FICHA DE UNIDADE CURRICULAR (FUC)

Projeto Aplicado em Turismo Cinematográfico

Curso	**Pós-graduação em Turismo Cinematográfico e Gestão de Experiências Audiovisuais**	Ano	**1.º**	Semestre	**2.º**
Créditos	**5**	Área Científica	Turismo e Lazer/Ciências Empresariais		

Docente(s)	E-mail
Nuno Gustavo	nuno.gustavo@eshte.pt
Responsável da UC	Nuno Gustavo

1. Objetivos de aprendizagem

Esta unidade curricular consolida e operacionaliza, em contexto real ou simulado, as competências adquiridas ao longo do curso, através da realização de um projeto aplicado de desenvolvimento, implementação e gestão de um produto turístico em turismo cinematográfico, orientado para a sua operacionalização, validação em mercado e transferência profissional.

A UC centra-se na integração territorial, institucional e comercial do produto, assegurando viabilidade, qualidade e sustentabilidade.

No final, o estudante deverá ser capaz de:
a) Definir problemas e oportunidades aplicadas, fundamentadas em evidência territorial, institucional e de mercado;
b) Estabelecer objetivos, resultados esperados, indicadores e critérios de sucesso mensuráveis;
c) Planear a implementação operacional do produto, integrando tarefas, recursos, cronograma, custos, riscos e mitigação;
d) Implementar pilotos de experiências turísticas e validar o produto com utilizadores reais, recolhendo evidência de desempenho e qualidade;
e) Gerir a articulação com stakeholders públicos, privados e comunitários, assegurando comunicação eficaz e alinhamento institucional;
f) Monitorizar, avaliar e otimizar o desempenho do produto com base em indicadores, dados e feedback;
g) Produzir entregáveis profissionais e técnico-científicos, suportados por evidência verificável;

h) Defender criticamente o projeto, analisando decisões, trade-offs, limitações e escalabilidade, assegurando ética, sustentabilidade e conformidade.

2. Learning Outcomes of the curricular unit

This course consolidates and operationalises, in real or simulated contexts, the competences acquired throughout the programme through the development, implementation and management of an applied tourism product project in film tourism, focused on operationalisation, market validation and professional transfer.

The course emphasises territorial, institutional and commercial integration, ensuring feasibility, quality and sustainability.

By the end of the course, students will be able to:
a) Define applied problems and opportunities grounded in territorial, institutional and market evidence;
b) Establish objectives, expected outcomes, indicators and measurable success criteria;
c) Plan product implementation by integrating tasks, resources, timelines, costs, risks and mitigation;
d) Implement tourism experience pilots and validate the product with real users, collecting performance and quality evidence;
e) Manage stakeholder engagement and ensure effective institutional alignment and communication;
f) Monitor, evaluate and optimise product performance using indicators, data and feedback;
g) Produce professional and technical-academic deliverables supported by verifiable evidence;
h) Critically defend the project by analysing decisions, trade-offs, limitations and scalability, ensuring ethical, sustainable and institutional compliance.

3. Conteúdos programáticos

1. Enquadramento do projeto aplicado de produto turístico: ciclo de vida, posicionamento no destino e critérios de qualidade para implementação.
2. Formulação da proposta aplicada e enquadramento institucional: integração territorial, alinhamento com políticas públicas, operadores e mercado.
3. Planeamento da implementação do produto: operação, fornecedores, recursos humanos, seguros, licenças, cronograma e custos.
4. Estrutura operacional do produto: serviços, logística, fluxos de visitantes, capacidade de carga, acessibilidade e segurança.

5. Governance e parcerias: articulação com DMO, autarquias, operadores, agentes culturais e comunidade local.
6. Teste de mercado e piloto comercial: experiências-teste, validação com utilizadores reais, ajustamentos e otimização.
7. Monitorização do desempenho do produto: vendas, satisfação, impacto territorial, reputação digital e sustentabilidade.
8. Gestão da qualidade e melhoria contínua: normalização, certificação, mitigação de impactos e conformidade legal.
9. Reporting estratégico e defesa profissional: relatório executivo, plano de continuidade, escalabilidade e integração no destino.

