
Ano Letivo 2018-19

Unidade Curricular CONCEÇÃO E GESTÃO DE PROJETOS TURÍSTICOS CULTURAIS

Cursos TURISMO (2.º ciclo)
TURISMO, CULTURA E PATRIMÓNIO

Unidade Orgânica Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo

Código da Unidade Curricular 17841025

Área Científica SOCIOLOGIA

Sigla

Línguas de Aprendizagem Português

Modalidade de ensino Presencial

Docente Responsável MARIA ALEXANDRA PATROCÍNIO RODRIGUES GONÇALVES

DOCENTE	TIPO DE AULA	TURMAS	TOTAL HORAS DE CONTACTO (*)
MARIA ALEXANDRA PATROCÍNIO RODRIGUES GONÇALVES	OT; TP	TP1; OT	18TP; 2OT
Maria Leonor Cruz dos Reis Salsa	OT; TP	TP1; OT	12TP; 3OT

* 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; 5OT	140	5

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

Precedências

Sem precedências

Conhecimentos Prévios recomendados

Não Aplicável

Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências)

Os empreendedores criativos são elementos principais para o desenvolvimento económico e cultural das comunidades. A emergência de estratégias de desenvolvimento local e regional centradas na economia das experiências, e nas indústrias criativas e culturais, contribuiu para um novo olhar para os recursos e para uma agregação de temas e actividades capazes de trazer valor acrescentado à base económica tradicional. Contudo, são necessárias competências para promover essa avaliação de resultados.

A UC estabelece como objectivo geral dotar os alunos dos conhecimentos principais para o planeamento e programação estratégica da gestão, económica e financeira de projectos turísticos e culturais. Como objectivos específicos apontam-se: identificar as fases do planeamento do projeto; conhecer os instrumentos de gestão, produção e avaliação de projectos; conhecer as principais formas de financiamento de projectos; avaliar a sustentabilidade económica e financeira dos projectos.

Conteúdos programáticos

1. Empreendedorismo e inovação na cultura e no turismo
 - 1.1 Sinergias entre cultura e turismo
 - 1.2 Empreendedorismo: criatividade, mercado e inovação
 - 1.3 Atividades: oportunidades, incentivos e incubação
2. Planeamento e gestão estratégica em cultura e no turismo
 - 2.1 Identificação da ideia de projecto
 - 2.2 Análise do mercado e do contexto
 - 2.3 Posicionamento, grupos-alvo, estrutura operacional
 - 2.4 Recursos, *fundraising*, mecenato e outras formas de financiamento
3. Desenvolvimento do projecto/ *Business Plan*
 - 3.1 Plano de marketing
 - 3.2 Plano de gestão
 - 3.3 Plano operacional
 - 3.4 Plano financeiro
4. Monitorização e avaliação

Metodologias de ensino (avaliação incluída)

As metodologias de ensino centrar-se-ão nas seguintes formas: Aulas teórico-práticas, onde terá lugar a apresentação e discussão activa de projectos; Seminários de apresentação e discussão de estudos de caso; Orientação tutorial; Pelo menos 1 visita de estudo a projectos em curso. Entidades regionais e locais da cultura e do turismo são parceiros da aprendizagem fora da sala de aula. Parcerias com outros organismos e empresas complementarão a aplicação prática dos conteúdos programados para a UC.

Avaliação da UC :

- Componente de Avaliação por Frequência CAF (100%)
- Avaliação da CAF: Trabalho escrito individual/grupo (60%); Apresentação e discussão (40%)
- O estudante tem de cumprir com o dever de assiduidade não podendo faltar a mais de 25% das horas de contacto previstas.
- Dispensa de exame: CAF >= 10 valores
- Na época de exame normal, de recurso, especial de conclusão do curso ou melhoria de classificação, o resultado do exame corresponde a 100% da nota da UC.

Bibliografia principal

Barros, C. (2007) *Avaliação Financeira de Projetos de Investimento*. Lisboa: Ed. Escolar.

Cebola, A. (2011) *Projetos de Investimento de PME - elaboração e análise*. Lisboa: Ed.Sílabo.

Cooke, P.& Lazzeretti, L. (2008) *Creative Cities, Cultural Clusters and Local Economic Development*, Edward Elgar Publishing.

Costa, C. e Buhalis, D. (2006) *Tourism business frontiers: consumers, products and industry*. Oxford: Butterworth-Heinemann.

Gatti, S. (2008) *Project Finance in Theory and Practice: Designing, Structuring, and Financing Private and Public Projects*. S.D.: Academic Press.

