
Ano Letivo 2020-21

Unidade Curricular CONCEÇÃO E GESTÃO DE PROJETOS TURÍSTICOS CULTURAIS

Cursos TURISMO (2.º ciclo)
RAMO 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 e à distância.

Docente Responsável Paula Guerreiro Martins

DOCENTE	TIPO DE AULA	TURMAS	TOTAL HORAS DE CONTACTO (*)
Paula Guerreiro Martins	OT; TP	TP1; OT1	15TP; 2OT
Maria Leonor Cruz dos Reis Salsa	OT; TP	TP1; OT1	15TP; 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)

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 sobre 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. Sinergias entre cultura e turismo
 2. Planeamento e gestão estratégica em cultura e no turismo
 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
-

Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular

A sociedade pós industrial determina a procura de novas estratégias de desenvolvimento dos territórios que o ensino superior tem responsabilidade de dar a conhecer e ajudar a compreender.

A abordagem procura demonstrar que nem todas as boas ideias podem ser bons projetos/negócios e que existem instrumentos e técnicas de suporte que podem contribuir para bons resultados no desenvolvimento dos projetos turísticos e culturais.

Espera-se fornecer aos alunos condições básicas para:

- Desenvolver propostas empreendedoras nas áreas da cultura e do turismo.
- Compreender a importância da cultura e do património como recursos estratégicos para a sustentabilidade dos destinos turísticos.
- Reconhecer as fases de desenvolvimento de um projeto de gestão turística e cultural.
- Identificar recursos, avaliar de desenvolvimento, conhecer o enquadramento legal, identificar parceiros, avaliar a viabilidade económica e financeira do projeto.
- Promover projetos empreendedores e inovadores na cultura e turismo.

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; Orientação tutorial; Pelo menos 1 visita de estudo a projectos em curso.

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 \geq 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.

Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular

As aulas teóricas serão, sempre que possível, intercaladas com casos práticos que possam contribuir para uma melhor compreensão dos diversos tópicos desenvolvidos no âmbito da concepção de um novo projecto turístico ou cultural.

Um primeiro ponto do programa contribuirá para a caracterização da emergência do empreendedorismo cultural e criativo na relação de crescente simbiose entre a cultura e o turismo.

O desenvolvimento de conceitos de gestão e planeamento na inter relação com a cultura e o turismo terão uma atenção particular, permitindo aos estudantes desenvolver competências aplicadas a organizações que possuem características diferenciadas do sector empresarial em geral e que requerem maior flexibilidade, têm como matéria-prima principal a produção de serviços e possuem especificidades que importa reconhecer, sobretudo na relação com a cultura e o património.

A segunda componente principal desta UC diz respeito à concepção do projecto, ao saber fazer e à capacidade de analisar a viabilidade económica e financeira da ideia que se desenhou. Ser capaz de operacionalizar e aplicar os instrumentos de apoio à análise do risco investimento, de avaliar o período de recuperação do capital investido e de procurar e identificar formas de financiamento. A avaliação do projecto é também uma componente fundamental para o desenvolvimento sustentado dos projectos por jovens empreendedores, pelo que as técnicas de apoio mais utilizadas integrarão os estudos de caso a apresentar.

As metodologias adoptadas combinam a componente de leccionação teórica (pela leccionação em sala de aula), com a componente mais operacional e prática transmitida através do convite a oradores convidados e a realização de visita de estudo.

Os estudos de caso serão privilegiados como método de investigação e na forma de demonstração da aplicação da teoria na vida real.

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.

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.

World Tourism Organization (2018), *Tourism and Culture Synergies*, UNWTO, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284418978>

Academic Year 2020-21

Course unit DESIGN AND MANAGEMENT OF CULTURAL TOURISM PROJECTS

Courses TOURISM
BRANCH TOURISM, CULTURE AND HERITAGE

Faculty / School SCHOOL OF MANAGEMENT, HOSPITALITY AND TOURISM

Main Scientific Area

Acronym

Language of instruction Portuguese

Teaching/Learning modality Classroom-based and distance learning.

Coordinating teacher Paula Guerreiro Martins

Teaching staff	Type	Classes	Hours (*)
Paula Guerreiro Martins	OT; TP	TP1; OT1	15TP; 2OT
Maria Leonor Cruz dos Reis Salsa	OT; TP	TP1; OT1	15TP; 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. Tourism and Culture Synergies
2. Strategic planning and management in culture and tourism
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

Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's learning objectives

Society determined, the search for new development strategies and the 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.

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; Tutorial guidance; At least 1 study visit to projects under development.

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.

Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes

The lectures and the case studies contribute to a better understanding of the various topics within the conception of a new tourist or cultural project and to the characterization of the emergence of the cultural and creative entrepreneurship in tourism.

The case studies will be privileged as a method of research and in the form of demonstration of the application of the theory in real life.

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.

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.

World Tourism Organization (2018), *Tourism and Culture Synergies*, UNWTO, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284418978>