



Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril

FICHA DE UNIDADE CURRICULAR - 2022-23

Unidade Curricular: [21007] Estratégia de Captação de Eventos

1. Ficha da Unidade Curricular

Ano Lectivo: 2022-23

Unidade Curricular: [21007] Estratégia de Captação de Eventos

[2001] Mestrado em Turismo

Plano Curricular	[10] Inovação em Turismo Ativo e de Experiências - 2021	Ramo	[0] Inovação em Turismo Ativo e de Experiências
Área Científica		Obrigatória/Opcional	Sim
Ano Curricular	1	Período	Semestral
ECTS	0		

[2001] Mestrado em Turismo

Plano Curricular	[10] Inovação em Turismo Ativo e de Experiências - 2021	Ramo	[0] Inovação em Turismo Ativo e de Experiências
Área Científica		Obrigatória/Opcional	Sim
Ano Curricular	1	Período	Semestral
ECTS	0		

[2001] Mestrado em Turismo

Plano Curricular	[9] Gestão Estratégica de Eventos - 2021	Ramo	[0] Gestão Estratégica de Eventos
Área Científica		Obrigatória/Opcional	Sim
Ano Curricular	1	Período	Semestral
ECTS	0		

[2001] Mestrado em Turismo

Plano Curricular	[9] Gestão Estratégica de Eventos - 2021	Ramo	[0] Gestão Estratégica de Eventos
Área Científica		Obrigatória/Opcional	Sim
Ano Curricular	1	Período	Semestral
ECTS	0		

[2001] Mestrado em Turismo

Plano Curricular	[8] Gestão Estratégica de Destinos Turísticos - 2021	Ramo	[0] Gestão Estratégica de Destinos Turísticos
Área Científica		Obrigatória/Opcional	Sim
Ano Curricular	1	Período	Semestral
ECTS	0		

[2001] Mestrado em Turismo

Plano Curricular	[8] Gestão Estratégica de Destinos Turísticos - 2021	Ramo	[0] Gestão Estratégica de Destinos Turísticos
Área Científica		Obrigatória/Opcional	Sim
Ano Curricular	1	Período	Semestral
ECTS	0		

[2001] Mestrado em Turismo

Plano Curricular	[6] Gestão Estratégica de Eventos - 2020	Ramo	[0] Gestão Estratégica de Eventos
Área Científica		Obrigatória/Opcional	Sim
Ano Curricular	1	Período	Anual
ECTS	0		

[2001] Mestrado em Turismo

Plano Curricular	[7] Inovação em Turismo Ativo e de Experiências - 2020	Ramo	[0] Inovação em Turismo Ativo e de Experiências
Área Científica		Obrigatória/Opcional	Sim
Ano Curricular	1	Período	Anual
ECTS	0		

[2001] Mestrado em Turismo

Plano Curricular	[5] Gestão Estratégica de Destinos Turísticos - 2020	Ramo	[0] Gestão Estratégica de Destinos Turísticos
Área Científica		Obrigatória/Opcional	Sim
Ano Curricular	1	Período	Anual
ECTS	0		

Curso	[2001] Mestrado em Turismo
Plano	[10] Inovação em Turismo Ativo e de Experiências - 2021
Ramo	[0] Inovação em Turismo Ativo e de Experiências

Horas Contacto

Horas dedicadas (Trabalho não acompanhado)	Total de horas de trabalho (Horas de contacto + horas dedicadas)
0000:00	0000:00

Curso	[2001] Mestrado em Turismo
Plano	[10] Inovação em Turismo Ativo e de Experiências - 2021
Ramo	[0] Inovação em Turismo Ativo e de Experiências

Horas Contacto

Horas dedicadas (Trabalho não acompanhado)	Total de horas de trabalho (Horas de contacto + horas dedicadas)
0000:00	0000:00

Curso	[2001] Mestrado em Turismo
Plano	[9] Gestão Estratégica de Eventos - 2021
Ramo	[0] Gestão Estratégica de Eventos

Horas Contacto

Horas dedicadas (Trabalho não acompanhado)	Total de horas de trabalho (Horas de contacto + horas dedicadas)

0000:00

0000:00

Curso	[2001] Mestrado em Turismo
Plano	[9] Gestão Estratégica de Eventos - 2021
Ramo	[0] Gestão Estratégica de Eventos

Horas Contacto

Horas dedicadas (Trabalho não acompanhado)	Total de horas de trabalho (Horas de contacto + horas dedicadas)
0000:00	0000:00

