

Unidade Curricular	Organização e Gestão de Eventos	Área Científica	Turismo
Licenciatura em	Turismo	Escola	Escola Superior de Comunicação, Administração e Turismo
Ano Letivo	2018/2019	Ano Curricular	3
Tipo	Semestral	Semestre	1
Horas totais de trabalho	162	Horas de Contacto	T - - TP 60 PL - - TC - - S - - E - - OT - - O - -
		Nível	1-3
		Créditos ECTS	6.0
		Código	9254-532-3104-00-18

T - Ensino Teórico; TP - Teórico Prático; PL - Prático e Laboratorial; TC - Trabalho de Campo; S - Seminário; E - Estágio; OT - Orientação Tutoria; O - Outra

Nome(s) do(s) docente(s) Aida Maria Oliveira Carvalho

Resultados da aprendizagem e competências

No fim da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:

1. Avaliar a importância dos eventos para a atração turística
2. Identificar as funções e os perfis dos profissionais de gestão de eventos
3. Distinguir algumas regras de protocolo inerente aos eventos
4. Reconhecer o processo de organização e gestão de eventos
5. Analisar a relação produção/distribuição/consumo de eventos
6. Organizar um evento turístico
7. Conceber relatórios de avaliação no processo organização e gestão de eventos.

Pré-requisitos

Antes da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:
Não se aplica.

Conteúdo da unidade curricular

Contexto geral de eventos Modelos de gestão e produção de eventos O organizador de eventos: perfis e funções Eventos e protocolo Planeamento de eventos Financiamento de eventos Estudos de caso.

Conteúdo da unidade curricular (versão detalhada)

1. Contexto geral de eventos:
 - Conceito de evento
 - Eventos com fins lucrativos e eventos sem fins lucrativos
 - Classificação de eventos
 - Tipologias de eventos
 - Impactos dos eventos
2. Modelos de gestão e produção de eventos
3. O organizador de eventos: perfis e funções
4. Eventos e protocolo
5. Planeamento de eventos:
 - Planeamento estratégico
 - Fases do planeamento de eventos
6. Marketing de eventos:
 - Contexto de marketing
 - Marketing-mix de eventos
 - Planeamento de marketing
 - Estratégias de marketing
 - Principais tendências em marketing de eventos
7. Financiamento de eventos:
 - Orçamentos
 - Tipologia de financiamento: Crowdfunding, patrocínio e mecenato
8. Avaliação de eventos
 - Processo de avaliação de eventos
 - Parâmetros de avaliação de eventos
 - Instrumentos de avaliação
9. Estudos de caso

Bibliografia recomendada

1. Dwyer, L. & Wickens, E. (2012): Event Tourism and Cultural Tourism: Issues and Debates. London: Routledge. ISBN: 9780415623681
2. Ferdinand, N. & Kitchin, P. (2012): Events management: An International Approach. London: SAGE Publications Ltd. ISBN: 9780857022417
3. Pedro, F. et al. , (2012): Gestão de Eventos. Lisboa: Escolar Editora. ISBN: 9789725923399
4. Isidoro, Ana M. (2013): Manual de Organização e Gestão de Eventos. Lisboa: Edições Silabo. ISBN: 9789726187233

Métodos de ensino e de aprendizagem

A metodologia adotada baseia-se em sessões tutoriais nas horas de contacto utilizando o método expositivo associado a técnicas ativas. Recurso a meios audiovisuais, análise de casos e dados práticos da atualidade turística e do mercado de eventos.

Alternativas de avaliação

1. Avaliação Distribuída - (Ordinário, Trabalhador) (Final)
 - Trabalhos Práticos - 50%
 - Exame Final Escrito - 50%
2. Avaliação por exame final - (Ordinário, Trabalhador) (Recurso, Especial)
 - Exame Final Escrito - 100%
3. Alunos em Mobilidade - (Ordinário, Trabalhador) (Final, Recurso, Especial)
 - Temas de Desenvolvimento - 100%

Língua em que é ministrada

Português, com apoio em inglês para alunos estrangeiros

Validação Eletrónica

Aida Maria Oliveira Carvalho	Aida Maria Oliveira Carvalho	Aida Maria Oliveira Carvalho	Luisa Margarida Barata Lopes
19-11-2018	19-11-2018	19-11-2018	19-11-2018