

---

**Ano Letivo** 2018-19

---

**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** «INFORMAÇÃO NÃO DISPONÍVEL»

---

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 experiencia
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 2018-19

Course unit PLANNING AND MANAGEMENT OF TOURISM PROJECTS

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 «INFORMAÇÃO NÃO DISPONIVEL»

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.