos será disponibilizado de forma digital, utilizando a plataforma Hotmart, que é uma das mais conhecidas para cursos online. A seguir, estão as etapas do processo de criação e publicação do curso, desde o início até o momento em que ficou disponível para os alunos.

Figura 2- Simulação do curso na plataforma Hotmart.



Fonte: BÁRRETTO, 2025.

- **Instalação e criação da conta**

O primeiro passo é baixar o aplicativo Hotmart Sparkle (disponível para Android e iOS) ou acessar o site oficial da Hotmart pelo navegador. Após a instalação, foi criada uma conta de produtor, que é o tipo de conta usada por quem deseja vender cursos e materiais digitais. O cadastro é simples, pedindo informações básicas como nome, e-mail e senha. Abaixo uma imagem demonstrativa da tela de login:

Figura 3- Tela de login da plataforma Hotmart.



Fonte: BÁRRETTO, 2025.

- **Criação do produto (curso)**

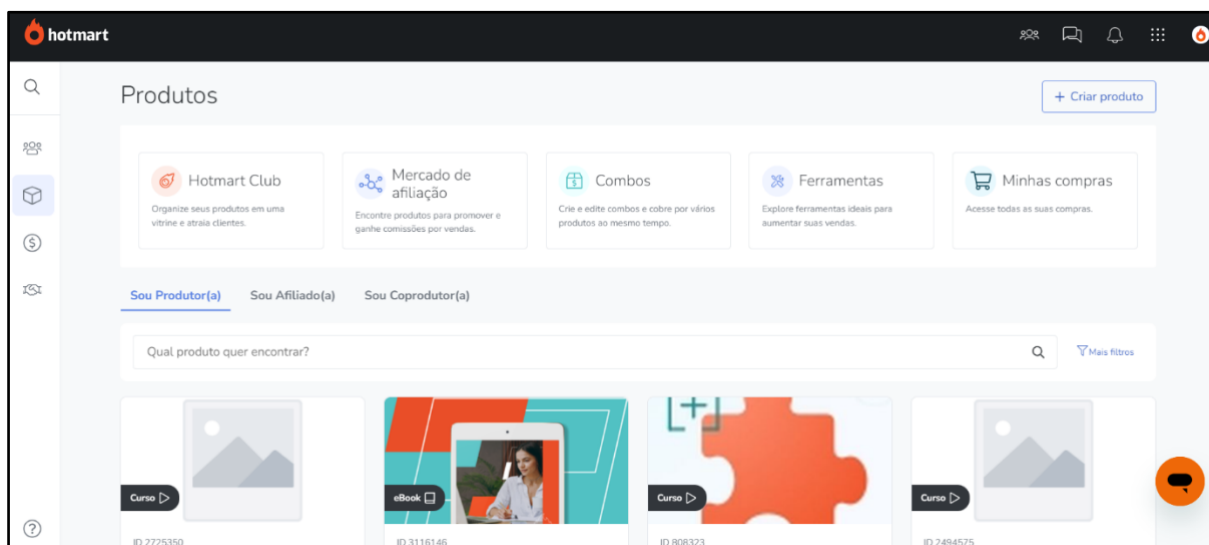
Depois de acessar a conta, será acessado o painel do produtor e depois em “Criar Produto”. Nessa etapa, a Hotmart pede algumas informações principais do curso:

- Nome do curso: **DEVentos**
- Tipo de produto: **Curso Online**
- Categoria: **Educação / Eventos**
- Descrição: resumo sobre o conteúdo e o público-alvo

Após preencher as informações, o curso será salvo como “rascunho”, para que o conteúdo possa ser adicionado aos poucos.

A página de produtos da Hotmart conforme a imagem abaixo (Figura 4), funciona como o ponto de partida para quem deseja criar, organizar e vender conteúdos digitais dentro da plataforma. É nesse espaço que cada criador encontra todas as ferramentas necessárias para transformar uma ideia em um produto real, seja ele um curso online, um e-book, uma mentoria ou qualquer outro material educacional. Ao acessar essa página, o produtor visualiza de forma clara todos os produtos já criados, bem como aqueles que ainda estão em fase de rascunho, o que facilita bastante a organização do trabalho e o acompanhamento do que está sendo desenvolvido.

Figura 4- Página de “Produtos” da plataforma Hotmart.



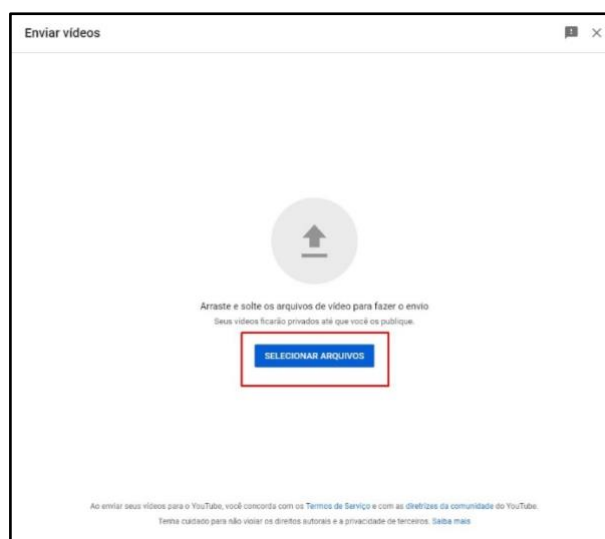
Fonte: HOTMART, 2024.

- **Organização do conteúdo**

Com o curso criado, será possível montar os módulos e aulas. Cada módulo representa um tema específico (como planejamento, marketing, logística etc.). Dentro de cada módulo, foram adicionadas as videoaulas, PDFs, slides e materiais de apoio.

O conteúdo é gravado com um celular e microfone, e depois editado em um aplicativo simples para ajustar o som e a imagem. Após a edição, os vídeos são enviados diretamente para a Hotmart, na aba “Conteúdo”, onde o upload é feito em formato MP4.

Figura 5- Página de “Upload” da plataforma Hotmart.



Fonte: Acervo pessoal do projeto, 2025.

- **Personalização da área do aluno**

A Hotmart oferece uma área exclusiva para os alunos, chamada Hotmart Club.

Nela, é possível adicionar:

- Foto de capa e logo do curso;
- Texto de boas-vindas;
- Links de apoio (WhatsApp, Instagram e formulário de dúvidas);
- Mensagens automáticas para quando o aluno concluir uma aula.

Essa personalização ajuda a deixar o curso mais profissional e acolhedor.

A página do Hotmart Club representa a área onde os alunos têm acesso ao conteúdo do curso de maneira organizada e intuitiva. Esse ambiente é essencial porque funciona como a “sala de aula virtual” da plataforma, reunindo todas as aulas, materiais complementares e informações importantes em um único lugar. A interface do Club foi pensada para facilitar a navegação, permitindo que o estudante encontre rapidamente o que precisa, acompanhe seu progresso e continue de onde parou sem dificuldades.

Além disso, o visual limpo e bem estruturado ajuda a deixar o estudo mais leve e agradável, o que é um ponto importante para quem está iniciando na educação online. A plataforma ainda oferece recursos que tornam a experiência mais completa, como mensagens automáticas, espaço para dúvidas e liberação de módulos de forma gradual, criando uma jornada de aprendizado mais organizada. Ao observar a imagem, é possível perceber como a Hotmart busca tornar o processo educativo mais simples, profissional e acessível, reforçando a escolha da plataforma como o local ideal para hospedar o curso desenvolvido no projeto.

Figura 6- Design da página de “HotmartClub” da plataforma Hotmart.



Fonte: HOTMART, 2023.

- **Definição do preço e liberação do curso**

Na etapa seguinte, é definido o valor do curso, além das formas de pagamento aceitas (cartão, PIX e boleto). A Hotmart já possui um sistema de checkout próprio e seguro, então o produtor não precisa lidar diretamente com pagamentos.

Depois disso, o curso é configurado como “publicado”, ficando disponível para compra e acesso imediato pelos alunos.

A página de precificação da Hotmart é o espaço onde o produtor define o valor do produto digital e ajusta todas as condições relacionadas à compra. Essa etapa é importante porque determina não apenas quanto o curso irá custar, mas também como ele será oferecido ao público. Ao acessar essa parte da plataforma, é possível configurar diferentes detalhes, como o preço final, formas de pagamento, parcelamento e até estratégias que podem ajudar a aumentar as vendas, como cupons e promoções. A Hotmart organiza essas opções de um jeito simples e visual, facilitando o processo mesmo para quem nunca trabalhou com vendas online antes.