4. Syllabus

1. Applied tourism product project framework: life cycle, destination positioning and quality criteria for implementation.
2. Formulation of the applied proposal and institutional framework: territorial integration, alignment with public policies, operators and the market.
3. Product implementation planning: operations, suppliers, human resources, insurance, licences, timeline and costs.
4. Product operational structure: services, logistics, visitor flows, carrying capacity, accessibility and safety.
5. Governance and partnerships: coordination with DMOs, municipalities, operators, cultural agents and the local community.
6. Market testing and commercial pilot: test experiences, validation with real users, adjustments and optimisation.
7. Product performance monitoring: sales, satisfaction, territorial impact, online reputation and sustainability.
8. Quality management and continuous improvement: standardisation, certification, impact mitigation and legal compliance.
9. Strategic reporting and professional defence: executive report, continuity plan, scalability and integration within the destination.

5. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos da unidade curricular

Os conteúdos 1 e 2 suportam os objetivos a) e b), assegurando enquadramento do produto no destino, delimitação do escopo e definição de critérios mensuráveis.
O conteúdo 3 operacionaliza o objetivo c), ao estruturar o planeamento da implementação, dos recursos, dos custos e da gestão do risco.
O conteúdo 4 concretiza o objetivo d), ao estruturar a operação do produto e a realização de pilotos com utilizadores reais.

O conteúdo 5 responde ao objetivo e), ao desenvolver mecanismos de governação e articulação institucional e comunitária.
O conteúdo 6 cumpre o objetivo f), ao integrar validação em mercado, recolha de dados e otimização contínua.
O conteúdo 7 reforça os objetivos f) e h), ao incorporar impactos territoriais, sustentabilidade e reputação.
O conteúdo 8 concretiza o objetivo g), assegurando produção documental rigorosa e baseada em evidência.
O conteúdo 9 integra todos os objetivos, culminando no objetivo h), através de reporting estratégico, defesa profissional e planeamento de continuidade.

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

Contents 1 and 2 support outcomes a) and b) by framing the product within the destination and defining measurable scope and criteria.
Content 3 operationalises outcome c) through structured implementation planning, resource management and risk control.
Content 4 delivers outcome d) through operational structuring and real-user pilot testing.
Content 5 addresses outcome e) via governance mechanisms and institutional and community coordination.
Content 6 fulfils outcome f) through market validation, data collection and continuous optimisation.
Content 7 reinforces outcomes f) and h) by embedding territorial impact, sustainability and reputation management.
Content 8 supports outcome g) through rigorous, evidence-based documentation.
Content 9 integrates all outcomes, culminating in h) via strategic reporting, professional defence and continuity planning.

7. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico.

A UC adota metodologias ativas, orientadas ao desenvolvimento, implementação e validação de produtos turísticos, com base em evidência, forte componente tutorial e entregas faseadas, em articulação com o modelo pedagógico do curso.

As metodologias privilegiam a operacionalização do produto em contexto territorial, institucional e de mercado.

Integram:

(i) Exposição dialogada para clarificar o enquadramento do projeto de produto turístico, critérios de qualidade, sustentabilidade, ética e instrumentos de planeamento e gestão operacional (escopo, cronograma, custos, risco, KPIs);
(ii) Análise crítica de casos nacionais e internacionais focada na implementação, operação e integração no destino, avaliando fatores de sucesso, falhas operacionais, articulação institucional e impacto territorial;
(iii) Workshops aplicados de planeamento, gestão operacional e validação do produto (WBS, matriz RACI, matriz de riscos, plano de operação, plano de testes, instrumentos de recolha e templates de reporting), com produção imediata de artefactos;
(iv) Trabalho de grupo orientado por milestones, com entregas cumulativas e checkpoints obrigatórios:
M1: proposta aplicada e integração territorial;
M2: plano de implementação, operação e governance;
M3: piloto comercial e validação com utilizadores reais;
M4: resultados, otimização e dossier final;

(v) Tutoria e feedback formativo com rubricas explícitas, revisão iterativa e registo sistemático de decisões, garantindo rastreabilidade do contributo individual e evolução do produto;
(vi) Simulações profissionais (negociação institucional, articulação com operadores, pitch comercial, reporting executivo) e sessão final de apresentação/discussão com demonstração do piloto e defesa crítica.

