

---

**Ano Letivo** 2020-21

---

**Unidade Curricular** INDUSTRIAS CULTURAIS E CRIATIVAS E TURISMO: PRINCIPIOS E TENDÊNCIAS

---

**Cursos** DESIGN DE COMUNICAÇÃO PARA O TURISMO E CULTURA (2.º Ciclo) (\*)

(\*) Curso onde a unidade curricular é opcional

---

**Unidade Orgânica** Escola Superior de Educação e Comunicação

---

**Código da Unidade Curricular** 17481012

---

**Área Científica**

---

**Sigla**

---

**Línguas de Aprendizagem** Português

---

**Modalidade de ensino** Presencial

---

**Docente Responsável** Cláudia Helena Nunes Henriques

DOCENTE	TIPO DE AULA	TURMAS	TOTAL HORAS DE CONTACTO (*)
---------	--------------	--------	-----------------------------

\* 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	S1	30T	140	5

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

### Precedências

Sem precedências

### Conhecimentos Prévios recomendados

### Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências)

A disciplina tem como objetivo geral a compreensão da importância crescente da cultura e do turismo, bem como da relação que se estabelece entre estes dois domínios, numa perspetiva simbiótica. Tem também como intenção estudar o turismo, enquanto sector económico estratégico para Portugal, procurando determinar o contributo da cultura para o seu desenvolvimento.

Em termos específicos os objetivos desta disciplina incluem:

- Averiguar a importância do sector cultural/criativo
- Compreender em que medida a cultura constitui um fator de competitividade determinante do desenvolvimento dos destinos turísticos e importância dos stakeholders
- Determinar o significado e importância atual e futura do turismo
- Compreender a sistémica do turismo
- Compreender as características da procura e oferta turísticas na atualidade e megatendências futuras

#### **Conteúdos programáticos**

1. CULTURA: CONCEPTUALIZAÇÃO E DESAFIOS NO CONTEXTO DA SOCIEDADE PÓS-MODERNA, PÓS-FORDISTA E GLOBAL
  2. LAZER E TURISMO. CONCEITOS E DEFINIÇÕES
  3. TURISMO CULTURAL
  4. SISTEMA TURÍSTICO
  5. A OFERTA E A PROCURA TURÍSTICA
  6. SERVIÇOS TURÍSTICOS
- 

#### **Metodologias de ensino (avaliação incluída)**

- Componente de Avaliação por Frequência CAF (peso 100%)
- Avaliação da CAF: (Teste: 60%; Trabalho de grupo/individual: 40%)
- Dispensa de exame: CAF  $\geq$  10 valores
- Na época de exame de época normal, de recurso, especial de conclusão de curso ou melhoria de classificação, o resultado do exame corresponde a 100% da nota da UC.

### **Bibliografia principal**

DOYLE, G., (2010), Why culture attracts and resists economic analysis, in Journal of Cultural Economics, Volume 34/2010, DOI 10.1007/s10824-010-9128-9

HENRIQUES, C., (2003), Turismo, Cidade e Cultura ? Planeamento e Gestão Sustentável, Edições Sílabo, Lisboa

KEA ? European Affairs, (2009), The impact of culture on creativity, A study prepared for the European Commission (Directorate- general for Education and Culture), June, 2009

MATEUS, A. & Associados/MC (Ministério da Cultura (2010), O Sector Cultural em Portugal ? Sumário Executivo, MC, Gpearl

OECD, (2009), The Impact of Culture on Tourism, OECD

RICHARDS, G. (2007), Cultural Tourism: Global and Local Perspectives, ATLAS, Greg Richards (ed.)/ATLAS, Haworth Press Inc..

THROSBY, T., (2001), Economics and Culture, Cambridge University Press, Cambridge

TOWSE, R., (2003), (Ed.), A Handbook of Cultural Economics, Edward Elgar, UK

UNESCO (2010), The power of Culture for Development, UNESCO

---

**Academic Year** 2020-21

---

**Course unit** CULTURAL AND CREATIVE INDUSTRIES AND TOURISM: PRINCIPLES AND TRENDS

---

**Courses** COMMUNICATION DESIGN FOR TOURISM AND CULTURE (\*)

(\*) Optional course unit for this course

---

**Faculty / School** SCHOOL OF EDUCATION AND COMMUNICATION

---

**Main Scientific Area**

---

**Acronym**

---

**Language of instruction** portuguese - PT

---

**Teaching/Learning modality**

- Frequency Assessment Component FAC (100%)
- FAC evaluation: (Test: 60% ; Group work or individual: 40%)
- Dismissed from the exam: FAC > = 10 values
- Exams: 100% of the classification of UC

---

**Coordinating teacher** Cláudia Helena Nunes Henriques

Teaching staff	Type	Classes	Hours (*)
----------------	------	---------	-----------

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

#### Contact hours

T	TP	PL	TC	S	E	OT	O	Total
30	0	0	0	0	0	0	0	140

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

—

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

The main objective of this UNIT is to analyse the relationship between economics and culture.

#### Syllabus

1. Culture: Conceptualization and Challenges
2. Economics, Culture and Creativity
3. Cultural and Creative Tourism
4. Tourism System
5. Tourism demand and tourism supply
6. Tourism services

### Teaching methodologies (including evaluation)

Frequency Assessment Component FAC (100%)

FAC evaluation: (Test: 60% ; Group work or individual: 40%)

Dismissed from the exam: FAC  $\geq$  10 values

Exams: 100% of the classification of UC

---

### Main Bibliography

DOYLE, G., (2010), Why culture attracts and resists economic analysis, in Journal of Cultural Economics, Volume 34/2010, DOI 10.1007/s10824-010-9128-9

HENRIQUES, C., (2003), Turismo, Cidade e Cultura ? Planeamento e Gestão Sustentável, Edições Sílabo, Lisboa

KEA ? European Affairs, (2009), The impact of culture on creativity, A study prepared for the European Commission (Directorate- general for Education and Culture), June, 2009

MATEUS, A. & Associados/MC (Ministério da Cultura (2010), O Sector Cultural em Portugal ? Sumário Executivo, MC, Gpearl

OECD, (2009), The Impact of Culture on Tourism, OECD

RICHARDS, G. (2007), Cultural Tourism: Global and Local Perspectives, ATLAS, Greg Richards (ed.)/ATLAS, Haworth Press Inc..

THROSBY, T., (2001), Economics and Culture, Cambridge University Press, Cambridge

TOWSE, R., (2003), (Ed.), A Handbook of Cultural Economics, Edward Elgar, UK

UNESCO (2010), The power of Culture for Development, UNESCO