Um dos pontos que mais se destaca nessa área é a liberdade que o produtor tem para ajustar o valor de acordo com o público que deseja alcançar. A plataforma deixa claro como cada escolha impacta o preço e oferece informações sobre taxas, formas de repasse e opções que deixam a compra mais prática para o aluno. Além disso, a transparência da Hotmart nessas informações ajuda a evitar dúvidas e permite que o criador tenha total controle sobre a estratégia escolhida para o curso.

A interface também apresenta seções que permitem fazer testes, alterar valores sempre que necessário e acompanhar o desempenho das vendas após a publicação. Tudo isso torna a experiência de precificação muito mais segura, porque cada mudança pode ser feita de maneira rápida e direta, sem complicações. Ao visualizar a imagem dessa página, fica evidente como a plataforma busca facilitar a vida de quem está produzindo, oferecendo um ambiente organizado, claro e intuitivo para que o processo de definição de preços seja simples, eficiente e adequado à realidade do público-alvo.

Abaixo a imagem sobre a tela de precificação citada no texto:

Figura 7- Página de “Precificação” da plataforma Hotmart.

Fonte: VERSIANI, 2025.

- **Divulgação e suporte aos alunos**

Para ajudar na divulgação, serão criadas páginas de divulgação, com textos explicativos, imagens e vídeos curtos de apresentação. Também contará com a utilização de redes sociais como Instagram, TikTok e YouTube para divulgar o curso e atrair o público-alvo.

Também ocorrerá um grupo no WhatsApp e um formulário de feedback, para que os alunos consigam enviar dúvidas e sugestões. Assim, é possível acompanhar o aprendizado e melhorar o curso com o tempo.

A etapa de divulgação e o suporte aos alunos são partes fundamentais para que o curso alcance as pessoas certas e ofereça uma experiência realmente completa. Desde o início, pensamos em maneiras de fazer com que o conteúdo chegasse ao público de forma clara e atraente, aproveitando os espaços onde as pessoas passam mais tempo e buscam informações hoje em dia. Por isso, a estratégia de comunicação foi direcionada principalmente para as redes sociais, já que elas se tornaram uma das principais portas de entrada para novos conhecimentos. Plataformas como Instagram, TikTok e YouTube permitem criar aproximação rápida, apresentar trechos das aulas, compartilhar dicas e despertar o interesse de quem está procurando uma oportunidade de capacitação.

A ideia não era apenas espalhar anúncios, mas construir uma presença digital que mostrasse o valor do curso de forma natural. Por meio de vídeos curtos, posts explicativos e conteúdos que geram identificação com o público, conseguimos criar

uma conexão mais verdadeira. Além disso, o uso dessas plataformas ajuda a alcançar pessoas de diferentes idades e perfis, ampliando as possibilidades de impacto. Outro ponto importante nessa fase é o programa de afiliados da própria Hotmart, que permite a colaboração de criadores de conteúdo, influenciadores e até alunos que desejarem indicar o curso. Isso aumenta o alcance de forma orgânica e traz credibilidade, já que a recomendação vem de alguém que realmente confia no material.

Depois da divulgação, vem uma parte igualmente essencial: o suporte. Não adianta oferecer um curso se o aluno não se sentir acompanhado durante todo o processo. Pensando nisso, organizamos canais de comunicação diretos para tirar dúvidas, receber sugestões, resolver eventuais problemas e garantir que ninguém se sinta perdido ao acessar o conteúdo. O contato pode ser feito por meio de grupos no WhatsApp ou Telegram, além de formulários simples para enviar feedback. Esse tipo de acolhimento deixa a jornada do estudante muito mais leve, pois ele sabe que pode contar com uma resposta rápida e apoio quando precisar.

Ter esse cuidado também faz com que o curso evolua constantemente. Quanto mais os alunos compartilham suas percepções, mais conseguimos ajustar detalhes, melhorar explicações e planejar futuras atualizações. Dessa forma, o suporte não serve apenas para ajudar quem está estudando, mas também para aperfeiçoar o conteúdo e torná-lo cada vez mais completo. Além disso, criar esse ambiente de contato aproxima os estudantes entre si, permitindo troca de experiências, ideias e dificuldades comuns, o que acaba formando uma pequena comunidade de apoio dentro do próprio curso.

No fim, a combinação entre uma divulgação bem planejada e um suporte presente transforma a experiência de aprendizado em algo mais humano e acessível. A comunicação nas redes sociais garante que o material seja encontrado por quem realmente está procurando esse tipo de formação, enquanto o acompanhamento oferecido ao aluno faz com que ele se sinta seguro e motivado para concluir cada etapa. Esse conjunto de ações reforça o compromisso do projeto em oferecer não apenas conteúdo, mas também presença, cuidado e uma estrutura que facilite o crescimento de cada participante.

2.3.1. Plano de Marketing

2.3.1.1. Proposta de Valor (Diferenciais do DEVentos)

O DEVentos se destaca por ser um curso 100% online, com conteúdo prático e acessível, desenvolvido para facilitar o aprendizado e a aplicação imediata dos conhecimentos. Diferentemente de outras ofertas no mercado, o curso não emite certificado, concentrando seu valor na capacitação efetiva e na aplicação prática. Além disso, o suporte direto aos alunos é realizado por meio de grupos fechados no WhatsApp ou Telegram, garantindo uma comunicação ágil e eficiente. O conteúdo está constantemente atualizado, abordando as principais tendências do mercado de eventos e o uso das ferramentas digitais mais atuais.

2.3.1.2. Estratégias de Divulgação

Para alcançar o público-alvo, serão adotadas estratégias de marketing de conteúdo, como a publicação de posts em formato carrossel no Instagram com dicas rápidas e relevantes. Nas redes sociais, serão utilizados vídeos curtos no TikTok, aulas demonstrativas no YouTube e conteúdos que reforcem a autoridade do projeto no LinkedIn. Além disso, serão estabelecidas parcerias com influenciadores do segmento de festas, eventos e empreendedorismo, potencializando a divulgação e a capilaridade da marca por meio do marketing de afiliação.

A estratégia de divulgação foi pensada para aproximar o curso do público de maneira simples, direta e compatível com os hábitos de consumo atuais. Hoje, a maior parte das pessoas busca informação nas redes sociais, passa boa parte do tempo vendo vídeos curtos e acompanha conteúdos de forma rápida. Por isso, toda a comunicação foi planejada levando isso em conta, aproveitando os espaços digitais onde o público realmente está presente. A intenção não era apenas mostrar o curso, mas criar uma presença que chamasse atenção, despertasse curiosidade e mostrasse que o conteúdo oferecido pode fazer diferença na vida profissional de quem deseja atuar no setor de eventos.

Para isso, decidimos utilizar principalmente Instagram, TikTok e YouTube, que são plataformas muito acessadas por pessoas interessadas em empreendedorismo, capacitação e conteúdos educacionais. A ideia foi desenvolver posts atrativos, vídeos curtos com dicas, exemplos de situações reais da área e trechos que mostrassem partes do curso. Essas redes permitem criar conexão rápida com quem está assistindo, e esse tipo de conteúdo costuma gerar mais engajamento e

compartilhamentos. Além disso, a linguagem visual desses espaços é dinâmica, o que combina com o perfil de quem busca aprender de um jeito menos formal e mais prático.

Outro ponto importante da estratégia foi o uso de conteúdos educativos como porta de entrada. Em vez de apenas divulgar o curso como um produto, a ideia foi entregar gratuitamente parte do conhecimento através de dicas, explicações simples e conteúdos que realmente agregam valor. Quando a pessoa percebe que aprendeu algo útil de forma rápida, cresce a chance de ela se interessar pelo restante do material. Esse tipo de divulgação traz mais confiança e aproxima o público do projeto sem parecer uma propaganda forçada.

Também consideramos o uso de tráfego pago, que ajuda a impulsionar publicações e atingir um número maior de pessoas relacionadas ao perfil desejado. Essa ferramenta permite segmentar o anúncio para quem realmente tem interesse na área, evitando que o conteúdo seja mostrado para quem não faz parte do público ideal. Assim, a divulgação se torna mais eficiente e os recursos são usados de forma mais consciente.