Os estudantes utilizam ferramentas de planeamento turístico, gestão operacional, validação e monitorização, produzindo evidência verificável (registos, anexos técnicos, resultados e indicadores), reforçando autonomia, responsabilidade e profissionalismo.

8. Teaching and learning methodologies specific to the curricular unit articulated with the pedagogical model.

The course adopts active, project- and evidence-based methodologies focused on the development, implementation and validation of tourism products, with strong tutorial support and staged deliverables.

The methodologies prioritise product operationalisation within territorial, institutional and market contexts.

These include:
(i) Interactive lectures to clarify the tourism product project framework, quality criteria, sustainability, ethics and operational management tools (scope, timeline, costs, risk, KPIs);

(ii) Critical analysis of national and international case studies focused on implementation, operation and destination integration, assessing success factors, operational failures, institutional coordination and territorial impact;
(iii) Applied workshops on planning, operational management and product validation (WBS, RACI matrix, risk matrix, operational plan, testing plan, data collection instruments and reporting templates), with immediate production of artefacts;
(iv) Milestone-driven group work with cumulative deliverables and mandatory checkpoints:
M1: applied proposal and territorial integration;
M2: implementation, operations and governance plan;
M3: commercial pilot and real-user validation;
M4: results, optimisation and final dossier;

(v) Tutorial supervision and formative feedback with explicit rubrics, iterative revision and systematic decision logs, ensuring traceability of individual contributions and product development;
(vi) Professional simulations (institutional negotiation, operator coordination, commercial pitching, executive reporting) and a final presentation and discussion session including pilot demonstration and critical defence.

Students use tourism planning, operational management and monitoring tools to produce verifiable evidence, strengthening autonomy, responsibility and professionalism.

9. Avaliação

A avaliação é contínua e assenta num projeto aplicado com entregas verificáveis e numa componente individual obrigatória, assegurando predominância da avaliação individua.

Componentes, ponderações e evidências
1. Projeto aplicado (GRUPO) – 40%
Entregável: Dossier de execução e validação contendo, no mínimo:
(a) formulação do problema/oportunidade e enquadramento territorial;
(b) objetivos, resultados esperados e critérios de sucesso;
(c) plano de implementação e operação;
(d) matriz RACI e governação/parcerias;
(e) matriz de riscos e mitigação;
(f) desenho e operação do piloto comercial;
(g) instrumentos de recolha;
(h) evidência de execução em contexto real ou simulado;
(i) resultados e análise;
(j) otimização e melhorias;
(k) plano de integração, continuidade e escalabilidade.

1.1. Critérios do grupo: coerência interna, exequibilidade, rigor metodológico, qualidade da evidência, maturidade do piloto, adequação institucional/territorial, capacidade de melhoria baseada em dados.

2. Defesa individual e reflexão crítica (INDIVIDUAL) – 60%
Cada estudante realiza apresentação oral individual (no contexto do projeto) e responde a questões, demonstrando:
(a) contributo efetivo (decisões, artefactos, tarefas);
(b) domínio metodológico (execução, validação, métricas);
(c) capacidade crítica (trade-offs, limites, riscos, ética/sustentabilidade);
(d) integração entre dossier, evidência e decisões;
(e) qualidade da argumentação e resposta a objeções.
2.1. Critérios individuais: clareza e estrutura, rigor conceptual e metodológico, qualidade da evidência, gestão do tempo, qualidade das respostas, reflexão crítica e responsabilidade.

3. Regras
A nota do projeto de grupo pode ser ajustada com base em evidência objetiva de contributo (logs, distribuição de tarefas, entregas intermédias, desempenho na defesa).
A não comparência à defesa individual implica 0 na componente 2.

Exame: estudantes sem aprovação em avaliação contínua realizam exame final (prova escrita e/ou oral) sobre conteúdos programáticos, nos termos do regulamento institucional.

10. Assessment

Assessment is continuous and is based on an applied project with verifiable deliverables and a mandatory individual component, ensuring the predominance of individual assessment.

