

ANIMAÇÃO TURÍSTICA E GESTÃO DE EVENTOS

Licenciatura em Gestão de Atividades Turísticas

Licenciatura em Gestão de Atividades Turísticas (Pós-Laboral)

Código: 16404

Área Científica Predominante: Marketing e Estratégia

Docente: Sérgio Dominique Ferreira Lopes

Idioma de Instrução: Português

Regime: S1

Carga Letiva: 60h Carga Trabalho: 108h

ECTS: 6,0

Objetivos

Os principais objectivos da Unidade Curricular Promoção e Animação Turística e Gestão de Eventos são a compreensão da importância da promoção e animação turística no âmbito da satisfação dos turistas, como factores diferenciadores. E, com a mesma finalidade, o entendimento da relevância da gestão de eventos como produtos turísticos.

Resultados da Aprendizagem

Os principais conhecimentos e competências a adquirir são:

A compreensão dos diferentes tipos de eventos em turismo, bem como as etapas subjacentes ao seu desenvolvimento.

A compreensão da necessidade de acompanhar as tendências do comportamento dos consumidores.

Conhecer os princípios básicos de gestão de eventos e identificar oportunidades de dinamização de eventos turísticos.

Identificar, conceber e aplicar técnicas de animação turística em diferentes contextos.

Conceber projectos de animação turística e eventos.

Conteúdos Programáticos

Contextualização.

Conceito de evento.

Planeamento de eventos no âmbito da animação e promoção turística.

Recursos Humanos em animação turística e gestão de eventos.

Marketing Estratégico na gestão de eventos.

Bibliografia Recomendada

Allen, J., O'Toole, W., McDonnell, I. Harris, R. (2008). Organização e Gestão de Eventos. Rio de Janeiro: Campus

Andrade, R.B. (1999). Manual de Eventos. Caxias do Sul: EDUCS.

Biosca, D. (1994). 200 Ideas para Atraer Clientes a un Hotel. Madrid: CDN-Ciencias de la dirección.

Matias, M. (2001). Organização de Eventos: procedimentos e técnicas. São Paulo: Manole.

Métodos de Ensino e de Aprendizagem

A organização e gestão de eventos converteram-se, nos últimos anos, num dos mais relevantes nichos do mercado

turístico, tanto a nível nacional como internacional. Neste sentido, são apresentados dados que sustentam e justificam a importância económica e social dos eventos.

Dada a multiplicidade de tipos de evento, são identificados e descritos várias tipologias dos mesmos. Simultaneamente, analisam-se as fases do planeamento de eventos, bem como os elementos que devem constar numa análise SWOT específica de eventos.

Atribui-se, também, especial atenção aos Recursos Humanos necessários para a organização de eventos, bem como alguns conceitos e práticas do Marketing Estratégico de Eventos.

Métodos de Avaliação

Avaliação contínua:

Teste escrito (50%);

Trabalho prático (50%).