Além das redes sociais e dos anúncios, o programa de afiliados da própria plataforma também se mostrou uma vantagem importante. Com ele, criadores de conteúdo ou pessoas que se identifiquem com o curso podem divulgá-lo e receber comissão por cada venda realizada. Isso amplia ainda mais o alcance, porque o material passa a ser compartilhado por diferentes vozes e em diversas páginas, aumentando as chances de atingir públicos variados.

Por fim, a estratégia de divulgação também foi pensada para manter um relacionamento contínuo com o público, e não apenas durante o lançamento. Isso significa criar uma identidade para o projeto, manter uma presença ativa nas redes, responder dúvidas, mostrar os bastidores e continuar publicando conteúdos relevantes mesmo após o curso estar disponível. Dessa forma, criamos um ambiente mais próximo, humano e confiável, o que fortalece a credibilidade do trabalho e aumenta o interesse de novas pessoas ao longo do tempo.

2.3.2. Canais de Vendas

Os canais de venda foram definidos levando em consideração tanto o alcance do público quanto a facilidade de acesso ao curso. A escolha principal foi utilizar a própria plataforma da Hotmart, que já oferece uma estrutura completa para

comercialização de produtos digitais. Esse ambiente facilita todo o processo de compra, desde a apresentação das informações do curso até a finalização do pagamento. Além disso, a plataforma é conhecida pela segurança das transações e pela variedade de métodos disponíveis, o que ajuda a tornar a experiência mais prática e acessível para qualquer pessoa interessada.

Outro canal importante é o conjunto de redes sociais, que funciona como porta de entrada para grande parte dos alunos. Por meio de publicações no Instagram, vídeos no TikTok e conteúdos explicativos no YouTube, o público pode conhecer melhor o curso antes mesmo de visitar a página de vendas. Essa estratégia aproxima o produto do público e cria confiança, já que a divulgação nas redes permite mostrar exemplos, compartilhar dicas e apresentar parte do conteúdo de maneira gratuita. Dessa forma, esses espaços acabam funcionando como uma vitrine que leva o usuário diretamente ao link de compra.

Também foi considerado o uso do programa de afiliados oferecido pela própria Hotmart. Por meio dele, outras pessoas podem divulgar o curso em troca de comissão por venda, ampliando enormemente o alcance. Esse canal é vantajoso porque utiliza a credibilidade de produtores de conteúdo, influenciadores ou até alunos que já conhecem o material. Essas recomendações trazem mais segurança para quem está pensando em adquirir o curso, já que vêm de alguém que realmente aprovou a experiência.

Além disso, os grupos de WhatsApp e Telegram também funcionam como canais de venda indiretos. Esses espaços permitem contato mais próximo com o público, sendo úteis para tirar dúvidas, compartilhar links e reforçar a proposta do curso. O diálogo direto ajuda a esclarecer preocupações comuns, como formas de pagamento, conteúdo das aulas ou tempo de acesso, o que costuma facilitar a decisão de compra.

A combinação desses canais garante que o curso seja encontrado por pessoas com perfis variados e em diferentes ambientes digitais. Cada espaço cumpre uma função dentro da estratégia: a plataforma centraliza a venda, as redes sociais atraem e despertam interesse, os afiliados ampliam o alcance e os grupos de mensagens reforçam o relacionamento com o público. Juntos, esses elementos formam um conjunto eficiente de caminhos que facilitam o acesso ao curso e aumentam as chances de atingir o público ideal.

2.3.3. Tabela De Custos

A tabela de custos foi elaborada para apresentar de maneira clara todos os materiais e recursos envolvidos na criação do curso, permitindo uma visão realista do investimento necessário para que o projeto pudesse ser colocado em prática. Desde o início, tivemos a preocupação de utilizar o máximo possível de equipamentos que já estavam disponíveis, justamente para evitar gastos excessivos e tornar o desenvolvimento mais viável. Muitos itens, como iluminação, celular para gravação, quadro e materiais de apoio, já faziam parte do nosso dia a dia, o que ajudou bastante na economia geral do projeto.

Mesmo assim, alguns recursos precisaram ser incluídos no orçamento, como o microfone, que melhora muito a qualidade do áudio das videoaulas, e as canetas específicas para o quadro branco. Esses itens, embora simples, fazem diferença na apresentação visual e sonora do curso, contribuindo para que o conteúdo fique mais claro e agradável para quem está assistindo. Outro gasto previsto foi o aplicativo de edição, necessário para ajustar imagem, som e cortes, garantindo que os vídeos ficassem mais profissionais e organizados.

Também foi incluído o custo com impressão e papelaria, já que o trabalho final precisa ser entregue fisicamente à banca avaliadora. Esse tipo de despesa pode parecer pequeno, mas é importante ser contabilizado dentro do planejamento para evitar imprevistos no final do processo. Cada valor apresentado na tabela foi calculado levando em conta o que realmente seria utilizado, sempre buscando um equilíbrio entre qualidade e economia.

A montagem da tabela serve não apenas como registro financeiro, mas como parte essencial da gestão do projeto. Ela mostra que, mesmo com recursos limitados, é possível produzir um curso completo, organizado e funcional, desde que haja planejamento e consciência sobre o que é realmente necessário. Esse levantamento também ajuda a demonstrar que a criação de um produto digital não exige investimentos altos, especialmente quando se faz uso inteligente das ferramentas que já se tem à disposição. Dessa forma, o custo total do projeto se mantém acessível e compatível com a realidade de estudantes que estão iniciando sua jornada no mercado de eventos.

Figura 8- Tabela de custos do projeto.

TABELA DE CUSTOS			
MATERIAL	UTILIDADE	PREÇO	STATUS
Câmera/celular	Filmar e Gravar	Gratuito	Adquirido Anteriormente
Microfone	Melhorar a Qualidade do Som	Aproximadamente R\$100,00	Não Adquirido
Iluminação	Trazar uma Boa Qualidade para o Vídeo	Gratuito	Adquirido Anteriormente
Quadro branco	Transcrever o Material Didático	Gratuito	Adquirido Anteriormente
Material de apoio	Trazar conteúdo e bagagem didática para a vídeo aula	Gratuito	Adquirido Anteriormente
Canetas para quadro branco	Escrever na lousa	Aproximadamente R\$35,00	Não Adquirido
Aplicativo para edição	Editar os vídeos para um aspecto visual de qualidade	R\$ 19,99	Não Adquirido
Impressão e papelaria	Imprimir o TCC para entregar uma cópia a banca avaliadora e personalizar nosso diário de bordo	Aproximadamente R\$60,00	Não Adquirido
TOTAL:			R\$ 219,00

Fonte: Acervo pessoal do projeto, 2025.

2.3.4. Estruturação do Funil

No mundo cada vez mais acelerado do marketing digital, conquistar e manter clientes é uma jornada de descobertas e estratégias. E é justamente nessa jornada de compra que o funil de vendas desempenha um papel crucial.

Se você possui um negócio online, quer entrar no universo dos afiliados ou trabalha com marketing em uma agência, certamente já ouviu falar desse poderoso instrumento (SANTANA, 2025).

Também chamado de pipeline, o funil de Vendas é um modelo estratégico que apresenta a jornada do cliente, desde o primeiro contato com a empresa até o fechamento do negócio (FOLADOR, 2024).

O funil é composto por um conjunto de etapas e gatilhos, cujo objetivo é dar suporte à jornada de compra das personas de uma determinada organização. Um dos principais requisitos para iniciar um funil de Vendas é aliar áreas de Marketing e Vendas, fornecendo uma estrutura realista para a jornada de clientes em potencial e passagem de oportunidades no momento certo para a abordagem de vendas. Entes em potencial e passagem de oportunidades no momento certo para a abordagem de vendas (FOLADOR, 2024).

- **Topo de funil: aprendizado e descoberta**

Nessa fase, também conhecida por ToFu (top of the funnel), os visitantes descobrem que têm uma necessidade ou problema a ser resolvido, até então desconhecido. Portanto, essa é a etapa da consciência, despertada após entrarem em contato com a sua empresa.

O seu papel é educá-los: ofereça conteúdos ricos, como infográficos e eBooks, que podem ser acessados após o preenchimento de um formulário. Assim, ao fornecer dados, como nome, email e profissão, o visitante torna-se um cliente em potencial e avança no funil de Vendas (FOLADOR, 2024).