Curso	[2001] Mestrado em Turismo
Plano	[8] Gestão Estratégica de Destinos Turísticos - 2021
Ramo	[0] Gestão Estratégica de Destinos Turísticos

Horas Contacto

Horas dedicadas (Trabalho não acompanhado)	Total de horas de trabalho (Horas de contacto + horas dedicadas)
0000:00	0000:00

Curso	[2001] Mestrado em Turismo
Plano	[8] Gestão Estratégica de Destinos Turísticos - 2021
Ramo	[0] Gestão Estratégica de Destinos Turísticos

Horas Contacto

Horas dedicadas (Trabalho não acompanhado)	Total de horas de trabalho (Horas de contacto + horas dedicadas)
0000:00	0000:00

Curso	[2001] Mestrado em Turismo
Plano	[6] Gestão Estratégica de Eventos - 2020
Ramo	[0] Gestão Estratégica de Eventos

Horas Contacto

Horas dedicadas (Trabalho não acompanhado)	Total de horas de trabalho (Horas de contacto + horas dedicadas)
0000:00	0000:00

Curso	[2001] Mestrado em Turismo
Plano	[7] Inovação em Turismo Ativo e de Experiências - 2020
Ramo	[0] Inovação em Turismo Ativo e de Experiências

Horas Contacto

Horas dedicadas (Trabalho não acompanhado)	Total de horas de trabalho (Horas de contacto + horas dedicadas)
0000:00	0000:00

Curso	[2001] Mestrado em Turismo
Plano	[5] Gestão Estratégica de Destinos Turísticos - 2020
Ramo	[0] Gestão Estratégica de Destinos Turísticos

Horas Contacto

Horas dedicadas (Trabalho não acompanhado)	Total de horas de trabalho (Horas de contacto + horas dedicadas)
---	---

4.Docentes**Docentes Responsáveis****Nome**

PAULA MARIA MAGUEIJO FRANCISCO

5.Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes)

O objetivo da unidade curricular é facultar aos alunos uma iniciação na área de Planeamento e Organização de Candidaturas tendo em vista a captação através da abordagem das teorias e conceitos fundamentais englobando planeamento, estratégia, análise de mercado e gestão de projetos. No final do se

Identificar as variáveis e princípios associados às estratégias de captação de eventos e à preparação de candidaturas a eventos num contexto inter

Compreender o conceito de projeto/candidatura, do papel do destino destino e da concorrência no contexto dos eventos;

Planear estrategicamente e gerir o processo de candidatura: RFP, Viabilidade, Marketing, Submissão e Apresentação da proposta;

Aplicar os conceitos-chave e das diferentes áreas funcionais de um projeto de candidatura a eventos: planeamento, análise financeira, recursos hum

Identificar recursos e capacidades para realizar a "apresentação ao vivo".

6.Learning Outcomes of the curricular unit

The aim of this curricular unit is to provide students with an initiation to "Planning and Organization of Applications" in order to capture events by addfundamental concepts encompassing planning, structuring, marketing strategy, market analysis and project management.

At the end of the semester students should be able to:

Identify the variables and principles associated with the strategies to capture events;

Understand project/ application's concept, target destination and competition in market events' context;

Strategic plan of a bid proposal step by step: RFP analysis, Feasibility, Bid Proposal and its evaluation criteria, Bid proposal's marketing plan, Bid sPresentation;

Able to manage a Bid Proposal;

Use the key concepts and the different functional fields of a project: planning, financial analysis, human resources, marketing and quality;

Identify resources and specific capabilities used in Live Presentations.

7. Conteúdos programáticos

1. Planeamento e Estratégia de Candidaturas:

1.1 O posicionamento competitivo dos destinos

1.2 O posicionamento competitivo das empresas

1.3 A visão e a missão

1.4 Modelos de formulação estratégica

1.5 A metodologia e regras de candidaturas;

2. A análise da candidatura

2.1 Análise de Viabilidade-Análise SWOT

3. Desenvolvimento da Candidatura ao Evento

4. Gestão das equipas no contexto de uma candidatura

5. Gestão de Marketing no contexto de uma candidatura

5.1 Marketing-mix de uma candidatura

6. Gestão da Candidatura - Do projecto à apresentação da candidatura. A gestão administrativa técnica e estratégica da candidatura

7. Gestão da qualidade e avaliação do Risco, Sistemas de Gestão da qualidade no contexto das candidaturas

8. A candidatura: Live versus Digital

8.Syllabus

1. Planning and Strategy of an Event Bidding

1.1 The competitive positioning of destinations

1.2 The competitive positioning of companies

1.3 The vision and mission

1.4 Strategic formulation models

1.5 The application methodology and rules.

2. Analysis of the application

2.1 Feasibility Analysis

2.2 SWOT Analysis

3. Bid Development

4. Team management in the context of an Event Bidding

5. Marketing Management in the context of an Event Bidding

5.1 Marketing-mix of an application.

6. Event Bidding Management - Design to submitting the application. The administrative, technical

and strategic management of the application.

