
Ano Letivo 2022-23

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

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

Magda Maria Vieira Fernandes Wikesjo

DOCENTE	TIPO DE AULA	TURMAS	TOTAL HORAS DE CONTACTO (*)
Magda Maria Vieira Fernandes Wikesjo	TP	TP1	18TP
MARIA ALEXANDRA PATROCÍNIO RODRIGUES GONÇALVES	TP	TP1	3TP
Ana Cláudia Forte de Campos Garcia Alves	OT; TP	TP1; OT1	9TP; 3OT

* 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- O museu enquanto atração turística
- IV - 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:

-Trabalho de grupo (opcional): 40%. Para o trabalho de grupo ser considerado na avaliação, há um requisito de participação mínima em 75% das aulas e uma nota mínima de 7,5 valores no exame de época normal. Um guia de trabalho detalhado com orientações e critérios de avaliação consta da tutoria eletrónica

-Exame escrito: 60% (com trabalho de grupo; nota mínima de 7,5 valores) ou 100% (sem trabalho de grupo; nota mínima 9,5 valores)

Época de Recurso/Melhoria: Exame escrito: 100% (de acordo com os regulamentos em vigor)

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, 1-12.

Richards, G. (2017). From place branding to place making: the role of events. *International Journal of Event and Festival Management*, 8:1, 8-23.

Academic Year 2022-23

Course unit EVENTS AND ATTRACTIONS MANAGEMENT

Courses TOURISM ORGANISATIONS MANAGEMENT
Common Branch

Faculty / School THE FACULTY OF ECONOMICS

Main Scientific Area

Acronym

CNAEF code (3 digits) 8; 12

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

Language of instruction English

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

Coordinating teacher Magda Maria Vieira Fernandes Wikesjo

Teaching staff	Type	Classes	Hours (*)
Magda Maria Vieira Fernandes Wikesjo	TP	TP1	18TP
MARIA ALEXANDRA PATROCÍNIO RODRIGUES GONÇALVES	TP	TP1	3TP
Ana Cláudia Forte de Campos Garcia Alves	OT; TP	TP1; OT1	9TP; 3OT

* 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 - The museum as a tourist attraction

IV - 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: -Group work (optional): 40%. For group work to be considered in the evaluation, there is a requirement of minimum participation in 75% of the classes and a minimum grade of 7.5 in the regular exam. A detailed work guide with guidelines and evaluation criteria is included in the electronic tutorial

- Written exam: 60% (with group work; minimum grade of 7.5 values) or 100% (without group work; minimum grade of 9.5 values)

Appeal/Improvement Season: Written exam: 100% (according to current regulations)

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, 1-12.

Richards, G. (2017). From place branding to place making: the role of events. *International Journal of Event and Festival Management*, 8:1, 8-23.