
Ano Letivo 2017-18

Unidade Curricular PLANEAMENTO E GESTÃO DE PROJECTOS EM TURISMO

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

Unidade Orgânica Faculdade de Economia

Código da Unidade Curricular 17031010

Área Científica GESTÃO DE EMPRESAS

Sigla

Línguas de Aprendizagem
Inglês

Modalidade de ensino
Aulas expositivas e tutorias

Docente Responsável Adão de Jesus Gonçalves Flores

DOCENTE	TIPO DE AULA	TURMAS	TOTAL HORAS DE CONTACTO (*)
Adão de Jesus Gonçalves Flores	OT; TP	TP1; OT1	9TP; 9OT
Luís Miguel Serra Coelho	OT; TP	TP1; OT1	9TP; 9OT

* 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	Q3	18TP; 18OT; 3O	112	4

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

Precedências

Sem precedências

Conhecimentos Prévios recomendados

Não se aplica

Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências)

Obter conceitos básicos sobre produtos turísticos e principais sectores da actividade turística; adquirir modelos e procedimentos de desenvolvimento de projectos turísticos, ideias de negócio e planos de negócio; estar em contacto com projectos turísticos no terreno de modo a avaliar condicionalismos e factores críticos de sucesso; desenvolver competências de autonomia e espírito de iniciativa empresarial

Conteúdos programáticos

1. O conceito de produto turístico: de produto à experiência
2. Os conceitos essenciais de empreendedorismo e desenvolvimento do plano de negócio
3. Planeamento de projectos turísticos empresariais: do conceito de ideia à fase de implementação
4. Planeamento de projectos turísticos ao nível do destino local: do conceito de place como destino ao portfolio de produtos turísticos
5. *Field trip* a vários projectos turísticos do Algarve

Metodologias de ensino (avaliação incluída)

A aprendizagem deverá revestir uma abordagem dupla: lecionação e introdução das matérias por parte do professor; aprender fazendo e descoberta por parte dos alunos. Diversas estratégias de lecionação serão usadas: exposição oral, trabalhos de grupo usando estudos de caso, utilização intensa de audiovisuais, utilização de materiais informativos de imprensa especializada e de revistas científicas. A visita a projectos turísticos locais também está prevista.

O regime de avaliação revestirá a forma de uma prova escrita individual com a ponderação de 50% e um field report igualmente com 50%.

Bibliografia principal

- Howie, F. (2003) Managing the Tourist Destination, Thomson, London.
- Stokes, D. e N. Wilson (2010) Small Business Management and Entrepreneurship, South-Western Cengage Learning; London.
- Pender, I. and R. Sharpley (2006) The management of Tourism, Sage, London;
- UNWTO (2011) Handbook on Tourism Product Development, Madrid.

Academic Year 2017-18

Course unit PLANNING AND MANAGEMENT OF TOURISM PROJECTS

Courses TOURISM ECONOMICS AND REGIONAL DEVELOPMENT

Faculty / School Faculdade de Economia

Main Scientific Area GESTÃO DE EMPRESAS

Acronym

Language of instruction
English

Teaching/Learning modality
Lectures and tutorials

Coordinating teacher Adão de Jesus Gonçalves Flores

Teaching staff	Type	Classes	Hours (*)
Adão de Jesus Gonçalves Flores	OT; TP	TP1; OT1	9TP; 9OT
Luís Miguel Serra Coelho	OT; TP	TP1; OT1	9TP; 9OT

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

Contact hours

T	TP	PL	TC	S	E	OT	O	Total
0	18	0	0	0	0	18	3	112

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

Not required

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

- to acquire a set of basic concepts about business development in enterprises and local destinations;
- to get an overview of the several dimensions of the tourism product;
- to understand procedures needed to create and implement a new business proposal;
- to acquire basic concepts about entrepreneurship and business plans;
- to get in touch with several local businesses experiences.

Syllabus

Tourism products concepts: from the product concept till the experience concept

The essentials of entrepreneurship and business plan development

Planning tourism business projects: from the idea concept to the implementation phase.

Planning tourism business projects: from the idea concept to the implementation phase

Field trip to several tourism business resorts

Teaching methodologies (including evaluation)

The learning process will have a double approach: the professor introduces the subject matter but the student must also learn by doing. Several strategies will be used: oral presentations, case-studies, tutorials and visits to local turistic projects.

The evaluation regime will consist in an written test (50%) and a field report (50%).

Main Bibliography

- Howie, F. (2003) Managing the Tourist Destination, Thomson, London.
- Stokes, D. e N. Wilson (2010) Small Business Management and Entrepreneurship, South-Western Cengage Learning; London.
- Pender, I. and R. Sharpley (2006) The management of Tourism, Sage, London;
- UNWTO (2011) Handbook on Tourism Product Development, Madrid.