- **Meio de funil: reconhecimento do problema e consideração da solução**

A segunda etapa do funil de Vendas refere-se à fase conhecida como meio do funil ou MoFu (middle of the funnel). Aqui, é importante lembrar que estamos lidando com o que chamamos de Leads. Ou seja, aqueles clientes em potencial, que converteram em uma determinada ação, como o preenchimento de um formulário, por exemplo.

Nesta fase, eles estão em busca de resolver suas necessidades, ainda que não saibam bem como fazer isso. Pode ser com uma planilha específica ou até com a compra de um software. Portanto, sua função é ajudá-los com dicas e técnicas. Dessa maneira, o ideal é sempre trabalhar para amadurecer e qualificar os Leads, deixando-os prontos para dar mais um passo no funil de Vendas.

É mais simples fazer todo esse processo usando uma ferramenta de Automação de Marketing. Com ela, você gera Leads, nutre os contatos e vai qualificando para passar para vendas (FOLADOR, 2024).

- **Fundo do funil: decisão de compra**

Uma vez que os contatos avançam no funil de Vendas, chegamos no fundo do funil ou BoFu (bottom of the funnel), onde Leads qualificados tornam-se negociações. Ou seja, ao chegar nessa fase, eles estão praticamente prontos para serem abordados pelo time de vendas.

Após percorrerem essa jornada, esses potenciais clientes estão muito mais do que cientes do problema, eles buscam, de fato, por soluções reais. Portanto, no fundo do funil, mostre que a sua empresa é o parceiro perfeito para eles. Para isso, apresente seu produto ou serviço como a solução perfeita para solucionar o problema do seu cliente em potencial.

O funil de Vendas termina quando os Leads qualificados realizam a compra e se transformam em clientes. Dessa forma, em um projeto de Inbound Marketing, esse momento é caracterizado pela passagem de negociações para um CRM. Isso porque seu Lead já está qualificado e atende aos requisitos do seu time comercial para uma potencial compra (FOLADOR, 2024).

2.3.5. Movimentação Financeira No Setor De Eventos

Figura 9- Movimentação financeira no setor de eventos levantada pela ABRAPAE.



FONTE: Acervo pessoal do projeto, 2025.

A imagem apresenta a movimentação financeira no mercado de eventos e ajuda a visualizar com mais clareza o impacto econômico que esse setor representa no país. Ela evidencia o quanto essa área cresceu nos últimos anos e como continua expandindo mesmo após os desafios enfrentados no período pós-pandemia. Esses números mostram não apenas o volume de consumo gerado pelos eventos, mas também a quantidade de empregos, serviços e negócios envolvidos nesse mercado. Ao observar o gráfico, fica fácil perceber por que existe tanta demanda por profissionais capacitados e por que projetos de formação, como o desenvolvido neste trabalho, são importantes. A representação visual reforça a ideia de que os eventos movimentam valores expressivos e fazem parte de uma cadeia econômica ampla, dinâmica e cheia de oportunidades para quem busca atuar de maneira profissional.

2.3.6. Planejamento De Aula – Curso De Organização De Eventos

Curso: Fundamentos da Organização de Eventos.

Carga horária total: 8h30 (10 aulas de aproximadamente 50 minutos).

Público-alvo: Iniciantes e interessados em atuar no setor de eventos.

Objetivo geral: Capacitar o aluno a compreender e aplicar os principais fundamentos da organização de eventos, desde o planejamento até a execução e avaliação.

O planejamento das aulas foi uma parte essencial para garantir que o curso tivesse uma sequência lógica e realmente ajudasse quem está iniciando na área. Cada conteúdo foi pensado com bastante cuidado, levando em conta o que um profissional de eventos precisa aprender primeiro, quais são as habilidades fundamentais e como organizar esses conhecimentos de forma clara e fácil de acompanhar. A ideia sempre foi construir um percurso que acompanhasse a evolução do aluno, começando pelos conceitos básicos e avançando, aos poucos, para assuntos mais específicos e práticos. Dessa forma, a pessoa que está estudando consegue entender não só o que fazer, mas o motivo de cada etapa dentro do processo de organização de um evento.

Durante a elaboração do planejamento, buscamos equilibrar teoria e prática, porque apenas saber os conceitos não é suficiente para alguém que vai trabalhar em situações reais. Por isso, as aulas foram estruturadas com exemplos, simulações e atividades que aproximam o estudante da rotina de quem atua no setor. A intenção foi tornar o aprendizado mais leve e, ao mesmo tempo, mais funcional, permitindo que o aluno consiga aplicar o que aprendeu logo depois de assistir às explicações. Outro ponto importante é que cada aula foi pensada para ser objetiva e direta, evitando excesso de conteúdo que pudesse confundir ou cansar.

A organização do material também levou em conta a diversidade de áreas que compõem o universo dos eventos. Entendemos que essa profissão exige uma visão ampla, que envolve desde planejamento, marketing e logística até noções de alimentação, ética e atendimento ao público. Por isso, o planejamento contemplou temas variados, garantindo que o estudante recebesse uma formação completa, mesmo que resumida. Cada assunto foi desenvolvido com foco naquilo que é realmente necessário para começar a atuar com mais segurança e entendimento.

Além disso, o formato escolhido buscou respeitar o ritmo de quem estuda de forma online. As aulas foram divididas em blocos que permitem ao aluno pausar, revisar e retomar sempre que for preciso. Isso facilita muito o aprendizado, principalmente para quem concilia estudos com trabalho ou outras atividades. Também procuramos incluir atividades simples dentro das aulas, como breves

reflexões, exercícios de organização e pequenos planejamentos que ajudam a fixar melhor o conteúdo.

No conjunto, o planejamento das aulas foi desenvolvido com o objetivo de construir uma formação coerente, acessível e prática. Cada parte foi pensada para que o aluno, ao final do curso, consiga entender o funcionamento completo de um evento e tenha mais confiança para aplicar esse conhecimento na vida profissional. O resultado é uma estrutura didática que acompanha o crescimento do estudante de forma progressiva, clara e conectada com as necessidades reais do mercado.

➤ **AULA 1 – PLANEJAMENTO DE EVENTOS**

Objetivo específico:

Compreender as etapas iniciais do planejamento de um evento e sua importância para o sucesso.

Conteúdo programático:

- Tipos de eventos: Cada tipo — social, corporativo, cultural ou esportivo — exige estratégias próprias. Compreender as diferenças ajuda na definição de objetivos e recursos, garantindo coerência e bons resultados.
- Etapas do planejamento: Inclui concepção, execução e avaliação. Um bom cronograma orienta todas as fases e evita imprevistos.
- Definição de objetivos e metas: Direciona todas as decisões e permite medir o sucesso do evento. Metas claras mantêm o foco e o propósito.
- Cronograma e linha do tempo: Estrutura prazos e tarefas para otimizar tempo e coordenação das equipes.
- Planejamento financeiro: O controle de custos garante a viabilidade do projeto e evita desperdícios.
- Identificação do público-alvo: Conhecer o perfil dos participantes é essencial para definir linguagem, atrações e comunicação.

Metodologia: Aula expositiva com exemplos práticos e discussão em grupo.

Atividade prática: simulação de briefing.

Figura 10- Simulação do curso na plataforma Hotmart.



Fonte: BÁRRETTO, 2025.

➤ AULA 2 – ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS

Objetivo específico:

Identificar os papéis e responsabilidades na execução de um evento.

Conteúdo programático:

- Estrutura organizacional: A definição de funções e hierarquias facilita a execução das tarefas e a comunicação entre equipes.
- Funções e responsabilidades: Dividir tarefas com clareza aumenta a eficiência e evita falhas.
- Contratação de fornecedores: Selecionar parceiros confiáveis garante qualidade e cumprimento de prazos.
- Gestão de tarefas: O uso de planilhas e checklists otimiza a organização.
- Fluxogramas operacionais: Facilitam a visualização das etapas e o andamento das atividades.

Metodologia: Estudo de caso e elaboração de um organograma de equipe.

Atividade prática: Criar um checklist para a organização de um evento.

➤ AULA 3 – LOGÍSTICA DE EVENTOS

Objetivo específico:

Entender os processos logísticos e a importância da infraestrutura adequada.

Conteúdo programático:

- Escolha do local: O espaço deve atender às necessidades do público, oferecer segurança e ser acessível.