Components, weights and evidence

1. Applied project (GROUP) – 40%
Deliverable: Execution and validation dossier including, at minimum:
(a) problem/opportunity formulation and territorial framing;
(b) objectives and success criteria;
(c) implementation and operational plan;
(d) RACI matrix and partnership governance;
(e) risk matrix and mitigation;
(f) commercial pilot design and operation;
(g) data collection instruments;
(h) implementation evidence;
(i) results and analysis;

(j) optimisation and improvements;
(k) integration, continuity and scalability plan.
1.1. Group criteria: internal coherence, feasibility, methodological rigour, quality of evidence, pilot maturity, institutional/territorial adequacy, and data-driven improvement capacity.

2. Individual defence and critical reflection (INDIVIDUAL) – 60%
Each student delivers an individual oral presentation (within the project context) and answers questions, demonstrating:
(a) effective contribution (decisions, artefacts, tasks);
(b) methodological mastery (execution, validation, metrics);
(c) critical capacity (trade-offs, limitations, risks, ethics/sustainability);
(d) integration between dossier, evidence and decisions;
(e) quality of argumentation and responses to objections.
2.1. Individual criteria: clarity and structure, conceptual and methodological rigour, quality of evidence, time management, quality of responses, critical reflection and responsibility.

3. Rules
The group project mark may be adjusted based on objective evidence of contribution (logs, task distribution, interim submissions and defence performance).
Failure to attend the individual defence results in a grade of 0 for component 2.

Final exam: students who fail continuous assessment must take a final written and/or oral examination on the syllabus, in accordance with institutional regulations.

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

As metodologias de ensino e aprendizagem adotadas nesta unidade curricular asseguram um alinhamento sistemático, progressivo e verificável com os objetivos de aprendizagem definidos (a–h), garantindo a articulação entre enquadramento conceptual, planeamento, implementação, validação e defesa do produto turístico desenvolvido.

A metodologia (i) — exposição dialogada — assegura a aquisição de referenciais conceptuais, territoriais e institucionais, permitindo aos estudantes enquadrar o produto turístico no destino, definir problemas e oportunidades fundamentadas e estabelecer critérios de qualidade, sustentabilidade e conformidade (objetivos a e b).

A metodologia (ii) — análise crítica de estudos de caso — desenvolve competências de interpretação de contextos reais de implementação, promovendo a identificação de fatores de sucesso, riscos operacionais, modelos de governação e impactos territoriais, reforçando a tomada de decisão informada (objetivos a, b e e).

A metodologia (iii) — workshops aplicados — operacionaliza competências de planeamento, gestão operacional e validação, através da produção de artefactos técnicos (planos de implementação, matrizes de risco, planos de operação e instrumentos de recolha), assegurando a concretização dos objetivos c e d.

A metodologia (iv) — trabalho de grupo com entregas faseadas — promove a aplicação progressiva dos conhecimentos adquiridos, obrigando à implementação efetiva do produto, à realização de pilotos comerciais e à otimização com base em dados empíricos, garantindo o cumprimento dos objetivos c, d, e e f.

A metodologia (v) — tutoria e feedback formativo — reforça os processos de monitorização, melhoria contínua e produção documental rigorosa, assegurando rastreabilidade das decisões, fundamentação das opções estratégicas e qualidade dos entregáveis (objetivos f, g e h).

A metodologia (vi) — simulações profissionais e defesa pública — desenvolve competências de comunicação, argumentação, negociação institucional e reflexão crítica, preparando os estudantes para contextos reais de atuação profissional e assegurando o cumprimento do objetivo h).

A articulação integrada entre estas metodologias, os conteúdos programáticos e os instrumentos de avaliação garante coerência interna, progressão das aprendizagens, consolidação das competências profissionais e preparação efetiva para a gestão e implementação de produtos turísticos em turismo cinematográfico.

