
Ano Letivo 2020-21

Unidade Curricular GESTÃO DE ATRAÇÕES E EVENTOS

Cursos GESTÃO DE ORGANIZAÇÕES TURÍSTICAS (2.º Ciclo)

Unidade Orgânica Faculdade de Economia

Código da Unidade Curricular 14661026

Área Científica TURISMO

Sigla

Línguas de Aprendizagem
Inglês

Modalidade de ensino
presencial (e/ou à distância)

Docente Responsável Maria Manuela Martins Guerreiro

DOCENTE	TIPO DE AULA	TURMAS	TOTAL HORAS DE CONTACTO (*)
Maria Manuela Martins Guerreiro	O; OT; TP	TP1; OT1; LO1	18TP; 15OT; 3O
MARIA ALEXANDRA PATROCÍNIO RODRIGUES GONÇALVES	O; OT; TP	TP1; OT1; LO1	3TP; 3OT; 3O
Ana Cláudia Forte de Campos Garcia Alves	TP	TP1	3TP

* Para turmas lecionadas conjuntamente, apenas é contabilizada a carga horária de uma delas.

ANO	PERÍODO DE FUNCIONAMENTO*	HORAS DE CONTACTO	HORAS TOTAIS DE TRABALHO	ECTS
1º	S2	24TP; 18OT; 6O	168	6

* A-Anual;S-Semestral;Q-Quadrimestral;T-Trimestral

Precedências

Sem precedências

Conhecimentos Prévios recomendados

N/A

Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências)

Ao concluir este curso, o aluno deve ser capaz de:

1. Compreender os conceitos básicos de atrações e eventos em contextos turísticos; 2. Aplicar os principais métodos e ferramentas de gestão e marketing de atrações e eventos; 3. Compreender o processo de planeamento e avaliação do legado dos eventos; 4. Praticar com análise e discussão de estudos de caso.

Conteúdos programáticos

- I- Gestão e Marketing de atrações
- II- Gestão e Marketing de eventos
- III- Estratégias de Cocriação em eventos
- IV- Planeamento e Avaliação do legado dos eventos
- V- O museu enquanto atração turística
- VI - Estudos de caso

Metodologias de ensino (avaliação incluída)

A unidade curricular segue o formato de aulas teórico-práticas e adota como métodos de ensino a exposição e a discussão crítica de casos práticos. Presença mínima às aulas: 75%.

Modelo de avaliação:

- Prova individual escrita a decorrer na época normal de exames:

a) Ponderação de 60%, caso o aluno opte por realizar trabalho de grupo. Neste caso, a nota mínima na componente individual será de 8 valores.

b) Ponderação de 100%, caso o aluno opte por não realizar trabalho de grupo. Neste caso, a nota mínima na componente individual é de 10 valores.

- Trabalho de grupo facultativo (40%). O resultado do trabalho de grupo é apenas contabilizado se beneficiar a nota final do aluno.

Para os alunos que não optem pela realização do trabalho, a prova individual escrita terá uma ponderação de 100%.

Bibliografia principal

Fyall, A. et al (2008). *Managing visitor attractions & new directions*. Butterworth-Heinemann: Oxford.

Getz, D. (2008) Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*, 29: 403-428.

Leask, A. (2016). Visitor attraction management: A critical review of research 2009 - 2014. *Tourism Management*, 57: 334-361.

Mair, J. (2019). *The Routledge handbook of festivals*. Routledge: New York.

Mendes J., P.Valle & M. Guerreiro (2011) Destination Image and Events. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 20:3-4: 366-384.

Preuss, H. (2015) A framework for identifying the legacies of a mega sport event. *Leisure Studies*, 34(6) 643-664.

Richards, G., King, B. & Yeung, E. (2020). Experiencing culture in attractions, events and tour settings, *Tourism Management*, 79: 104104.

Academic Year 2020-21

Course unit EVENTS AND ATTRACTIONS MANAGEMENT

Courses TOURISM ORGANIZATIONS MANAGEMENT

Faculty / School THE FACULTY OF ECONOMICS

Main Scientific Area

Acronym

Language of instruction English

Teaching/Learning modality face-to-face in-class sessions (and/or distance learning)

Coordinating teacher Maria Manuela Martins Guerreiro

Teaching staff	Type	Classes	Hours (*)
Maria Manuela Martins Guerreiro	O; OT; TP	TP1; OT1; LO1	18TP; 15OT; 3O
MARIA ALEXANDRA PATROCÍNIO RODRIGUES GONÇALVES	O; OT; TP	TP1; OT1; LO1	3TP; 3OT; 3O
Ana Cláudia Forte de Campos Garcia Alves	TP	TP1	3TP

* For classes taught jointly, it is only accounted the workload of one.

Contact hours

T	TP	PL	TC	S	E	OT	O	Total
0	24	0	0	0	0	18	6	168

T - Theoretical; TP - Theoretical and practical ; PL - Practical and laboratorial; TC - Field Work; S - Seminar; E - Training; OT - Tutorial; O - Other

Pre-requisites

no pre-requisites

Prior knowledge and skills

N/A

The students intended learning outcomes (knowledge, skills and competences)

On completion of this course a student should be able to:

1. To understand the basic concepts of attractions and events in tourism contexts; 2. To apply the main methods and tools of attractions and events management and Marketing; 3. To comprehend the planning and evaluating process of events; 4. To practice with case studies analysis and discussion.

Syllabus

I - Management and Marketing of Visitor Attractions

II- Management and Marketing of Events

III- Events; co-creation strategies

IV- Planning and Evaluating Events; Legacy

V ; The museum as a tourist attraction

VI - Case studies

Teaching methodologies (including evaluation)

Classes follow the theoretical/practical format. The course adopts both teacher and student-centred teaching/learning methods. Practical cases are to be analysed and discussed. A minimum of 75% attendance is required.

Assessment model:

- Individual written assessment to take place on the normal season exam date:

- a) If the student performs the group work: the individual assessment weighs 60%; the minimum score for approval in this component is 8.
- b) If the student opts not to perform the group assignment: the individual assessment weighs 100%; the minimum score for approval is 10.

- Group assignment (40%). This assignment is optional. The mark of this assignment will be considered only if it benefits the students' final grade. If students opt not to perform this assignment, the individual written assessment weighs 100%.

- Re-sit/improvement exams: 100% (check regulations and calendar)

Main Bibliography

Fyall, A. et al (2008). *Managing visitor attractions & new directions*. Butterworth-Heinemann: Oxford.

Getz, D. (2008) Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*, 29: 403-428.

Leask, A. (2016). Visitor attraction management: A critical review of research 2009 - 2014. *Tourism Management*, 57: 334-361.

Mair, J. (2019). *The Routledge handbook of festivals*. Routledge: New York.

Mendes J., P.Valle & M. Guerreiro (2011) Destination Image and Events. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 20:3-4: 366-384.

Preuss, H. (2015) A framework for identifying the legacies of a mega sport event. *Leisure Studies*, 34(6) 643-664.

Richards, G., King, B. & Yeung, E. (2020). Experiencing culture in attractions, events and tour settings, *Tourism Management*, 79: 104104.