7. Quality Management and Risk Assessment - Quality and Risk Management Systems in the context of Event Bids.

8. Bidding presentation: Live vs. Digital

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

A estruturação dos conteúdos foi realizada considerando a necessária adequação dos mesmos aos objetivos da unidade curricular, uma vez que se abordam conceitos e processos fundamentais associados às estratégias de captação de eventos. Deste modo, a disciplina fornece num primeiro momento um conjunto de estratégias de captação de eventos com ênfase na gestão, estratégia e comunicação e, num segundo, ao nível da gestão operacional, um conjunto de necessidades à conceção da candidatura e sua apresentação.

10. Demonstration of the syllabus coherence with the curricula unit's learning objectives

The syllabus' structure was carried out considering a perfect match to the curricular units' objectives, once it addresses across the concepts and processes/strategies for capturing events. Thus, the curricular unit provides at a first stage a set of concepts underlying the strategies of raising events, with emphasis on communication. At a second stage, related to operational management, provides a set of action matrices and tools needed to design application and

11. Metodologias de ensino (avaliação incluída)

A metodologia de ensino recorre a uma metodologia combinada que engloba a vertente de exposição dos conteúdos teóricos complementados pela leitura da bibliografia correspondente. Esta dimensão será articulada como uma dinâmica participativa, com destaque para o desenvolvimento de caso prático proposta de candidatura a um evento e respetiva apresentação em sede de aula, tendo por base um briefing. Os alunos serão solicitados a participar ativamente pelo docente quer a título individual quer em grupo, como reforço da aprendizagem.

Critérios de avaliação

- Trabalho de grupo: 50% (avaliação coletiva) + 5% (avaliação individual) -
- Exercícios escritos individuais em sede de aula: 35%
- Participação em aula: 10%

12. Teaching methodologies (including evaluation)

Teaching methodology uses a combined methodology that encompasses theoretical contents complemented by reading relevant literature outside the classroom articulated as a dynamic participatory, with emphasis on the development of practical case-submission of an application and its presentation, based on tasks to participate actively in the classes and tasks proposed, either individually or in groups, as reinforcement of learning. As mentioned, evaluation is in charge of the bid preparation, and also an individual assessment rate.

Calculation of Final Grade

Group work: 50% (group rate) + 5% (individual rate) - Students will be asked to develop a bid proposal for an event.

The bidding process will end with a final expository to the class by students.

Assignments: 35%

Participation in the classroom: 10%

13. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos da unidade

[Descrição dos conteúdos]

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

Putting together theories and practical aspects concerning to themes' presentations and its consequent discussion and subsequent enforcement on caseobjectives of teaching and training students in concepts and tools. Hence, students will be able to pave the way from a theoretical and practical point oand on a competitive (international) the process of conceiving, developing and presenting a bid proposal.The theoretical dimension, resulting from the estudents the construction of a theoretical mental map that supports further discussions on the topics and its practical and effective application to current and real issues.

15. Bibliografia de consulta/existência obrigatória | Bibliography (Mandatory resources)

Allen, J; Glenn., B; O' Toole., W; Harris, R; McDonnell, I (2003). Events Management. Sydney: John Wiley & Sons Australia

Westerbeek, H.; Smith, A.; Turner, P.; Emery, P.; Linda, L. and Green, C. (2006) Managing Sport Facilities and Major Events. London: Routledge

O'Toole, W. (2011) Events Feasibility and Development: From Strategy to Operations. Oxford: Butterworth-Heinemann

Rogers, T & Davidson R. (2006). Marketing Destinations and Venues for Conferences, Conventions and Business Events. London: Butterworth-Heinemann

Saget, A. (2006). The Event Marketing Handbook : Beyond Logistics and Planning. Chicago:Dearborn Publishing

16. Metodologias de ensino (inclui avaliação) em situação de possível transição para o ensino à distância ou sistema misto no âmbito da pandemia COVID19)

Não aplicável.