- Transporte e materiais: Planejar deslocamentos e entregas evita atrasos e falhas.
- Montagem e desmontagem: Exige coordenação e segurança em todas as etapas.
- Gestão de imprevistos: Antecipar possíveis problemas permite respostas rápidas e eficazes.
- Sustentabilidade: A logística reversa e o uso consciente de materiais reduzem impactos ambientais.

Metodologia: Discussão guiada e análise de casos reais.

Atividade prática: Montar um plano logístico básico para um evento fictício.

➤ AULA 4 – MARKETING DE EVENTOS

Objetivo específico:

Aplicar técnicas de divulgação e promoção eficazes para eventos.

Conteúdo programático:

- Conceito e importância: O marketing atrai público e fortalece a imagem do evento.
- Identidade visual: O design reforça o profissionalismo e a credibilidade.
- Estratégias de divulgação: Uso de mídias online e offline para atingir o público-alvo.
- Redes sociais: Ferramenta essencial para engajamento e comunicação direta.
- Relacionamento com a mídia: A assessoria de imprensa amplia o alcance e a credibilidade.

Metodologia: Aula expositiva com análise de campanhas reais.

Atividade prática: Criar uma proposta de divulgação para um evento temático.

➤ AULA 5 – ADMINISTRAÇÃO APLICADA A EVENTOS

Objetivo específico:

Compreender a importância da gestão financeira e administrativa em eventos.

Conteúdo programático:

- Gestão e administração: Coordenação de recursos humanos e materiais para garantir eficiência.
- Planejamento orçamentário: Controle de despesas e receitas para manter o equilíbrio financeiro.
- Captação de recursos: Estratégias de patrocínio e parcerias comerciais.
- Gestão de contratos: Formalização de acordos para segurança jurídica.
- Relatórios pós-evento: Registro de resultados e lições aprendidas.

Metodologia: Aula expositiva e estudo de planilhas orçamentárias.

Atividade prática: Simular o orçamento de um evento.

➤ AULA 6 – BUFFET E BEBIDAS

Objetivo específico:

Planejar o serviço de alimentação de forma adequada ao tipo de evento.

Conteúdo programático:

- Tipos de serviço: Coffee break, coquetel e jantar — cada um com demandas específicas.
- Cardápio: Escolha equilibrada e adaptada ao público e tema.
- Harmonização: Combinação adequada de bebidas e alimentos.
- Quantitativo por pessoa: Cálculo de consumo para evitar desperdícios.
- Higiene: Cuidados com segurança alimentar e apresentação.

Metodologia: Demonstração e discussão de cardápios.

Atividade prática: Elaborar um cardápio simples para um evento.

➤ AULA 7 – ÉTICA PROFISSIONAL

Objetivo específico:

Refletir sobre a importância da ética e da postura profissional no setor de eventos.

Conteúdo programático:

- Postura profissional: A imagem reflete a seriedade do trabalho.
- Sigilo e respeito: Manter confidencialidade e boas relações é essencial.
- Ética na negociação: Honestidade e clareza geram confiança.
- Cumprimento de prazos: Cumprir compromissos reforça credibilidade.
- Resolução de conflitos: Comunicação e equilíbrio mantêm boas parcerias.

Metodologia: Discussão e análise de situações reais.

➤ AULA 8 – RECREAÇÃO E ENTRETENIMENTO

Objetivo específico:

Planejar atividades recreativas e artísticas adequadas a diferentes tipos de eventos.

Conteúdo programático:

- Importância da recreação: Aumenta o engajamento e torna o evento memorável.
- Tipos de atividades: Dinâmicas, jogos e apresentações conforme o público.
- Contratação de artistas: Escolha e negociação baseadas no perfil do evento.
- Planejamento de roteiros: Organização das atividades e intervalos.
- Segurança: Cuidados com equipamentos e integridade dos participantes.

Metodologia: Aula dialogada com exemplos práticos.

Atividade prática: Montar um roteiro recreativo para um evento infantil ou corporativo.

➤ AULA 9 – EMPREENDEDORISMO NO SETOR DE EVENTOS

Objetivo específico:

Estimular a visão empreendedora e a inovação no mercado de eventos.

Conteúdo programático:

- Perfil empreendedor: Criatividade, iniciativa e resiliência.
- Oportunidades de mercado: Identificação de nichos e tendências.

- Modelos de negócio: Diversas formas de atuação e prestação de serviços.
- Parcerias e networking: Fortalecimento profissional por meio de conexões.
- Inovação: Uso de novas ideias e tecnologias como diferencial competitivo.

Metodologia: Palestra e brainstorming.

Atividade prática: Criar uma proposta de negócio inovador na área de eventos.

➤ AULA 10 – DESENVOLVIMENTO DE PROJETOS

Objetivo específico:

Ensinar a estruturar e apresentar um projeto de evento completo.

Conteúdo programático:

- Elaboração do projeto: Transformar ideias em planos organizados.
- Definição de metas e indicadores: Estabelecer objetivos e critérios de avaliação.
- Apresentação ao cliente: Comunicação clara e visualmente atrativa.
- Avaliação pós-evento: Análise dos resultados e desempenho.
- Feedback e aprendizado: Utilizar retornos para aperfeiçoar novos projetos.

Metodologia: Aula prática com orientação individual.

2.3.7. Ideia De Atividade Para Avaliação Do Potencial Do Curso

Propõe-se a aplicação de uma atividade destinada a avaliar a efetividade do curso de capacitação técnica em eventos por meio da comparação do desempenho dos participantes antes e depois do processo de aprendizagem.

Inicialmente, os participantes selecionados por não possuírem conhecimento prévio sobre a área de eventos receberão um briefing de projeto para ser preenchido. Nessa primeira etapa, busca-se observar como indivíduos sem qualquer orientação técnica interpretam e estruturam um briefing utilizando apenas seus conhecimentos intuitivos.

Em seguida, será ministrada uma aula pertencente ao curso, especificamente o módulo que aborda a elaboração e a compreensão de um briefing de eventos. Durante essa aula, serão apresentados conceitos fundamentais, elementos obrigatórios, formas adequadas de organização das informações e exemplos práticos.

Após o término da aula, o mesmo briefing será novamente disponibilizado aos participantes, que serão convidados a refazê-lo aplicando o conteúdo aprendido. A comparação entre a versão inicial e a versão final do briefing possibilitará avaliar:

- Evolução na compreensão dos elementos essenciais;
- Melhoria na clareza, organização e objetividade das informações;
- Grau de aplicação dos conceitos apresentados;
- Capacidade do curso de transformar um participante iniciante em alguém apto a elaborar um briefing técnico.

Essa atividade servirá como um indicador direto do potencial, relevância e impacto do curso, demonstrando se o conteúdo oferecido promove um aprendizado efetivo e mensurável.

2.3.7.1. Importância Das Etapas Do Briefing

Geral

Esta primeira parte funciona como o cartão de identidade do seu evento, definindo o básico para começar o planejamento. O Nome dá uma cara ao projeto, e o Tipo (festa, reunião de trabalho, lançamento) já indica o clima e a formalidade necessária. A Data e Horário são cruciais para saber se os fornecedores estarão livres e se o tempo estará bom, afetando os custos. O Local é fundamental, pois ele limita o número de pessoas, define como será a montagem e se há banheiros e vagas de estacionamento suficientes. Por fim, saber a quantidade de Público e a Idade média é o que guia o cálculo de comida, bebida, seguranças e o estilo de música, garantindo que o evento seja confortável e apropriado para todos.

Objetivos

O Objetivo é a razão de ser do seu evento, a meta que precisa ser alcançada. Não basta apenas fazer uma festa; é preciso saber o que se espera ganhar com ela. Se o objetivo é Vender um Produto, tudo deve girar em torno de mostrá-lo da melhor forma possível. Se a meta é Animar os Funcionários, o foco deve ser no conforto e em atividades de lazer e interação. Um objetivo de Pedir Doações exigirá um planejamento que toque o coração das pessoas, justificando o valor do ingresso. É a bússola que orienta todos os gastos e decisões; sem um alvo claro, o evento corre o risco de ser bonito, mas não servir para nada. O produtor precisa entender o que o cliente quer no final das contas para garantir que a festa entregue o resultado desejado.

