
Ano Letivo 2017-18

Unidade Curricular PLANEAMENTO E GESTÃO DE PROJETOS TURÍSTICOS

Cursos GESTÃO (2.º ciclo) (*)
GESTÃO DO TURISMO

(*) Curso onde a unidade curricular é opcional

Unidade Orgânica Faculdade de Economia

Código da Unidade Curricular 17831007

Área Científica GESTÃO

Sigla

Línguas de Aprendizagem Inglês.

Modalidade de ensino Presencial.

Docente Responsável Cristina Maria Pereira Viegas de Oliveira

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	S2	30TP; 12OT	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)

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 a 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 trabalho individual 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.
- Zimmerer, Thomas W. e Scarborough, Norman M. (2010) Essentials of Entrepreneurship and small business management, Pearson Education, New Jersey.

Academic Year 2017-18

Course unit PLANEAMENTO E GESTÃO DE PROJETOS TURÍSTICOS

Courses MANAGEMENT (*)
MANAGEMENT TOURISM

(*) Optional course unit for this course

Faculty / School Faculdade de Economia

Main Scientific Area GESTÃO

Acronym

Language of instruction English.

Teaching/Learning modality In class.

Coordinating teacher Cristina Maria Pereira Viegas de Oliveira

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
0	30	0	0	0	0	12	0	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)

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

1. Tourism products concepts: from the product concept till the experience concept
2. The essentials of entrepreneurship and business plan development
3. Planning tourism business projects ? from the idea concept to the implementation phase.
4. Planning tourism business projects ? from the idea concept to the implementation phase.
5. Field trip to several tourism business resorts

Teaching methodologies (including evaluation)

The Learning routines will assume a double perspective: lectures by the teacher and Learning by doing by the students. A diverse set of techniques will be used ? oral presentations, group work, case studies, visual materials, simulation techniques and lectures by local entrepreneurs. Evaluation will be double: an individual field report and a final exam.

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.
- Zimmerer, Thomas W. e Scarborough, Norman M. (2010) Essentials of Entrepreneurship and small business management, Pearson Education, New Jersey.