
Ano Letivo 2021-22

Unidade Curricular GESTÃO DE ATRAÇÕES E EVENTOS

Cursos GESTÃO DE ORGANIZAÇÕES TURÍSTICAS (2.º Ciclo)

ECONOMIA DO TURISMO E DESENVOLVIMENTO REGIONAL (2.º Ciclo) (*)

(*) Curso onde a unidade curricular é opcional

Unidade Orgânica Faculdade de Economia

Código da Unidade Curricular 14661026

Área Científica TURISMO

Sigla

Código CNAEF (3 dígitos) 812

**Contributo para os Objetivos de
Desenvolvimento Sustentável - 8; 12
ODS (Indicar até 3 objetivos)**

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	OT; TP	TP1; OT1	18TP; 3OT
MARIA ALEXANDRA PATROCÍNIO RODRIGUES GONÇALVES	TP	TP1	3TP
Ana Cláudia Forte de Campos Garcia Alves	TP	TP1	9TP

* 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 (60%) e a nota mínima na componente individual é de 10 valores.
- Trabalho de grupo obrigatório (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 2021-22

Course unit EVENTS AND ATTRACTIONS MANAGEMENT

Courses TOURISM ORGANIZATIONS MANAGEMENT
Common Branch
TOURISM ECONOMICS AND REGIONAL DEVELOPMENT (*)
Common Branch

(*) Optional course unit for this course

Faculty / School THE FACULTY OF ECONOMICS

Main Scientific Area

Acronym

CNAEF code (3 digits) 812

Contribution to Sustainable Development Goals - SGD 8; 12
(Designate up to 3 objectives)

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	OT; TP	TP1; OT1	18TP; 3OT
MARIA ALEXANDRA PATROCÍNIO RODRIGUES GONÇALVES	TP	TP1	3TP
Ana Cláudia Forte de Campos Garcia Alves	TP	TP1	9TP

* 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 (weighs 60%) to take place on the normal season exam date and the minimum score for approval is 10.
- Group assignment (40%). This assignment is mandatory. The mark of this assignment will be considered only if it benefits the students' final grade.
- 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.