Tema

Esta seção é o coração criativo do evento, garantindo que ele tenha uma aparência única e seja fácil de lembrar. O Tema é a ideia principal, o enredo que une todos os detalhes, do convite à decoração. A Paleta de Cores define o clima visual e é essencial para escolher a cor das luzes, dos arranjos e dos tecidos. As Inspirações Visuais (fotos ou exemplos de outros eventos) são importantes para que o decorador e a equipe de arte entendam exatamente o que o cliente imagina, transformando a

ideia abstrata em algo que se possa ver e tocar. O Traje Sugerido (Dress Code) é um detalhe que ajuda a compor o clima, fazendo com que o público se sinta parte daquele universo. A coerência entre esses itens garante que o evento passe a mensagem certa e crie um impacto visual forte.

Atividades

O planejamento da Programação é como o roteiro do evento, garantindo que ele tenha um bom ritmo e que as coisas aconteçam na hora certa. O Cronograma é fundamental para que toda a equipe (garçons, técnicos de luz e som, seguranças) saiba o que fazer a cada minuto. O momento da Abertura e do Encerramento são muito importantes: a abertura define a energia e o encerramento deixa a última impressão. As Atividades Principais (como shows, palestras ou cerimônias) definem o que é preciso ter em termos de palco, camarins e equipamentos de som e vídeo. Saber quem são as Atrações/Artistas permite checar o que eles precisam em termos de equipamento. Um roteiro bem feito evita o tédio, o descontrole e garante que o evento flua sem sustos ou atrasos para o público.

Logística

Esta parte transforma a ideia criativa em algo concreto e funcional. As Necessidades Técnicas (como ter bom som, luzes coloridas ou projetor) são essenciais, pois afetam a experiência de todos. Um evento com discurso exige um som bom para a voz, e uma festa precisa de luzes que criem o clima. A Decoração deve ser detalhada para que o fornecedor saiba o que montar e como usar o espaço de forma inteligente. Os Móveis (mesas, cadeiras, sofás) são cruciais para o conforto e para o uso do espaço, mudando se for um jantar ou um coquetel. O uso de Aromas ou Músicas de Fundo no campo de Ambientação é um toque extra que envolve os convidados em uma experiência mais completa. Esta seção garante que o espaço alugado tenha tudo o que é preciso para o evento acontecer com qualidade.

Serviços de buffet e banquete

A comida e a bebida são cruciais para a satisfação de quem participa, além de terem um peso grande no custo total. O Tipo de Serviço (se será um jantar sentado, lanchinhos circulando ou apenas bebidas) afeta o custo, o tempo de duração e o layout

do local (se precisa de cozinha e muitas mesas). Detalhar o que será servido (se terá cerveja liberada, por exemplo) é importante para fechar o custo e agradar o público. O campo de Restrições Alimentares é uma questão de cuidado e respeito: o produtor deve garantir opções seguras para quem não come carne, tem alergias ou precisa de dietas especiais, evitando problemas de saúde e garantindo que todos se sintam incluídos. Um serviço de comida e bebida bem organizado evita filas e mantém os convidados felizes durante toda a festa.

Divulgação e marketing

A comunicação serve para que a mensagem do evento chegue às pessoas certas e com a aparência correta. Os Materiais Necessários (convite virtual, posts para redes sociais, banners) definem o trabalho da equipe de design para criar a identidade visual do evento. As Plataformas de Divulgação (WhatsApp, Instagram, e-mail) indicam onde o público será encontrado. O controle da Lista de Convidados é essencial para organizar a entrada, a impressão de crachás ou senhas e, principalmente, para saber o número exato de pessoas que irão confirmar presença. Esse número final é vital para fechar o contrato de catering, alugar o número certo de cadeiras e contratar a quantidade certa de seguranças. Uma boa comunicação atrai o público desejado e começa a criar o clima do evento antes mesmo de ele começar.

Dia do evento

Esta seção é a organização de quem faz o quê no dia do evento. Listar a Equipe (quem é o líder, quem cuida da decoração, quem cuida do som, etc.) estabelece quem manda e quem executa em cada área, prevenindo a confusão e a duplicidade de ordens. O produtor precisa saber quem é o responsável pela decisão final (Organização Geral) e quem é o encarregado da ação no local (Produtores). Esse mapeamento permite contratar profissionais específicos (como um coordenador de staff ou um chefe de segurança). Ter as responsabilidades bem claras garante que todas as partes importantes (montagem, som/luz, entrada de convidados) tenham um responsável definido, o que facilita a comunicação por rádio e a solução rápida de qualquer problema que possa surgir.

Orçamento

O Orçamento é a quantia máxima de dinheiro que pode ser gasta no projeto. Ele limita o tamanho e a qualidade do evento. A Distribuição do Dinheiro por Áreas é a parte mais importante, pois o produtor deve gastar mais nas áreas que cumprem o objetivo principal (Tópico 2). Por exemplo, se o evento é para mostrar luxo, a maior fatia vai para Decoração e Espaço. Se for um evento focado em palestras, o dinheiro deve ir para Som/Iluminação e acomodação dos palestrantes. Essa distribuição força a equipe a ser esperta nos gastos, cortando o que é menos importante para investir no que é crucial. O orçamento deve ser controlado o tempo todo para garantir que não haja surpresas no final e que o evento se mantenha viável financeiramente.

Observações finais

Este espaço serve para anotar aqueles detalhes que não se encaixam em nenhuma outra parte, mas que são muito importantes para a segurança, a lei ou as regras do local. É aqui que se registram os Pontos de Atenção específicos (como "O som alto deve ser desligado à meia-noite", "Proibido usar velas") e as necessidades legais (como a necessidade de licenças especiais ou alvarás). Também serve para anotar exigências de acessibilidade ou logística complexa. Esta seção é vital para evitar problemas. O produtor usa este espaço para se prevenir contra multas, acidentes ou quebras de contrato com o local, registrando tudo que pode dar errado para já ter um plano de como resolver.

2.3.7.2. Procedimento de Comparação dos Dados

A comparação entre o briefing elaborado antes e depois da aula seria realizada por meio de uma análise estruturada, com base em critérios definidos previamente. Primeiramente, seriam estabelecidos parâmetros de avaliação, como a completude das informações, a organização textual, a clareza e objetividade da escrita, a correção técnica e a coerência do conteúdo em relação ao que foi solicitado. Esses critérios permitiriam uma análise justa e consistente dos materiais produzidos.

Em seguida, cada participante teria seu primeiro briefing (produzido antes da aula) e seu segundo briefing (produzido após a aula) avaliados separadamente de acordo com esses critérios. Para tornar a análise mais precisa, poderia ser utilizada uma ficha de avaliação com pontuações específicas para cada item.

Após essa etapa, seria realizada a comparação direta entre o desempenho inicial e o desempenho final de cada participante. Essa comparação possibilitaria identificar a evolução observada após a intervenção, verificando se houve aumento nas pontuações, se conceitos técnicos passaram a ser utilizados de forma correta e se houve melhorias na organização, clareza e estruturação das informações.

Com os resultados individuais avaliados, faria-se uma análise geral dos dados, buscando padrões coletivos. Seriam observados, por exemplo, o percentual de melhoria entre os participantes, os aspectos que apresentaram maior evolução e aqueles que ainda necessitam de reforço. Esse levantamento permitiria compreender o impacto global do curso sobre o grupo.

Por fim, com base nessa comparação, seria possível concluir sobre a efetividade da atividade realizada no curso. A análise indicaria se a aula contribuiu de forma significativa para que os participantes desenvolvessem a capacidade de elaborar um briefing técnico e se os conteúdos apresentados foram assimilados de maneira adequada. Dessa forma, o processo comparativo serviria como um indicador objetivo do potencial e da relevância do curso de capacitação técnica em eventos.

3. CONCLUSÃO

Ao longo do desenvolvimento deste projeto, ficou claro que a área de eventos ainda enfrenta muitos desafios relacionados à falta de capacitação e à dificuldade de acesso a conteúdos realmente práticos. A partir disso, o DEVentos surgiu como uma forma simples e acessível de oferecer conhecimento para quem quer trabalhar no setor, mas muitas vezes não encontra cursos que ensinem de maneira objetiva e direta. Durante o processo, conseguimos entender melhor como funciona esse mercado, quais são as principais dificuldades dos profissionais e como a educação digital pode contribuir para mudar esse cenário.

Com o projeto, concluímos que é totalmente possível criar um curso funcional, organizado e acessível usando apenas ferramentas digitais, principalmente a plataforma Hotmart. Também percebemos que, quando o conteúdo é pensado de forma prática e com linguagem simples, ele se torna muito mais útil para quem realmente precisa aplicar no dia a dia. Além disso, entendemos que a divulgação digital, quando bem planejada, pode alcançar um público muito maior do que esperávamos no início.