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

The teaching and learning methodologies adopted in this course ensure a systematic, progressive and verifiable alignment with the defined learning outcomes (a–h), guaranteeing coherence between conceptual framing, planning, implementation, validation and professional defence of the developed tourism product.
Methodology (i) — interactive lectures — ensures the acquisition of conceptual, territorial and institutional reference frameworks, enabling students to frame the tourism product within the destination, define evidence-based problems and opportunities, and establish quality, sustainability and compliance criteria (learning outcomes a and b).
Methodology (ii) — critical case study analysis — develops students' ability to interpret real implementation contexts, promoting the identification of success factors, operational risks,

governance models and territorial impacts, thereby strengthening informed decision-making (learning outcomes a, b and e).
Methodology (iii) — applied workshops — operationalises planning, operational management and validation competences through the production of technical artefacts (implementation plans, risk matrices, operational plans and data collection instruments), ensuring the achievement of learning outcomes c and d.

Methodology (iv) — milestone-driven group work — promotes the progressive application of acquired knowledge by requiring effective product implementation, commercial pilot testing and data-driven optimisation, ensuring the fulfilment of learning outcomes c, d, e and f.
Methodology (v) — tutorial supervision and formative feedback — reinforces monitoring, continuous improvement and rigorous documentation processes, ensuring decision traceability, strategic justification and deliverable quality (learning outcomes f, g and h).
Methodology (vi) — professional simulations and public defence — develops communication, institutional negotiation and critical reflection competences, preparing students for real professional contexts and ensuring the fulfilment of learning outcome h).
The integrated articulation between these methodologies, the syllabus and the assessment instruments ensures internal coherence, progressive learning development, consolidation of professional competences and effective preparation for the management and implementation of tourism products in film tourism.

13. Bibliografia principal

Huerta-Viso, P. J., Cardona, L., & Almeida, P. (2023). Film-Induced Tourism, Destination Branding and Sustainable Practices: The Peñíscola de Cine Project. *Sustainability*, 16(1), 186. https://doi.org/10.3390/su16010186
Müller, R., & Lee, H.-L. (2023). Project governance and organisational effectiveness in tourism development projects. *International Journal of Project Management*, 41(4), 123–135.
Too, E. G., & Weaver, P. (2024). Adaptive project management approaches in tourism innovation projects. *International Journal of Project Management*, 42(2), 89–102.

Williams, A. M., & Hall, C. M. (2023). Managing tourism projects in global destinations: COVID-19, resilience and strategic planning. Tourism Management, 92, 104637

14. Observações

Esta unidade curricular contribui para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), em particular para o ODS 4 – Educação de Qualidade, ao promover a aplicação de conhecimentos teóricos e metodológicos em contexto profissional através do desenvolvimento de projetos aplicados de turismo cinematográfico. Contribui igualmente

para o ODS 8 – Trabalho Digno e Crescimento Económico, ao desenvolver competências avançadas de planeamento, implementação e gestão de produtos turísticos inovadores associados às indústrias culturais e criativas. A unidade curricular relaciona-se ainda com o ODS 11 – Cidades e Comunidades Sustentáveis, ao incentivar o desenvolvimento de produtos turísticos que valorizem o património audiovisual, a identidade territorial e a participação das comunidades locais.
A unidade curricular segue igualmente os princípios do Código Mundial de Ética do Turismo da UNWTO e do Código de Ética da ESHTE, promovendo práticas responsáveis na conceção, implementação e avaliação de produtos turísticos, assegurando sustentabilidade territorial, respeito pelas comunidades locais e utilização ética de recursos culturais e audiovisuais.

15. Additional Information

This curricular unit contributes to the Sustainable Development Goals (SDGs), particularly SDG 4 – Quality Education, by promoting the application of theoretical and methodological knowledge in professional contexts through the development of applied film tourism projects. It also contributes to SDG 8 – Decent Work and Economic Growth, by developing advanced competencies in the planning, implementation and management of innovative tourism products associated with cultural and creative industries. The course is also related to SDG 11 – Sustainable Cities and Communities, by encouraging the development of tourism products that valorise audiovisual heritage, territorial identity and the participation of local communities. The course also follows the principles of the UNWTO Global Code of Ethics for Tourism and the ESHTE Code of Ethics, promoting responsible practices in the design, implementation and evaluation of tourism products, ensuring territorial sustainability, respect for local communities and the ethical use of cultural and audiovisual resources.