English version at the end of this document

Ano Letivo	2022-23
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	
Código CNAEF (3 dígitos)	812
Contributo para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável - ODS (Indicar até 3 objetivos)	4, 8, 9
Línguas de Aprendizagem	Português

Modalidade de ensino

Presencial

Docente Responsável Cláudia Helena Nunes Henriques

DOCENTE	TIPO DE AULA	TURMAS	TOTAL HORAS DE CONTACTO (*)
Cláudia Helena Nunes Henriques	TP	TP1	15TP
MARIA ALEXANDRA PATROCÍNIO RODRIGUES GONÇALVES	TP	TP1	15TP

* 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	30TP	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 >= 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	2022-23
Course unit	CULTURAL AND CREATIVE INDUSTRIES AND TOURISM: PRINCIPLES AND TRENDS
Courses	COMMUNICATION DESIGN FOR TOURISM AND CULTURE (*) Common Branch (*) Optional course unit for this course
Faculty / School	SCHOOL OF EDUCATION AND COMMUNICATION
Main Scientific Area	
Acronym	
CNAEF code (3 digits)	812
Contribution to Sustainable Development Goals - SGD (Designate up to 3 objectives)	4,8, 9
Language of instruction	portuguese - PT

Teaching/Learning modality

Class room

- 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 (*)
Cláudia Helena Nunes Henriques	TP	TP1	15TP
MARIA ALEXANDRA PATROCÍNIO RODRIGUES GONÇALVES	TP	TP1	15TP

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

Contact hours

T	TP	PL	TC	S	E	OT	O	Total
0	30	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 > = 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