No fim, este projeto não serviu apenas para colocar em prática os conhecimentos adquiridos ao longo do curso técnico, mas também mostrou como a educação pode ser transformadora quando é democratizada e adaptada à realidade das pessoas. O DEVentos representa exatamente isso: a ideia de que qualquer profissional, independentemente de sua situação, pode se desenvolver e oferecer um serviço melhor quando tem acesso às ferramentas certas. E é essa contribuição que consideramos ser a principal conquista do nosso trabalho.

REFERÊNCIAS

ABRAPE. **Setor de eventos deve crescer 8,4% em 2025**. Disponível em: <https://www.abrape.com.br/abrape-preve-r-141-bilhoes-em-consumo-e-forte-expansao-de-empregos-no-setor-de-eventos-em-2025/>. Acesso em: 3 out. 2025.

BÁRRETTO, João. **Trabalho em casa com a Hotmart**. Autônomo na WEB, 1 abr. 2015. Disponível em: <https://www.autonomonaweb.com/hotmart/>. Acesso em: 13 out. 2025.

GOMES, Tamiris. **47% dos brasileiros consideram a educação no Brasil ruim, diz pesquisa**. 19 set. 2024. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/educacao/47-dos-brasileiros-consideram-a-educacao-no-brasil-ruim-diz-pesquisa/>. Acesso em: 25 mai. 2025.

EASY LMS. **O que é um curso online**. Easy Lms, 21 nov. 2018. Disponível em: <https://www.easy-lms.com/pt/centro-de-conhecimento/centro-cursos-online/o-que-e-um-curso-online/item12708>. Acesso em: 5 jul. 2025.

EVOLUA. **A importância dos recursos audiovisuais no ensino e aprendizado da geração Z**. Ensino interativo, 27 jan. 2020. Disponível em: <https://ensinointerativo.com.br/a-importancia-dos-recursos-audiovisuais-no-ensino-e-aprendizado-da-geracao-z/>. Acesso em: 13 set. 2025.

EXACTSALES. **Estratégias de vendas: o que são e como aplicar na sua operação**. 28 jan. 2025. Disponível em: <https://www.exactsales.com.br/blog/vendas-complexas-b2b/estrategias-de-vendas/>. Acesso em: 15 ago. 2025.

FERREIRA, Paul; RESENDE, Paulo de Tadeu. **O que fazer diante da falta de profissionais qualificados**. Periodicos, 06 out. 2023. Disponível em: <https://periodicos.fgv.br/gvexecutivo/article/view/89904/84677>. Acesso em: 5 jul. 2025.

FIA. **Plataformas digitais: o que são, tipos e as mais usadas**. São Paulo: FIA, 06 set. 2023. Disponível em: <https://fia.com.br/blog/plataformas-digitais/>. Acesso em: 5 mai. 2025.

FOLADOR, Manoela. **O que é funil de vendas e como montar o da sua empresa**. RD Station, 28 ago. 2024. Disponível em: <https://www.rdstation.com/blog/vendas/o-que-funil-de-vendas/>. Acesso em: 15 ago. 2025.

HOTMART. **Área de membros: como funciona, benefícios e passo a passo para criar a sua**. 07 nov. 2023. Disponível em: <https://hotmart.com/pt-br/blog/area-de-membros>. Acesso em: 13 out. 2025.

HOTMART. **O que é e como configurar um Upsell Hotmart?**. Disponível em: <https://help.extensoes.hotmart.com/hc/pt-br/articles/4587907366413-O-que-%C3%A9-e-como-configurar-um-Upsell-Hotmart>. Acesso em: 13 out. 2025.

HOTMART. **Sobre a Hotmart / Como funciona a Hotmart**. Disponível em: <https://hotmart.com>. Acesso em: 23 out. 2025.

INSTITUTO AYRTON SENNA. **Educação brasileira: tudo o que você precisa saber**. 21 dez. 2023. Disponível em: <https://institutoayrtonsenna.org.br/educacao-brasileira-tudo-o-que-voce-precisa-saber/>. Acesso em: 7 ago. 2025.

ITAÚ EDUCAÇÃO E TRABALHO. **Educação Profissional e Tecnológica no Brasil tem desafios de acesso para jovens de baixo nível socioeconômico**. 24 jan. 2025. Disponível em: <https://itaueducacaoetrabalho.org/biblioteca/publicacoes/democratizacao-da-ept-no-brasil/>. Acesso em: 23 ago. 2025.

MACKENZIE. **Cursos online: como funcionam e quais as vantagens de estudar de forma 100% digital**. 29 jan. 2025. Disponível em: <https://blogposdigital.mackenzie.br/sua-pos-graduacao/cursos-online/>. Acesso em: 17 ago. 2025.

NETO, Mário Flores. **Transformação digital e o crescimento das plataformas digitais: criando valor de forma exponencial**. São Paulo: O Ecossistema da Transformação Digital, 26 set. 2017. Disponível em: <https://transformacaodigital.com/mercado/crescimento-das-plataformas-digitais/>. Acesso em: 18 ago. 2025.

PAULILLO, Gustavo. **Estratégia de vendas**. Agendor Blog. Disponível em: <https://www.agendor.com.br/blog/estrategia-de-vendas/>. Acesso em: 15 ago. 2025.

RIBEIRO, Mayara. **Tipos de cursos online para criar em 2022: um guia completo**. Sendpulse, 1 dez. 2023. Disponível em: <https://sendpulse.com/br/blog/tipos-de-cursos-online-para-criar-em-2022-um-guia-completo>. Acesso em: 5 jul. 2025.

SANTANA, Bruno. **Guia completo: o que é funil de vendas e como montar o seu**. Hostinger, 06 jun. 2025. Disponível em: <https://www.hostinger.com/br/tutoriais/funil-de-vendas>. Acesso em: 15 ago. 2025.

STUDIO, R. B. **Educação online cresce 50% e transforma o acesso ao conhecimento, segundo ABED**. Gauchazh, 09 ago. 2024. Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/educacao/conteudo-de-marca/2024/08/educacao-online-cresce-50-e-transforma-o-acesso-ao-conhecimento-segundo-abed-clzn3790i011m010oi28yxtjz.html>. Acesso em: 11 set. 2025.

UNESCO. **Relatório sobre o impacto da COVID-19 na educação mundial**. 2020. Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/> (busca pela publicação “COVID-19 e educação: o impacto” / relatório UNESCO). Acesso em: 3 out. 2025.

UNICEF. **Educação e tecnologia: qual o impacto da tecnologia na educação moderna**. 15 abr. 2024. Atualizado: 18 abr. 2024. Disponível em: <https://www.unicef.edu.br/post/educa%C3%A7%C3%A3o-e-tecnologia-qual-o-impacto-da-tecnologia-na-educa%C3%A7%C3%A3o-moderna/>. Acesso em: 3 set. 2025.

VERSIANI, Rafael. **Hotmart e Notas de serviços online: guia completo de emissão para infoprodutores**. Disponível em: <https://enotas.com.br/blog/hotmart-servicos-online/>. Acesso em: 13 out. 2025.

ZANELLA, L. C. **Organização de eventos: teoria e prática**. Curitiba / São Paulo: 2012. Disponível em: <https://www.estantevirtual.com.br/livro/manual-de-organizacao-de-eventos-planejamento-e-operacionalizacao-0QC-9840-000-BK>). Acesso em: 28 set. 2025.

APRESENTAÇÃO ANEXO



Apresentação dos TCCs – 2025

Etec Trajano Camargo – MTEC EVENTOS

TÍTULO: DEVentos: Curso de Capacitação Técnica em Eventos na Plataforma Hotmart

OBJETIVO: Criação de um curso online de capacitação em eventos, oferecido na plataforma Hotmart, o que pode ampliar as oportunidades profissionais no setor.

EQUIPE: João Nizio, Juan Lopes.