Knieling, J., & Othengrafen, F. (2009) *Planning Cultures in Europe: Decoding Cultural Phenomena in Urban and Regional Planning*. Farnham: Ashgate.

Mazzucato, M. (2014) *The Entrepreneurial State*, Anthem Press.

Richards, G. e Wilson, J. (2006) ?Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture??. *Tourism Management*, (27), pp.1209-1223.

Academic Year 2018-19

Course unit DESIGN AND MANAGEMENT OF CULTURAL TOURISM PROJECTS

Courses TOURISM
TURISMO, CULTURA E PATRIMÓNIO

Faculty / School Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo

Main Scientific Area SOCIOLOGIA

Acronym

Language of instruction Portuguese

Teaching/Learning modality Presential

Coordinating teacher MARIA ALEXANDRA PATROCÍNIO RODRIGUES GONÇALVES

Teaching staff	Type	Classes	Hours (*)
MARIA ALEXANDRA PATROCÍNIO RODRIGUES GONÇALVES	OT; TP	TP1; OT	18TP; 2OT
Maria Leonor Cruz dos Reis Salsa	OT; TP	TP1; OT	12TP; 3OT

* 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	5	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

N.A.

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

Society determined the search for new development strategies and higher education has a responsibility to inform and help. New dynamics require integrative management approaches different types of factors and dimensions. The products are today experiences where they combine activities, emotions, equipment and resources. It is hoped the proposed syllabus provide students:

- basic conditions for the development of new projects in the areas of culture and relationship with tourism.
- Understand the importance of culture and heritage as strategic resources for tourist destinations.
- Recognize the main phases of a tourist and cultural management project.
- Identify resources, assess their potential for development, meet the necessary legal framework, identify partners, seek sources of financing and to assess the economic and financial viability of the project.
- Promote enterprising and innovative projects in relation with culture and tourism.

Syllabus

1. Entrepreneurship and innovation in culture and tourism
 2. Strategic planning and management in culture and tourism
 - 2.1 Identification of the project idea (design, objectives)
 - 2.2 market analysis and the context (identification of trends of activity, competition)
 - 2.3 positioning, target groups, organisation of the operational structure and functioning
 - 2.4 resources to apply, *fundraising*, sponsorship and other forms of financing
 3. Development of the project/ *Business Plan*
 - 3.1 marketing plan (market analysis, programming of the project)
 - 3.2 Management Plan (organizational structure and governance model, the management team, partners, human and material resources to be allocated)
 - 3.3 operational plan (hours of operation, security, financial and credit management procedures, training)
 - 3.4 *Project Financing* (financing sources, sales forecast, recovery period, investment and risk analysis)
 4. Monitoring and evaluation of projects
-

Teaching methodologies (including evaluation)

The teaching methodologies will focus in the following ways: theoretical and practical lectures, where will take place the presentation and active discussion of projects; Seminars for the presentation and discussion of case studies; Tutorial guidance; At least 1 study visit to projects under development.

Other regional and local entities of culture and tourism will be partners in the development of learning outside the classroom. Establishment of partnerships with agencies and private sector companies to complement the practical implementation of the content component programmed for UC.

CU Evaluation:

- Frequency Assessment Component FAC (100%)
- FAC evaluation: Written Group/individual Work (60%); Oral Presentation and discussion (40%)
- The student must comply with the duty of assiduity, and cannot miss more than 25% of the hours of contact.
- Dismissed from the exam: FAC \geq 10 values
- Exam (1st call; 2nd call, special call or grade improvement) - 100% of the classification in the CU.

Main Bibliography

Barros, C. (2007) *Avaliação Financeira de Projetos de Investimento*. Lisboa: Ed. Escolar.

Cebola, A. (2011) *Projetos de Investimento de PME - elaboração e análise*. Lisboa: Ed.Sílabo.

Cooke, P.& Lazzeretti, L. (2008) *Creative Cities, Cultural Clusters and Local Economic Development*, Edward Elgar Publishing.

Costa, C. e Buhalis, D. (2006) *Tourism business frontiers: consumers, products and industry*. Oxford: Butterworth-Heinemann.

Gatti, S. (2008) *Project Finance in Theory and Practice: Designing, Structuring, and Financing Private and Public Projects*. S.D.: Academic Press.

Knieling, J., & Othengrafen, F. (2009) *Planning Cultures in Europe: Decoding Cultural Phenomena in Urban and Regional Planning*. Farnham: Ashgate.

Mazzucato, M. (2014) *The Entrepreneurial State*, Anthem Press.

Richards, G. e Wilson, J. (2006) ?Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture??. *Tourism Management*, (27), pp.1209-1223.