INTRODUÇÃO E JUSTIFICATIVA



O mercado de eventos está em franca e rápida expansão, impulsionado pela alta valorização de experiências presenciais e com forte adesão à Educação a Distância (EAD) como meio de qualificação (aumento de 50% na busca por cursos online). Apesar deste crescimento, o setor sofre com a falta de base técnica adequada em muitos profissionais (falhas em briefing e planejamento), gerando uma lacuna entre a demanda do consumidor por eventos de alta qualidade e a qualificação disponível. O DEVentos surge para suprir essa necessidade, oferecendo uma solução de capacitação técnica online, acessível e democrática que prepara profissionais para atender às exigências deste mercado em crescimento.

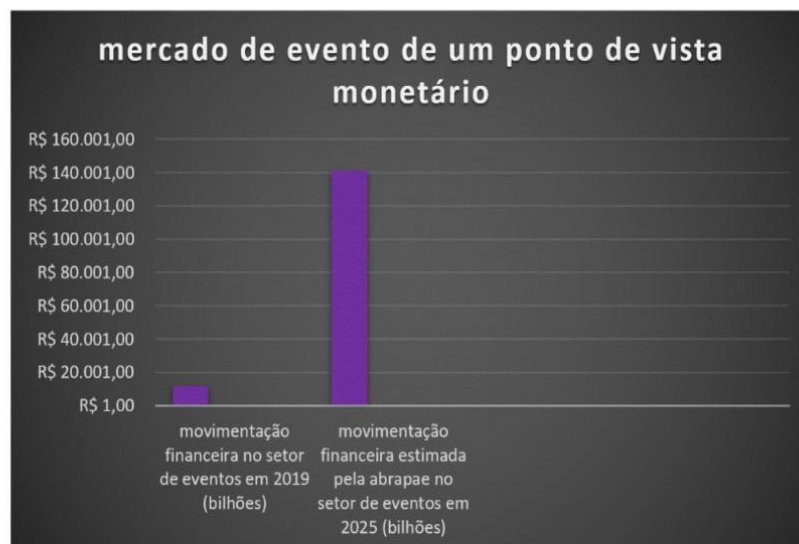
Figura 1- fluxograma de processos do projeto.



Fonte: Acervo pessoal do projeto, 2025.

O MERCADO DE EVENTOS - É um setor em expansão contínua, com forte recuperação pós-pandemia, impulsionado pela valorização de experiências presenciais. Embora seja uma força econômica que gera diversos empregos em nichos variados (corporativos, sociais e culturais), a análise revela uma lacuna de qualificação. Muitos profissionais na vasta cadeia de produção (organizadores, logísticos e cerimonialistas) carecem de base técnica suficiente. Essa falta de preparo colide com o comportamento do consumidor, que exige eventos cada vez mais organizados e de alta qualidade. Portanto, a capacitação técnica tornou-se indispensável para quem deseja se destacar e atender às exigências do mercado.

Figura 2 - Movimentação financeira no setor de eventos levantada pela ABRAPAE



Fonte: Acervo pessoal do projeto, 2025.

A Hotmart foi escolhida por ser uma plataforma acessível, intuitiva e que transmite credibilidade, essenciais para o sucesso do DEVentos. Sua estrutura facilita a criação e organização do conteúdo pelos produtores e oferece uma área de aluno (Hotmart Club) agradável e de fácil navegação, compatível com celular e computador. Essa praticidade se alinha perfeitamente ao perfil digital e flexível do nosso público-alvo, garantindo que o curso esteja onde as pessoas buscam conhecimento. A Hotmart, com seus recursos de divulgação, é o meio ideal para democratizar o acesso à capacitação técnica em eventos e acompanhar as tendências da educação digital. O curso DEVentos será disponibilizado de forma digital, utilizando a plataforma Hotmart, que é uma das mais conhecidas para cursos online. A seguir, estão as etapas do processo de criação e publicação do curso, desde o início até o momento em que ficou disponível para os alunos.

Figura 3 – Conteúdo e plataforma.



Fonte: Acervo pessoal do projeto, 2025.

Figura 4 – Simulação de videoaula do curso.



Fonte: Acervo pessoal do projeto, 2025.

Público-alvo – O curso DEVentos é heterogêneo, mas estrategicamente definido para suprir a lacuna técnica do mercado. Ele abrange jovens e adultos (18 a 45 anos) que desejam ingressar no setor, buscando uma capacitação inicial rápida e acessível. Igualmente importante é o grupo de profissionais experientes que, embora atuem há anos, nunca tiveram uma formação estruturada e precisam de atualização técnica em planejamento, logística e *briefing* para profissionalizar seus serviços. Finalmente, o curso atende empreendedores que necessitam de ferramentas de gestão eficientes para escalar seus pequenos negócios. Esse público possui um perfil digital ativo, buscando conhecimento de forma prática e flexível. A diversidade de perfis, unida pela vontade de se qualificar de maneira acessível, reforça a importância do DEVentos como ferramenta de desenvolvimento profissional em um mercado que exige cada vez mais excelência.

Avaliação prática da aprendizagem - uma atividade será proposta para medir a efetividade do curso comparando o desempenho dos participantes antes e depois da instrução, focando na elaboração de um *briefing* de eventos. Inicialmente, indivíduos sem conhecimento prévio preenchem um *briefing* para registrar sua estruturação intuitiva. Em seguida, é ministrada a aula específica sobre elaboração de *briefing* (conceitos fundamentais e organização). Após a aula, o mesmo documento é refeito, aplicando-se o conteúdo aprendido. A comparação direta entre as duas versões permite avaliar a evolução na clareza, organização, objetividade e aplicação correta de conceitos técnicos. Essa metodologia serve como um indicador direto e mensurável do potencial e da relevância do curso em transformar um iniciante em um profissional apto a elaborar um *briefing* técnico.



SÃO PAULO
GOVERNO DO ESTADO



DISCUSSÃO E RESULTADOS

A efetividade do curso será validada através da comparação estruturada dos briefings elaborados pelos participantes antes e após a aula, funcionando como um indicador objetivo do aprendizado. O processo inicia com a definição de critérios rigorosos de avaliação, como a completude informacional, organização textual, clareza, objetividade e correção técnica do conteúdo. Cada briefing será pontuado individualmente com base nesses parâmetros. A comparação direta subsequente identificará a evolução específica de cada aluno, notando melhorias na estruturação e na assimilação de conceitos técnicos. A análise se completa com um levantamento geral de dados, que revelará padrões de melhoria coletiva e permitirá concluir sobre o impacto global e a relevância da capacitação no desenvolvimento da habilidade de elaborar um briefing técnico.



SÃO PAULO
GOVERNO DO ESTADO

CONCLUSÃO



O presente projeto de pesquisa e desenvolvimento, denominado DEVentos, teve por objetivo sanar a carência identificada de capacitação prática e acesso a conteúdo objetivo na área de eventos. Para tal, procedeu-se ao desenvolvimento e implementação de um curso digital, com ênfase na utilização de ferramentas digitais acessíveis, notadamente a plataforma Hotmart. A metodologia adotada concentrou-se na simplificação da linguagem e na aplicação direta do conhecimento para profissionais do setor. Como resultado, verificou-se a plena viabilidade de estruturar um curso funcional e organizado exclusivamente com recursos digitais, bem como a eficácia de um conteúdo prático para o uso cotidiano. Concluiu-se que a educação digital, quando adaptada à realidade do profissional, possui um potencial transformador na democratização do conhecimento e no aprimoramento dos serviços. O DEVentos representa, portanto, uma significativa contribuição para o desenvolvimento profissional do setor.



REFERÊNCIAS



ABRAPE. **ABRAPE prevê R\$ 141 bilhões em consumo e forte expansão de empregos no setor de eventos, em 2025.** Belo Horizonte: ABRAPE, 21 jan. 2025. Disponível em: <https://www.abrape.com.br/abrape-preve-r-141-bilhoes-em-consumo-e-forte-expansao-de-empregos-no-setor-de-eventos-em-2025/>. Acesso em: 5 mai. 2025

GOMES, Tamiris. **47% dos brasileiros consideram a educação no Brasil ruim, diz pesquisa.** CNN Brasil, 17 set. 2024 (atualizado 14 out. 2024). Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/educacao/47-dos-brasileiros-consideram-a-educacao-no-brasil-ruim-diz-pesquisa/>. Acesso em: 17 mai. 2025.

EASY LMS. **Vantagens dos cursos online.** Easy LMS, 17 jul. 2020. Disponível em: <https://ace.easy-lms.com/pt/centro-de-conhecimento/centro-cursos-online/vantagens-e-desvantagens-de-cursos-online/item10402>. Acesso em: 3 mai. 2025.